

92
2e^o



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

EL SECTOR TURISMO EN EL DESARROLLO
ECONOMICO Y SOCIAL DE MEXICO

T E S I S
Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ECONOMIA
p r e s e n t a:

VICTOR HUGO RUIZ GUILLEN

Ciudad Universitaria, México D. F., 1993

MESIS CON
FALEA DE ORIGEN



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

"EL SECTOR TURISMO EN EL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL DE MEXICO"

INTRODUCCION

3

CAPITULO I.- HISTORIA Y DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNDO

1.1.	Antecedentes Históricos	5
1.2.	Factores Condicionantes del Turismo	8
1.3.	Otros Factores que influyen en el crecimiento del Turismo	12
1.3.1.	Consideraciones Demográficas	12
1.3.2.	Condiciones de Trabajo	12
1.3.3.	Factores Educativos	12
1.3.4.	Hábitos Sociales	12
1.4.	El Fomento del Turismo en México	12

CAPITULO II.- EL TURISMO Y SU IMPACTO EN LA ECONOMIA NACIONAL.

2.1.	El Mercado Mundial de Viajes.	19
2.2.	Participación del Sector Turismo en México	26
2.2.1.	Mercado Nacional	39
2.3.	El Turismo en La Balanza de Pagos 1980-1992	42
2.4.	Acuerdo de Libre Comercio, México, Estados Unidos y Canadá y su Impacto sobre el Sector Turismo	52

CAPITULO III.- ESTRATEGIA GLOBAL INSTITUCIONAL.(FONATUR)

3.1.	Antecedentes	56
3.1.1.	Objetivos y Funciones	56
3.2.	Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIP'S)	59
3.2.1.	Cancún.	60
3.2.2.	Ixtapa-Zihuatanejo	61
3.2.3.	Los Cabos, B.C.S.	62
3.2.4.	Loreto-Nopoló-Puerto Escondido	64
3.2.5.	Huatulco, Oax.	65
3.2.6.	Logros Alcanzados	67
3.3.	FONATUR ante la Modernización del Turismo	69
3.3.1.	Redefinición de Objetivos	71
3.3.2.	Definición de la Estrategia	72
3.3.2.1.	Sanearamiento Financiero	73
3.3.2.2.	Cambio Estructural	73
3.4.	Políticas de Funcionamiento del Fondo	75
3.4.1.	Política de Desarrollo, Coordinación y Equipamiento de Centros Integralmente Planeados	76
3.4.2.	Política de Desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales	77
3.4.3.	Política de Financiamiento	79
3.4.4.	Política de Comercialización, Promoción y Publicidad	80
3.4.4.1.	Programa de Promoción	81
3.4.4.2.	Programa de Publicidad	82
3.5.	Origen de sus Recursos y Recuperación de Inversión	83

CAPITULO IV.- PROYECTOS TURISTICOS INTEGRALES.

4.1.	Objetivos del Programa	86
4.2.	Conceptualización y Estrategia de Desarrollo	86
4.3.	Proyectos que Conforman el Programa	88
4.4.	Esquemas de Comercialización	90
4.5.	Importancia Estrategica de las Obras de Cabeza en la Promoción de Proyectos Turísticos Integrales	91
4.6.	Formas de Promoción y Participación del Inversionista Privado	92
4.7.	Contribución de los Proyectos Turísticos Integrales.	93
4.7.1.	A la Actividad Turfstica	93
4.7.2.	Al Desarrollo Económico	95
4.7.3.	Al Desarrollo Socio-Económico	95
4.8.	Esquemas de Recuperación Financiera de las Acciones de Fonatur	95
4.9.	Esquemas de Concertación o Coordinación para la Operación, Mantenimiento y Administración	96
4.10.	Esquemas Financieros Propuestos	97
4.11.	Estructuración de los Escenarios Presupuestales	97
CONCLUSIONES		99
INDICE DE CUADROS		102
BIBLIOGRAFIA		104

INTRODUCCION:

El turismo en México es una actividad socio-económica y cultural que cada vez se consolida más en el desarrollo general del País. Constituye un importante medio para equilibrar la balanza de pagos, generar empleos, apoyar el desarrollo regional y propiciar el descanso recreativo.

La modernización del sector turismo ha sido un proceso de mediano y largo plazo, en el que las acciones se han orientado a crear las condiciones que permitan participar y competir ventajosamente en un mercado turístico mundial cada vez más globalizado y competitivo, así como avanzar en la creación de una oferta más diversificada, eficiente y acorde a los diversos estratos de la demanda nacional.

El turismo está dotado de excepcional capacidad para promover el desarrollo regional, ya que traslada la dinámica económica de mercado a zonas de poco desarrollo relativo. Esta característica ha sido aprovechada en México para descentralizar la actividad económica, arraigar a la población en sus lugares de origen, reorientar los flujos migratorios y fortalecer la economía de las regiones generando condiciones para elevar el nivel de vida en zonas históricamente marginadas.

Hasta la década de los setenta, el crecimiento espontáneo de los principales polos turísticos mexicanos frenó en cierta medida, los beneficios inherentes en el ámbito regional. El acelerado crecimiento de la población fue muy superior al ritmo de crecimiento de infraestructura urbana y las posibilidades de abastecimiento para la población flotante; estos hechos, entre otros, motivaron al Gobierno Federal a crear una institución encaminada a desarrollar la actividad turística concebida bajo un esquema integral de planeación que permitiera un desarrollo regional equilibrado y orientado. Es así como nace en 1974 el Fondo Nacional de Fomento al Turismo como brazo ejecutor de la Secretaría de Turismo, con sus tres programas básicos: desarrollo de polos turísticos integralmente planeados, financiamiento a la oferta turística e inversión directa en instalaciones turísticas de apoyo.

Luego de 19 años de vida de FONATUR, los resultados obtenidos se ven reflejados con la creación de cinco nuevos centros turísticos y en el impulso general a esta actividad a través de su programa de financiamiento a la oferta turística.

En el contexto de la estrategia de modernización nacional, a partir de 1989, FONATUR inició el concepto de proyectos turísticos integrales, que se basa en el desarrollo de proyectos integrales localizados preferentemente en centros turísticos existentes, que conllevan una oferta masiva de tierra con características propias donde los inversionistas nacionales y extranjeros podrán desarrollar en forma garantizada, la infraestructura y estructura de servicios, lo cual fortalecerá la imagen de los centros turísticos, multiplicará las acciones de promoción de la demanda e inversiones y elevará el volumen de empleo y desarrollo regional; además de reducir las inversiones del Fondo en el rubro de infraestructura, evitando con ello que se convierta en acumulador de activos en negocios turísticos que le presenten cargas económicas y problemas de liquidez.

Los proyectos turísticos integrales están basados en un Plan Maestro que especifica los usos del suelo, teniendo en mente el delicado balance de la ecología, belleza y recursos naturales con el desarrollo de hoteles, marinas, campos de golf, centros comerciales, zonas residenciales, condominios y todos los servicios necesarios con el respaldo y experiencia de FONATUR.

El turismo en nuestro País es una de las actividades económicas que brinda más facilidades para atraer a la inversión, lo cual se ha reforzado a partir de la modificación de la Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera, cuya finalidad ha sido proporcionar certidumbre, permanencia y seguridad al inversionista. Esta situación amplía las perspectivas de desarrollo turístico en México, al ofrecer condiciones más favorables tanto de localización con respecto a mercados, como en atractivos naturales y culturales en un clima social estable, lo que estimula el crecimiento de la oferta y la demanda turística.

CAPITULO I.-

HISTORIA Y DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNDO

1.1- Antecedentes Históricos.

La palabra turismo se comenzó a emplear a principios del siglo XIX, como un sinónimo un tanto desdenoso de viajero; actualmente describe, sin matiz particular, a cualquier persona cuyos movimientos llenan dos condiciones: primera, una ausencia relativamente corta de su domicilio y segunda, que el dinero gastado durante su ausencia provenga de ingresos generados en su lugar de origen y no en los lugares que visita.

"The Encyclopaedia of Social Sciences" nos dice que, en la Grecia antigua, el tráfico turístico fue bastante común -quizá demasiado común (Platón: Leyes Secc. 950)- que hay evidencia de que en el Imperio Romano la gente acaudalada emprendía viajes de placer a la bahía de Nápoles, Sicilia, Grecia, Asia Menor o Egipto siguiendo las rutas ya conocidas y aportando ingresos considerables a los dueños de mesones y guías en los principales centros visitados. Jenofonte, en su obra titulada "Medios para Aumentar las Rentas Públicas en Atenas" señala la posibilidad de atraer un gran número de forasteros a su Estado y sugiere que para atraer extranjeros es conveniente construir casas agradables y establecer órganos especiales destinados exclusivamente a atenderlos ^{1/}. En siglos posteriores se observaban algunas corrientes de turismo-peregrinos a lugares sagrados, tales como Jerusalem, y estudiantes a centros de enseñanza, como Bolonia, París y Oxford. Muchos viajes realizados en la época medieval pueden clasificarse como tráfico turístico puesto que tuvieron muy escasa conexión con el trabajo remunerado. Después del Renacimiento, nuevos e importantes grupos de turistas empezaron a disponer viajes en busca de antigüedades y obras de arte. Un poco más tarde, los viajeros se lanzaban a la búsqueda de las bellezas y maravillas de la naturaleza. Por eso el llamado "grand tour" se convirtió en el siglo XVIII, particularmente en Bretaña, en un elemento necesario en la educación de las clases acomodadas. La obra mencionada informa que en 1785 había referencia que "más de cuarenta mil ingleses, señores y sirvientes, se encontraban fuera del continente"; no obstante señaló tal cantidad como increíble. Con el gran desarrollo del transporte terrestre y marítimo que se llevó a cabo en el siglo XIX y con el aumento del ingreso per capita en muchos países, el turismo se puso al alcance de un considerable número de personas, hasta que los gastos de los turistas se han convertido en la actualidad en el sustento de muchos países, siendo éste un elemento importante en las balanzas de pagos internacionales.^{2/}

1/ Silva Herzog, Jenís. Historia y Antología del Pensamiento Económico, Antigüedad y Edad Media.- pag. 56.- F.C.E., México.

2/ Encyclopedía Británica.- Cook Thomas, tomo 8, Pag. 356.- Encyclopedía Británica Inc., Chicago, London, Toronto 1945.

En el aspecto social se pueden establecer opiniones diferentes respecto al tráfico del turismo. Algunos pensadores en la antigüedad, no menos importantes que los de la época moderna, se han inclinado a atribuir a los viajes, el decaimiento de las costumbres que han desplazado las de sus contemporáneos. Otros, en cambio, concuerdan con Samuel Johnson cuando éste afirma que los viajes traen consigo ventajas. "Si el pasajero visita mejores países, puede que aprenda a mejorar el suyo, y si la fortuna lo lleva a lo peor, posiblemente aprenda a disfrutarlo". También, otros han argumentado que los viajes no son ventajosos meramente, pero es uno de los elementos más importantes de la vida en sociedad; H. T. Buckle, por ejemplo, relaciona al turismo con la pólvora y los "descubrimientos hechos por la economía política".^{3/}

Desde el punto de vista económico, el tráfico turístico moderno es importante porque da lugar a la creación de una serie de servicios, a diferencia de los bienes que se producen en el proceso económico. Por mucho tiempo el análisis económico se ocupó de los bienes físicos de su producción, distribución y consumo en tanto que el estudio de los servicios permaneció comparativamente abandonado.

Si bien es cierto que no existe criterio unánime para precisar cuándo, cómo y en qué circunstancias exactas nació el término "turismo", si en cambio hay uniformidad entre los especialistas, para aceptar que el turismo, como fenómeno socio-económico, presenta en la actualidad características específicas que lo diferencian de la simple actividad viajera registrada en épocas históricas pretéritas y que por ende se trata de un hecho típico de nuestra época.

La mayor parte de los estudiosos del turismo ven en los trabajos realizados por Thomas Cook (1808-1892) el nacimiento del fenómeno turístico, quien se inició en las actividades de agente de viajes al persuadir a la "Midland Countries Railway Company", a que fletara un tren especial de Leicester a Loughborough, de ida y vuelta, por el precio de un chelín per capita para una reunión de sociedad de templanza el 5 de julio de 1841, y se cree que es la primera excursión que se le dio publicidad en Inglaterra. En 1844 hizo arreglos permanentes con esa misma compañía ferroviaria para contar con trenes a su disposición para sus pasajeros. En 1851 Cook hizo arreglos para que 165 000 personas visitaran la Gran Exhibición. A principios de 1860 empezó a fungir como agente de ventas para visitar Inglaterra, posteriormente Suiza, y para 1865 casi la totalidad de Europa estaba incluida en su itinerario. En 1866 extendió sus servicios a los Estados Unidos de Norteamérica. En el mismo año estableció su sistema de "cupones de hotel" proveyendo hospedaje a un precio establecido. En 1889 Thomas Cook padre e hijo adquirieron la exclusiva de transportar correo, especias, soldados y funcionarios del gobierno de Egipto por el Río Nilo.^{4/}

En la actividad de aquel empresario inglés se encuentran contemplados los orígenes de las actividades modernas de promoción de corrientes turísticas y de creación de redes de servicios turísticos.

3/ Encyclopaedia Británica

4/ Encyclopaedia Británica.- Cook Thomas, tomo 6, Pag. 366. Encyclopaedia Británica Inc., Chicago, London, Toronto 1945.

Es evidente que el hombre siempre ha realizado viajes de un sitio a otro, sin embargo, por razones obvias la actividad viajera en épocas anteriores a las que vivimos, estaba motivada en forma preponderante por razones de índole económica, que tendían específicamente a la satisfacción de las necesidades vitales (comercio, guerra, etc) y sólo por excepción y en escasas personas por el deseo de descanso, placer o salud.

En cambio las características peculiares del mundo en que vivimos, tecnificación, facilidad, seguridad y rapidez en la transportación, acceso de grandes masas de población a bienes económicos suficientes, vacaciones anuales y descansos semanales pagados como consecuencia de la industrialización y el desarrollo económico; hacen posible que grupos numerosos de hombres viajen por el simple deseo de placer o descanso de un sitio a otro, hasta llegar a formar auténticas corrientes de viajeros de circulación continua y estable.

Esta corriente de viajeros que llamamos turística se caracteriza por los siguientes rasgos:

- a) Grupo numeroso de personas que en forma transitoria se desplazan de un sitio a otro.
- b) Su circulación provoca el nacimiento estable y continuo de una corriente de viajeros (actual) o está en posibilidad de integrarla (potencial).
- c) El motivo que provoca ese viaje es ajeno al afán de lucro y al de su trabajo habitual.
- d) La motivación del viaje se localiza en el concepto genérico de ocio que incluye la más variada zona de intereses.

El hecho de que un grupo numeroso de personas se traslade de un sitio a otro en forma transitoria, es decir, que temporalmente cambie de residencia, implica en forma inmediata la presencia de una demanda masiva de carácter peculiar que busca satisfacción a las necesidades del viajero, demanda que no sólo se reduce a la búsqueda de satisfactores para las elementales necesidades humanas de habitación, comida, vestido y transporte, sino que, debido a que el fin preponderante del viaje es el ocio, placer o descanso, aparecen una multitud de necesidades secundarias que hay que satisfacer para que el viaje cumpla la función pensada por el "turista". Más aún, las mismas necesidades vitales deben ser satisfechas en forma tal que contribuyan a alcanzar el objetivo fijado al viaje.

Surge así la necesidad de una estructura que sirva específicamente al turismo. Es decir, de una red de servicios turísticos altamente especializada y permanente, cuya misión específica es la de proporcionar los satisfactores que demanda la corriente turística en forma eficazmente adecuada. A esta red de servicios podemos definirla como estructura de servicios turísticos, cuyos elementos y factores deben ser específicamente determinados y clasificados en forma sistemática para obtener un conocimiento objetivo del fenómeno turístico.

1.2.- Factores Condicionantes del Turismo.

Al conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta se relacionan para constituir el fenómeno turístico, proporcionándole sus características peculiares y específicas se le pueden considerar como los factores del turismo ^{5/}. Estos últimos, como todos los factores de los fenómenos sociales, constituyen una red de concatenaciones mutuas, de interacciones y relaciones recíprocas.

Los mencionados factores en sus aspectos más generales, se han denominado extrínsecos e intrínsecos. Los primeros se clasifican en factores extrínsecos estructurales y dinámicos del turismo, y los segundos en factores intrínsecos del turismo y factores intrínsecos dinámicos. ^{6/}

Los factores extrínsecos estructurales del turismo corresponden al conjunto de actos, procesos y relaciones económicas, culturales e institucionales, que se desarrollan conforme a una organización determinada de la comunidad, ya sea esta nacional, regional o local, proporcionando la posibilidad de constituir una base para la realización de la actividad turística. Esta base es, por una parte, estrictamente económica, incluyendo la organización de las finanzas, comunicaciones y transportes, industrias conexas y servicios públicos, y por la otra, institucional, es decir configurante de la conducta, integrada y organizada, mediante la cual se ejerce un control social y se satisfacen deseos, intereses y necesidades del turismo.

Es imposible concebir la actividad turística en un lugar determinado sin una adecuada red de comunicaciones y transportes, ya que sin duda es uno de los factores de mayor importancia. Sin embargo, esas comunicaciones y esos transportes, no son creados para el turismo, a no ser excepcionalmente, sino en función de la vida económica de la comunidad, y su mayor o menor desarrollo influirá decididamente en el fenómeno turístico.

El sistema financiero de una comunidad repercute también indirectamente en el desarrollo turístico, pues además de llenar las funciones crediticias indispensables para el establecimiento de nuevos servicios para el turismo, facilita las actividades cambiarias en todos los centros turísticos. Sin embargo, los mecanismos financieros obedecen básicamente a movimientos económicos generales.

La economía de una comunidad dispone, para la satisfacción de sus necesidades, de una gran cantidad de actividades que coadyuvan al desarrollo turístico, proporcionándole los medios necesarios para la creación de nuevos establecimientos de servicios. Tal es el caso de las industrias de construcción, mueblera, de decoración, de alimentos envasados, de luz, teléfonos, etc., cuyo desarrollo no obedece únicamente a causas provenientes del turismo.

Los servicios públicos, aunque establecidos para el bienestar de la sociedad, son aprovechados por los establecimientos turísticos para proporcionarle mayor comodidad al viajero. Entre ellos se cuentan el alumbrado público, agua potable,

5/ Instituto Nacional de Investigaciones Turísticas, trabajo inédito.

6/ Op. Cit.

urbanización, etc., pero su origen y funcionamiento no están determinados exclusivamente por el turismo.

Además de estos factores de infraestructura, existe otro elemento que actuando también como base, se ha dado en llamar **Clima o Ambiente Turístico**, y que no es otra cosa que la disposición de los sectores público y privado para recibir personas ajenas a su comunidad.

El sector público influye en el ambiente turístico a través de:

1. **Servicios administrativos**, tales como aduanas, correos, telégrafos, y otros similares, cuya buena disposición con el turista y eficiencia redundará en beneficio del desarrollo de esta actividad.
2. **Servicios de protección y auxilio**. La seguridad colectiva en una comunidad es también un factor que influye en el desarrollo de la actividad turística.
3. **Servicios de información**. Las instituciones públicas que tienen entre sus funciones el proporcionar información sobre el país o zona, son factor de gran importancia en el desarrollo turístico, pues los organismos, tales como Consulados y Embajadas aunque no fueron creados específicamente para estas funciones, son las primeras en establecer contacto directo con el turista y la impresión que causan en éste influirá de gran manera en su ánimo.

La actitud de los particulares es también importante para formar el clima o ambiente necesario para acoger con simpatía al turista. Su desarrollo se reflejará en la corriente de viajeros, que busca indudablemente, un ambiente humano propicio para su estancia transitoria en un determinado lugar.

Los factores extrínsecos dinámicos están constituidos por la corriente turística potencial. Esta corriente turística potencial nace gracias a un desarrollo socio-económico en el lugar donde se origina y hace posible que un número determinado de personas puedan disponer de medios económicos y tiempo necesario para viajar. Esa potencialidad estará dada por el mayor o menor grado de desarrollo socio-económico, jurídico, político y cultural alcanzado en la sociedad donde se origina.

Esta corriente turística potencial influye de manera decisiva en el desarrollo de la actividad turística, según que las personas que la forman tengan el hábito o deseo de viajar (corriente turística inmediata), o por el contrario, no hayan roto todavía en la estructura de su actividad cotidiana. En tal caso si tiene las condiciones necesarias para viajar, es preciso influir en ellas para que lo hagan (corriente turística mediata). Determinar lo anterior es indispensable para planear adecuadamente la promoción.

Los factores intrínsecos del turismo, son los medios institucionales específicos y particulares que mueven y orientan los intereses y satisfacen las necesidades

fundamentales de los turistas. Están constituidos por los recursos (naturales, culturales, diversiones y salud), los servicios (alojamiento, alimentación, agencias, guías, transportes, comercio, información y seguridad); y la promoción institucional (pública y privada). Cada uno de los factores mencionados existen en función especial de la actividad turística, es decir, que en forma indirecta se encuentran relacionados con la estructura y con la dinámica de la realidad turística.

El viaje que realiza un turista tiene un objeto, mismo que precisamente juega el papel de motivador para el deseo de viajar y que se agrupa bajo el nombre genérico de Recursos Turísticos. Cuando un viajero desea visitar algún sitio lo hace porque quiere conocer, disfrutar o gozar de "algo" que existe en ese sitio, lo que va a permitir que el turista ocupe su tiempo durante su estancia en el lugar visitado. Conociendo la complejidad humana se comprenderá que ese "algo" encierra una infinita variedad, que está determinada por multitud de factores psicológicos y sociales radicados en la personalidad del viajero. Lo que atrae al turista puede ser múltiple y variado, y puede ser lo mismo la contemplación de un maravilloso paisaje natural, el gustar de exquisitos platillos, el gozar de un determinado clima, el realizar un deporte, el conocer documentos o testimonios culturales de otras épocas, el simple conocimiento de las personas, los modos peculiares de vida, folklore, etc.

Lo anterior, hace ver con claridad que no se puede ofrecer una definición descriptiva y exhaustiva de lo que sea o signifique recurso turístico, sino por el contrario, sólo es posible dar una noción general diciendo que recurso turístico es todo aquello que puede ser capaz de motivar el viaje de un conjunto numeroso de personas. Es interesante notar que el recurso turístico puede ser un fenómeno natural, una obra cultural, un hecho social, o una creación humana. Y es importante señalarlo, porque la conversión de un hecho natural, de una obra cultural o de un hecho social en recurso turístico depende en gran parte del producto de la habilidad humana. En otras palabras, son los hombres los que utilizan las bellezas naturales, los eventos sociales o las obras culturales para motivar el viaje turístico. Los llamados recursos turísticos son en sí mismos fenómenos naturales, culturales o sociales, y es sólo la actividad humana la que les impone ese sentido motivador de turismo.

Si se destaca este hecho es con el objeto de que se pueda comprender la función exacta que juegan, dentro del fenómeno turístico, los llamados recursos, pues puede darse el caso de que existiendo maravillosas obras culturales o estupendas condiciones naturales, no sea posible utilizarlo como recursos turísticos. Diríamos, en tales casos, que son simplemente recursos potencialmente turísticos que esperan de la acción humana para convertirse en recursos turísticos actuales.

Los recursos turísticos, pues, se limitan a motivar el viaje por ser su goce o disfrute, el objeto perseguido. Pero si el objeto inmediato del viaje lo constituye el goce o disfrute de uno o varios de los Recursos Turísticos, no hay que perder de vista que ese goce o disfrute constituye en el fondo un ejercicio del ocio. Por ello el turista lleva también la intención general de vivir cómoda y plácidamente, de pasar placenteramente unos días fuera del sitio habitual de residencia, alejado de su ocupación habitual.

También hay que tomar en cuenta que el hombre no puede dejar de satisfacer un conjunto de necesidades vitales, que no se reducen a las denominadas primarias, sino

que por las características específicas del viaje turístico, desea satisfacerlas, incluso las primarias, en forma que ello contribuya a lograr el esparcimiento, el placer, el ejercicio del ocio. Surge así pues, como medio indispensable para alcanzar el objetivo marcado a un viaje turístico, la existencia de una red de servicios que, en la forma que apetezca el turista, den satisfacción a sus necesidades primarias, secundarias y superfluas. Cabe destacar que por la peculiar motivación del viaje, las necesidades superfluas cobran una particular importancia, y dentro del mismo viaje puede decirse que subjetivamente son consideradas por el turista como primordiales. Lo que en la vida cotidiana ocupa un lugar secundario, se convierte en cosa primordial, debido a que precisamente el viaje es en gran parte motivado por el deseo de abandonar las situaciones normales o habituales de existencia.

Todo esto pone de manifiesto por qué la red de servicios, que después será analizada detenidamente, se convierte en una estructura fundamental para el desarrollo del turismo dentro de una comunidad determinada, por ser ella la que permite que el viajero logre con plenitud los objetivos de su viaje. Los servicios logran que el individuo pueda disfrutar ampliamente de los recursos turísticos, con los que hacen que sea factible la realización misma del viaje turístico en toda su plenitud.

Para que una persona que está en disposición de viajar pueda elegir un determinado sitio que reúna las condiciones de preferencia personal, lo primero que requiere es que lo conozca, y tratándose de grandes masas humanas, ese conocimiento sólo puede lograrse mediante las múltiples actividades que pertenecen a lo que se llama Promoción.

De ahí el papel tan importante que juega este nuevo factor del turismo en el desarrollo y estabilidad de las corrientes turísticas. Sin la promoción no es posible lograr un conocimiento que es la base de la continuidad de la corriente turística. Si un determinado país, zona o región no muestran mediante las actividades promocionales cuáles son los recursos y servicios turísticos con los que cuenta, difícilmente podrá desarrollarse turísticamente, y tener un turismo significativo. La promoción, como hemos mencionado, la realizan en forma conjunta tanto el Estado como la iniciativa privada.

Los factores intrínsecos dinámicos del turismo son el conjunto de personas que realizan la actividad turística en un tiempo y espacio determinado, integrando un grupo social con características transitorias llamada corriente turística. Es esta última la que origina y conforma todo el fenómeno turístico, es la causa generadora de todos los demás factores turísticos. Una modificación en la corriente turística significa un cambio en los factores estructurales del turismo. Una transformación en la morfología de la corriente turística lo provoca también en el significado socio-económico del turismo.

Con estos datos puede ya entenderse cual es la importancia general y el papel que juegan los llamados factores intrínsecos del turismo, sean estructurales o dinámicos. Esta visión de conjunto ha permitido apreciar que son éstos precisamente los factores específicamente turísticos, o sea aquellos elementos esenciales a toda realidad turística.

1.3.- Otros Factores que Influyen en el Crecimiento del Turismo.

Existen otros factores que tiene considerable importancia al determinar la proporción del incremento y la norma de distribución de los gastos turísticos:

1.3.1.- Consideraciones Demográficas. El crecimiento de las poblaciones, los cambios en la distribución de edades y la urbanización creciente de la población, son cada uno factores de importancia. Se ha revelado en los estudios de viajes, que las variaciones de la situación financiera en diferentes etapas en el ciclo de vida de una familia, tienen una marcada influencia en el monto que se gaste en el viaje.

1.3.2.- Condiciones de Trabajo. Las reducciones en horas de trabajo y el aumento de días de fiesta, con goce de sueldo, son factores de importancia. Las cantidades mínimas de esta clase pueden sin embargo, ocultar cambios más importantes en el promedio de período de vacaciones que disfrutan actualmente algunos países relacionados.

1.3.3.- Factores Educativos. La tendencia en todo el mundo para extender las ventajas de una educación más alta, es un factor significativo en el desarrollo del turismo. Muchos estudios sobre viajes en los últimos años, han señalado la relación entre los niveles educacionales y el deseo de viajar.

1.3.4.- Hábitos Sociales. Las pautas actuales de la organización social en Norteamérica y la Europa Occidental han creado nuevos deseos para diferentes clases de actividades ociosas. Una proporción que aumenta de la gente trabajadora en ocupaciones sedentarias, parece ser una explicación para esta demanda de crecimiento de la comodidad (ociosidad) activa; y el turismo gana mucho con esta tendencia recreacional especial.

Además de estos cuatro factores, no debemos perder de vista el considerable efecto que las actividades promocionales de la industria viajera, en sí misma, han tenido sobre la demanda para viajar. Sin embargo, es extremadamente difícil el cuantificar la influencia de estos distintos factores sociales en el crecimiento del turismo. Desde un punto de vista estadístico hay un problema mayor que se deriva de la correlación entre países de muchos factores sociales con aumento en los ingresos. Estas correlaciones encontradas hacen muy difícil separar la influencia de factores individuales. Es muy importante, sin embargo, que deben obtenerse más datos con objeto de establecer más precisamente, las tendencias, en todo el mundo, de los factores sociales, que según se sabe, influyen el crecimiento del turismo.

Por último, otro factor que tiene una influencia considerable en la distribución del tráfico turístico, es el relativo a los niveles de precios de diferentes países que están, en efecto, compitiendo por una acción del mercado total.

1.4.- El Fomento del Turismo en México

El surgimiento del turismo en México, como desplazamiento de grandes masas, es un fenómeno contemporáneo surgido como consecuencia de la creciente tendencia que existe en el mundo por viajar. "Los primeros años de la Revolución no fueron

propicios para la aparición del fenómeno, porque, ni el país gozaba de paz interior, ni habían madurado en el exterior las condiciones generales del desarrollo⁷¹. En 1920 sólo 8 mil turistas visitaron México; a partir de aquel año, la práctica del turismo en gran escala se propagó intensamente en los Estados Unidos como efecto de la difusión del uso del automóvil y comenzó a penetrar en los países limítrofes estimulado por la construcción de carreteras. La depresión de los años treinta indujo a los norteamericanos a buscar formas más baratas de turismo, hecho que coincidió con las dificultades políticas suscitadas en Europa y la reducción paulatina de inmigrantes nacidos en ese continente. Mientras en 1920 el 55% del turismo norteamericano viajó a Europa y sólo el 2% a México, 10 años después, aquel se había reducido al 40% y este aumentaba a 9% correspondiente a 41 mil personas. Tres años más tarde, la proporción era de 33% en el primer caso y del 16% en el segundo.

El movimiento de turistas extranjeros al interior del país ha seguido una fuerte y sostenida tendencia hacia el incremento a partir del término de la Segunda Guerra Mundial. Durante los siete años anteriores, 1938-1945, en los que tuvo lugar el conflicto armado, el número anual de viajeros procedentes del exterior excedió a las 100 mil personas, pero no llegó a sobrepasar la siguiente centena en 1942, año en que México declaró la guerra a las potencias del Eje, bajando la cifra a 90,476. Pero una vez firmada la paz, la inmigración transitoria con fines de recreación y reposo reaccionó vigorosamente: 238,508 turistas en 1946. Nuevamente hubo cierto estacionamiento durante los siguientes dos años, debido sin duda a la reapertura de los centros de atracción europeos; en 1949, se produjo un salto a 322,766 y a 408,123 en 1950; a partir de 1955, el desarrollo del turismo extranjero ha sido sorprendente: 572,499 personas, incluidos menores de edad, visitaron el interior de México en ese año, en 1960 visitaron el país 750,390 turistas, en 1970 2,250,000, en 1980 4,144,000, en 1990 6,393,000 y en 1992 6'352,000.

Alberto J. Pani señala, "El turismo en México se desarrolló en la etapa posterior de la Revolución. Antes de ella, fuera de algunos potentados y de los obligados, dentro del país, por las necesidades del comercio interior y exterior, casi no se viajaba, puede afirmarse que después de la contienda armada se crearon las bases de un sostenido desarrollo económico aunado a una estabilidad política de los regímenes revolucionarios".⁸¹

El turismo es, por una parte, uno de los factores que contribuyen a fortalecer la unidad entre los pueblos de la tierra y, por otra, una actividad esencialmente económica que tiene por razón lógica un carácter dinámico, no solo en sus fines y principios sino también en su ordenamiento jurídico.

De suma importancia han sido los procedimientos legislativos que el gobierno mexicano ha instituido en materia de turismo. El primer antecedente en este aspecto, es el acuerdo del 6 de julio de 1929 publicado en el Diario Oficial de la Federación.

71/ Álvarez José Rogelio, "México: Cincuenta años de Revolución". Fondo de Cultura Económica.- Págs. 291 y 292. México 1960.

81/ Pani Alberto J. "Tres monografías".- Pag. 223. La Industria Nacional de Turismo, Editorial Atlante, S.A. México, D.S. 1991

Esta disposición jurídica le dio carácter permanente a la Comisión Mixta Pro-Turismo que ya existía desde fines de 1928, cuya finalidad era el fomento y desarrollo de la Industria Turística, mediante los procedimientos que considerara más conveniente aplicar para lograr tal objetivo. Desde ese entonces, se suceden distintos lineamientos legislativos que han integrado por así decirlo, la estructura pública en materia de Turismo.^{9/}

El 13 de enero de 1930, se formó la Comisión Nacional de Turismo, que sustituyó a la Comisión Mixta ya citada. La Ley Orgánica de dicha Comisión le otorgó personalidad jurídica, para que pudiera actuar con cierta flexibilidad económica y administrativa; se señaló que el presidente de la misma sería el Secretario de Gobernación. Se fijaron las bases para la formación de las Comisiones Locales de Turismo en los Estados, con representantes de autoridades locales, Cámaras de Comercio, empresas hoteleras y empresas que tuvieran conexión con el turismo.

El objeto de su actividad fue el fomento, por los medios oficiales y privados a su alcance, del turismo nacional e internacional, eliminando obstáculos para el desarrollo de la industria turística, así como servir de coordinador y orientador de las comisiones locales de turismo y esfuerzos oficiales y privados que tendieran a impulsarlo.

El H. Congreso de la Unión, por Decreto del 30 de noviembre de 1932, cambió la denominación de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo, por Secretaría de Economía Nacional y dispuso que las atribuciones que había tenido el encargado del despacho de la secretaría de Gobernación, conforme a la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de turismo del 13 de enero de 1930 y su Reglamento correspondieran, a partir del 1o. de enero de 1933, al encargado del despacho de la Secretaría de Economía Nacional.

Por acuerdo presidencial del 8 de marzo de 1933, la Secretaría de la Economía Nacional, creó la Oficina de Turismo, la Comisión de Turismo, el Comité Oficial y Patronato de Turismo, a efecto de que se estudiaran los problemas relacionados con el turismo y propusieran soluciones concretas a los mismos y mejoraran las condiciones para los turistas.

Fue en el año de 1935 cuando se le confirió de nueva cuenta a la Secretaría de Gobernación la atribución en materia de turismo. Corresponde a esta época la Comisión Nacional de Turismo, integrada por: a) Consejo Patrocinador, formado por los titulares de diversas Secretarías de Estado (Gobernación, Relaciones, Hacienda, Economía, Comunicaciones), y el Departamento de Salubridad; b) Consejo Consultivo, compuesto por representantes de empresas, bancos, comercios; c) Comité Ejecutivo, conformado por un Presidente, un Secretario y un Asesor, designados por el Secretario de Gobernación. Las funciones de esta nueva organización eran las de hacer propaganda de las atracciones turísticas, educar el medio en favor del turismo, perfeccionar los servicios de turismo, proponer las

9/ Departamento de Turismo del Gobierno de México. Testimonio de una política en materia de Turismo. Memoria 1964 pag. 23.

disposiciones legales en la materia, establecer en el país y en el extranjero agencias de turismo y proponer las medidas para el desarrollo del turismo en México.

La Ley General de Población, del 24 de agosto de 1936, señaló como competencia de la Secretaría de Gobernación el fomento del turismo en el exterior y en el interior, como un elemento de cultura, coadyuvante indirecto al desarrollo de la política demográfica y medio de conocimiento de los recursos que ofrece el territorio nacional. Esta función se encargó en esa Ley, a la Dirección General de Población, dependencia de la Secretaría de Gobernación. Por vez primera se regularon normativamente las prestaciones turísticas de los particulares (guías y agencias de turismo), sujetando su actividad a autorización estatal.

El 10 de mayo de 1937, se publicó el ordenamiento que disponía que el Departamento de Turismo, como una de las dependencias de la Secretaría de Gobernación, era el encargado de desarrollar las actividades relativas a turismo señaladas a la Dirección General de Población, de acuerdo con la Ley. Las oficinas de Turismo de las entidades federativas colaborarían con el Departamento de Turismo, y éste constituiría Comités Pro-Turismo y Centros de Atracción en los lugares convenientes, valiéndose de autoridades y de la iniciativa privada. Se señalaron disposiciones para regular la actividad de los prestadores de servicios turísticos, siguiéndose el criterio de la Ley que se reglamentaba, abarcando restaurantes, hoteles, alojamientos, transportes, guías de turistas, agencias de viaje, etc., fijando sanciones por la violación de sus disposiciones.

El Gobierno Mexicano siguió dictando disposiciones legislativas, como fue la relativa al Segundo Congreso Inter-Americano de Turismo en el año de 1941, donde se dictó el acuerdo, que creó el Consejo Nacional de Turismo integrado de un Patronato, la Comisión Nacional de Turismo y las Comisiones locales encargadas del fomento del turismo en nuestro país y en el extranjero.

El 27 de noviembre de 1940, se dictó otro acuerdo relacionado con el fomento y desarrollo del turismo en el ámbito nacional e internacional, en el que ordenaba a las diversas dependencias de la Administración Pública, adoptar una política favorable al fomento y desarrollo del turismo mediante facilidades migratorias, fiscales, y vigilancia de los servicios turísticos.^{10/}

Surgió una nueva estructura el 25 de noviembre de 1947, que crea la Comisión Nacional de Turismo, para conocer y resolver los problemas relativos al turismo nacional y extranjero. Dicha Comisión se compondría de un Consejo Nacional con integración gubernamental, de representantes de empresas públicas y de las entidades particulares que tuvieran interés vital en el desarrollo turístico del país. La presidencia del Consejo la desempeñaría el Secretario de Gobernación. Además, un Comité Ejecutivo, como órgano ejecutor de los acuerdos del Consejo Nacional. Dicho Comité estaría integrado por un Presidente, un Secretario y tres vocales, designados por el Presidente de la República, por conducto del Secretario de Gobernación.

10/ Departamento de Turismo del Gobierno de México, Op. Cit. pag. 24

Las necesidades originadas por el desarrollo del turismo y el interés del gobierno por estimular de manera efectiva dicha actividad, se manifestó a través de la expedición de ordenamientos jurídicos sobre la materia que dieron origen a la Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1949, por medio de la cual se creaba la Dirección General de Turismo, dependiente de la Secretaría de Gobernación. Órgano que se encargaría del estudio y la resolución de los problemas relativos al turismo en la República.

Por decreto del H. Congreso de la Unión, se creó en 1956 el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, (FOGATUR) cuyo manejo en fideicomiso se encomendó a Nacional Financiera, S.A., formando su patrimonio con la cantidad de \$ 50,000,000.00, más las asignaciones que anualmente le fijaron el Presupuesto de Egresos de la Federación, las aportaciones que realizaran los Gobiernos de los Estados y las de los particulares. El fondo se rigió por un Comité Técnico integrado con representantes del Departamento de Turismo, de las dos Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Industria y Comercio, del Banco de México, S.A., y de Nacional Financiera, S.A. Dicho organismo cumplió su tarea de fomento y desarrollo de la actividad turística, mediante los apoyos financieros a las operaciones celebradas a través del sistema bancario nacional y privado. su capital lo absorbió el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, al que quedó incorporado.

El desarrollo del turismo en México recibió un apoyo decidido desde el punto de vista de la política estatal, en el año de 1958. Es en este año cuando surgen o se instituyen elementos más dinámicos y capaces de impulsar esta importante actividad. Uno de los primeros actos del Jefe del Ejecutivo Federal fue el de enviar su iniciativa al congreso de la Unión para reformar la Ley de Secretarías y Departamentos, con lo cual se creó el Departamento de Turismo, dejando de ser una Dirección dependiente de la Secretaría de Gobernación. En esta forma adquiere jerarquía constitucional de Departamento de Estado a partir del primero de enero de 1959.

Por lo que hace a las atribuciones del Departamento de Turismo, la Ley consideraba dos grupos, uno que se refería al fomento turístico y el otro estaba relacionado a la protección del mismo. Sin que por ello, se descuidaran los elementos técnicos indispensables para la realización del plan general de desarrollo turístico. Otro de los aspectos interesantes de la referida Ley, fue la constitución de las Cámaras de Turismo y de su Confederación. Por otra parte, determinaba cuales serían las personas físicas y morales que integrarían la Organización Nacional de turismo.^{11/}

Otras de las medidas de fortalecimiento y promoción al turismo tomadas por el Gobierno en relación con la estructura política-administrativa del turismo fue la creación del Consejo Nacional de Turismo en 1961, en los siguientes términos: Como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades turísticas federales se crea el Consejo Nacional de Turismo cuyas actividades estarían fundamentalmente encaminadas a la elaboración de estudios y promociones turísticas mediante el análisis, estimación y clasificación de los hechos, factores y circunstancias económicas y culturales que operen sobre el turismo nacional y extranjero.

El Banco de México resaltó los beneficios económicos implícitos en la actividad turística y la valiosa contribución de esta industria en mantener el equilibrio de la balanza de pagos, instaurando en 1969 el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (INFRATUR), con el objeto de apoyar la urbanización, fraccionamientos y administración de inmuebles con fines turísticos.

El 3 de diciembre de 1974 se presenta la iniciativa de Ley de Reformas a la Ley de Secretarías de Estado, en la cual se da la transformación del Departamento de Turismo en Secretaría, fundamentada en la necesidad de fortalecer las actividades turísticas al igual que en otros países en desarrollo, como fuente para captar divisas que tiendan a equilibrar las balanzas comerciales y consoliden la autonomía económica de los países en desventaja, se presentó como una de las alternativas más importantes en el momento actual de las relaciones internacionales.

En la Ley Federal de Fomento al Turismo, publicada el 28 de enero de 1974, se estableció el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Fondo que se entregó en fideicomiso a la Nacional financiera, para operar de conformidad con las normas de la citada Ley; conforme al contrato de fideicomiso que celebró con la fiduciaria la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y con las reglas de operación que expidiera dicha Secretaría, oyendo la opinión del entonces Departamento de Turismo, hoy Secretaría de Estado.

El capital inicial del Fondo Nacional de Fomento al Turismo fue integrado con aportaciones del Gobierno Federal, de los gobiernos estatales y municipales, organismos y empresas públicas y los particulares. El Fondo absorbió los capitales del Infratur: Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (500 millones) y del Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (300 millones)

La creciente importancia del turismo como vehículo de integración nacional y factor clave de desarrollo económico y social, ha determinado que el legislador y el Gobierno Federal hayan creado, a lo largo de los últimos sesenta y cuatro años, diversas formas de organización administrativa para el fomento de dichos servicios, con el objeto de lograr una mejor coordinación de los esfuerzos y la eficacia de la acción integral. Es en este sentido como surge en la actual administración el Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, el cual está orientado para influir en el desarrollo Regional, en la generación de empleos y en la captación de divisas, atributos que lo convierten en un verdadero instrumento de desarrollo económico y social.

En consecuencia, el Programa Nacional de Modernización del Turismo, señala el cumplimiento estricto de los siguientes objetivos:

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

Por otra parte, el 30 de enero de 1993, entra en vigor la nueva Ley Federal de Turismo, la cual viene a fortalecer a este sector estratégico de la economía nacional, teniendo como objetivo primordial, la desregulación del marco jurídico aplicable a los prestadores de servicios turísticos, con el fin de promover y facilitar la inversión nacional y extranjera en instalaciones turísticas, que coadyuven al desarrollo económico nacional y al equilibrio regional.

También, busca reforzar las instancias de coordinación entre el sector y las dependencias afines de la administración pública federal, estatal y municipal a fin de evitar la duplicidad en los trámites, así como la descentralización en la toma de decisiones. Por otra parte, este nuevo ordenamiento tiene entre sus objetivos fundamentales el fortalecimiento del turismo social, definiéndolo como aquellos instrumentos y medios a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados viajen con fines recreativos, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

Finalmente, la actividad turística se ha constituido como una de las herramientas para el crecimiento económico de nuestro país, es por ello, que el turismo requiere de un marco normativo que permita su desarrollo armónico, con el objeto de garantizar y mantener la competitividad en el mercado internacional.

CAPITULO II.-

EL TURISMO Y SU IMPACTO EN LA ECONOMIA NACIONAL

2.1.- El Mercado Mundial de Viajes.

Durante la década pasada, el flujo de turistas internacionales registró un crecimiento promedio anual de 4.1%, en tanto que México observó en este mismo periodo un crecimiento de 4.4% promedio anual, lo que revela un dinamismo mayor de la actividad turística de México comparado con la evolución del mercado turístico mundial. En 1992 se registró un movimiento internacional de turistas de 475 millones que generaron ingresos por un monto de 278,626 millones de dólares.

El continente europeo es el principal receptor de turismo mundial al recibir el 60.5% de la corriente internacional y concentrar el 52.8% de los ingresos turísticos totales. La afluencia de turismo al continente americano estuvo constituida en 1992 por 101.7 millones de turistas, el 21.4% del turismo mundial, que generaron 76.4 millones de dólares, el 27.4% de los ingresos del turismo internacional.

CUADRO 1

**PARTICIPACION DE MEXICO Y LAS CINCO REGIONES EN LA CAPTACION
DE TURISTAS A NIVEL MUNDIAL ^{1/}
(1980-1992)**

(Miles de Turistas)

AÑO	TOTAL		MEXICO		AMERICA (EXCL.)		EUROPA		PACIFICO		AFRICA		ORIENTE	
	MUNDIAL	%		%		%		%		%		%		%
1980	287,771	100.0	11,945	4.1	49,442	17.2	189,830	66.0	23,225	8.1	7,337	2.5	5,992	2.1
1981	289,784	100.0	12,031	4.2	49,217	17.0	189,233	65.3	24,725	8.5	8,194	2.8	6,384	2.2
1982	289,177	100.0	11,518	4.0	47,053	16.3	190,624	65.9	25,995	9.0	7,659	2.6	6,328	2.2
1983	332,739	100.0	12,549	4.3	46,309	15.8	192,829	65.9	27,171	9.3	8,144	2.4	5,737	2.0
1984	320,142	100.0	12,954	4.0	54,734	17.1	207,719	64.9	29,937	9.4	8,832	2.4	5,985	1.9
1985	328,636	100.0	11,907	3.6	54,569	16.6	214,264	65.0	32,929	10.0	9,706	2.9	6,242	1.9
1986	340,804	100.0	12,459	3.7	59,112	17.3	216,320	64.1	36,236	10.6	9,345	2.7	5,132	1.5
1987	366,758	100.0	13,831	3.8	62,412	17.0	233,623	63.7	41,612	11.3	9,849	2.7	5,431	1.5
1988	393,885	100.0	14,142	3.6	69,221	17.6	243,020	61.7	47,955	12.2	12,463	3.2	6,961	1.8
1989	427,882	100.0	14,964	3.5	72,498	16.9	270,548	63.2	48,404	11.4	13,751	3.2	7,519	1.8
1990	455,594	100.0	17,176	3.8	76,256	16.8	284,178	62.4	55,432	12.2	14,973	3.3	7,479	1.6
1991	454,822	100.0	16,282	3.6	80,943	17.8	277,904	61.1	57,136	12.6	15,845	3.5	6,712	1.5
1992*	475,265	100.0	17,272	3.6	84,486	17.9	287,529	60.5	61,813	13.0	16,988	3.6	7,177	1.5

* Preliminar

^{1/} Cifras revisadas.

FUENTE: Organización Mundial de Turismo; Secretaría de Gobernación; Banco de México.

CUADRO 2

PARTICIPACION DE MEXICO Y LAS CINCO REGIONES EN LA CAPTACION

DE INGRESOS POR TURISMO A NIVEL MUNDIAL 1/

(1980-1992)

(Miles de Turistas)

AÑOS	TOTAL MUNDIAL	%	MEXICO	%	AMERICA (d./MEX.)	%	EUROPA	%	ASIA Y PACIFICO	%	AFRICA	%	MEDIO ORIENTE	%
1980	102.008	100.0	4.045	4.0	20.110	19.7	61.454	60.4	10.018	9.8	2.711	2.7	3.470	3.4
1981	103.750	100.0	4.898	4.7	22.748	21.9	57.240	55.2	11.883	11.4	2.878	2.8	4.123	4.0
1982	97.880	100.0	1.982	2.0	21.508	22.0	55.544	56.7	12.276	12.5	2.703	2.8	3.867	4.0
1983	98.695	100.0	2.047	2.1	21.526	21.8	55.367	56.1	12.801	13.0	2.639	2.7	4.315	4.4
1984	105.004	100.0	2.462	2.3	28.710	26.3	57.319	52.6	13.391	12.3	2.523	2.3	4.593	4.2
1985	115.424	100.0	2.176	1.9	30.414	26.3	61.181	53.0	14.249	12.3	2.601	2.3	4.803	4.2
1986	139.811	100.0	2.243	1.6	34.668	24.8	77.028	55.1	18.870	13.5	2.970	2.1	4.032	2.9
1987	171.577	100.0	2.840	1.7	38.554	22.5	96.428	56.2	24.653	14.4	3.787	2.2	5.305	3.1
1988	197.743	100.0	2.902	1.5	45.088	23.1	107.121	54.2	32.235	16.3	4.568	2.3	5.149	2.6
1989	210.837	100.0	3.388	1.6	52.342	24.8	110.021	52.2	35.819	17.0	4.349	2.1	4.918	2.3
1990	255.074	100.0	3.934	1.5	61.259	24.0	139.253	54.6	40.529	15.9	5.075	2.0	5.024	2.0
1991	261.056	100.0	4.341	1.7	67.666	25.9	138.234	53.0	42.251	16.2	4.593	1.8	3.971	1.5
1992*	278.626	100.0	4.471	1.6	72.017	25.8	147.205	52.8	45.410	16.3	5.167	1.9	4.258	1.6

*/ Preliminar

1/ Cifras revisadas.

2/ Excluye los ingresos por el pago de transporte internacional

FUENTE: Organización Mundial de Turismo; Secretaría de Gobernación; Banco de México.

Dentro de los principales países receptores de turismo internacional, México ocupa el lugar número 8 en el mundo y el 13 en captación de ingresos. En 1992 nuestro país recibió 17'272,000 turistas que representaron el 3.6% del total mundial de turistas y captó 4,471 millones de dólares de los ingresos que significan el 1.6% a nivel mundial. Es importante destacar que este crecimiento se observa debido a que se considera el flujo y los ingresos de turistas fronterizos.

Lo anterior de acuerdo a los criterios de la Organización Mundial de Turismo, que señala que en el rubro de turistas internacionales se debe incluir a todos los visitantes al país que efectúan una estancia de por lo menos una noche, criterio que actualmente no cubren las cifras de turismo receptivo por incluir solo a los turistas que permanecen más de 72 horas, o que se internan al país más allá de las 35 millas de la frontera.

CUADRO 3
PRINCIPALES PAISES POR CAPTACION DE TURISTAS E INGRESOS
POR TURISMO INTERNACIONAL EN 1992

CAPTACION DE TURISTAS INTERNACIONALES		
PAIS	POSICION	TURISTAS INTERNACIONALES (MILES DE TURISTAS)
FRANCIA	1	58,500
ESTADOS UNIDOS	2	45,500
ESPAÑA	3	36,054
ITALIA	4	26,974
HUNGRIA	5	22,500
AUSTRIA	6	19,474
REINO UNIDO	7	17,855
MEXICO	8	17,272
ALEMANIA	9	15,950
CANADA	10	15,400
CHINA	11	14,290
SUIZA	12	12,950
GRECIA	13	9,000
PORTUGAL	14	8,870
CHECOSLOVAQUIA	15	8,000
CAPTACION DE INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL		
PAIS	POSICION	INGRESOS POR TURISMO (MILLONES DE DOLARES)
ESTADOS UNIDOS	1	49,000
FRANCIA	2	22,190
ESPAÑA	3	21,300
ITALIA	4	20,013
AUSTRIA	5	14,235
REINO UNIDO	6	13,600
ALEMANIA	7	11,100
SUIZA	8	7,590
SINGAPUR	9	5,702
CANADA	10	5,750
HONG KONG	11	5,275
PAISES BAJOS	12	-4,967
MEXICO	13	4,471
AUSTRALIA	14	4,230
KOREA	15	4,100

FUENTE: Organización Mundial de Turismo

Dentro del Continente Americano, México ocupa el tercer lugar en importancia después de Estados Unidos y Canadá. En 1992, nuestro país captó el 16.0% de los turistas y el 5.0 % de los ingresos que recibió este continente.

Cabe destacar que en las últimas dos décadas el turismo de internación en México ha mostrado un crecimiento del 5.4% anual. Tan sólo siete de los países que lo superan en el volumen de visitantes han logrado alcanzar tasas superiores, siendo Francia el que tiene la mayor con el 10%.

Para capitalizar las ventajas representadas por la industria turística nacional, gobierno e iniciativa privada llevan a cabo extensas campañas de promoción en distintos países, pero principalmente, en los Estados Unidos, país de donde proviene un 84% de los turistas que ingresan al país y un 77% de las divisas que se obtienen por este concepto. No obstante, Europa y Latinoamérica contribuyen sólo con 5.1 y 6.2 % de los visitantes extranjeros, a estos países les corresponde 9 y 8%, respectivamente, de los ingresos por turismo. Esta diferencia en proporciones de número de turistas y gasto total, se debe a que el visitante europeo y latinoamericano gasta más porque, su estancia en el país es, en general, más prolongada.

El aprovechamiento de este mercado le ha permitido al país mantener su participación en el flujo turístico mundial con el 1.6% en promedio durante los últimos diez años, lo que significa que ha crecido al mismo ritmo del turismo mundial.

CUADRO 4
PARTICIPACION DE MEXICO EN LA CAPTACION
DE TURISMO MUNDIAL 1/

AÑO	MEXICO		INGRESOS 2/			
	TOTAL MUNDIAL (Miles de Personas)	MEXICO	PARTICIPACION (%)	TOTAL MUNDIAL (Millones de dólares)	MEXICO	PARTICIPACION (%)
1982	287,771	11,945	4.2	102,008	4,045	4.0
1981	289,788	12,031	4.2	103,750	4,899	4.7
1982	289,177	11,518	4.0	97,890	1,982	2.0
1983	292,739	12,543	4.3	98,695	2,047	2.1
1984	320,142	12,954	4.0	109,001	2,462	2.3
1985	329,636	11,907	3.6	115,424	2,176	1.9
1986	240,802	12,659	5.3	139,811	2,242	1.6
1987	361,758	13,831	3.8	171,577	2,442	1.4
1988	392,865	14,142	3.6	197,742	2,502	1.3
1989	427,884	14,964	3.5	210,937	2,399	1.1
1990	455,594	17,176	3.8	255,074	3,924	1.5
1991	454,822	16,282	3.6	261,056	4,241	1.7
1992p/	475,265	17,272	3.6	278,626	4,471	1.6

p/ Preliminar.

1/ Cifras revisadas

2/ Excluye los ingresos por el pago del transporte internacional.

FUENTE: Organización Mundial del Turismo, Secretaría de Gobernación, Banco de México.

Por consiguiente la evolución del turismo de internación a México depende fundamentalmente de la situación económica de los Estados Unidos. Por esta razón se espera que su crecimiento esté altamente influenciado por la recuperación económica de este país.

En las perspectivas económicas a nivel mundial, se prevé un descenso generalizado en la tendencia de crecimiento del PIB, lo que afectará al mercado global de viajes por lo que se espera que su crecimiento sea menos vigoroso que en la segunda mitad de los ochentas. De ahí que todos los escenarios que se pueden establecer indican que su crecimiento estará por debajo de la tendencia histórica (5% entre 1970 y 1992).

Se ha estimado que para el año 2000 el volumen de turistas mundiales se encontrará en el rango de 595 a 621 millones de personas, lo que representa tasas de crecimiento del 3.4% y 3.9% respectivamente.

CUADRO 5

AÑO	ESCENARIOS DE CRECIMIENTO DEL TURISMO MUNDIAL			
	ESCENARIO BAJO		ESCENARIO ALTO	
	TURISMO MUNDIAL (Mills)	TASA MEDIA DE CRECIMIENTO ANUAL	TURISMO MUNDIAL (Mills)	TASA MEDIA DE CRECIMIENTO ANUAL
1991	428		431	
1992	447	1990-1995:3.3%	450	1990-1995:3.7%
1993	463		470	
1994	481		490	
1995	499		511	
1996	518	1995-2000:3.6%	532	1995-2000:4.0%
1997	536		554	
1998	556		576	
1999	575		598	
2000	595		621	
2010	815	2000-2010:3.2%	879	2000-2010:3.5%

FUENTE: Organización Mundial de Turismo

Bajo estos supuestos, y de acuerdo a las perspectivas de la actividad turística en México, el país se encuentra en posición de incrementar su participación en el mercado norteamericano hacia el que está dirigida fundamentalmente su estrategia de mercado por ser éste el que ofrece mayores ventajas de aumentar el turismo receptivo y en consecuencia la participación del país en el turismo mundial, pasando del 1.6% en 1992 al 2.1% en el año 2000.

2.2.- Participación del Sector Turismo en México

Dentro de la reestructuración económica de México en la que se pretende apoyar el crecimiento y diversificación de la actividad no petrolera, el turismo se considera como una de las actividades económicas que tienen mayor potencial para generar divisas y crear empleos en forma masiva.

Por estas razones, se dispuso en el Plan Nacional de Desarrollo, dar prioridad al turismo mediante la ampliación y mejoramiento de la planta turística existente y una mayor penetración en los mercados, que permita el incremento de la afluencia de turismo nacional y extranjero y de su derrama económica, aumentando de esta manera su contribución a la economía nacional.

que permita el incremento de la afluencia de turismo nacional y extranjero y de su derrama económica, aumentando de esta manera su contribución a la economía nacional.

Gracias al impulso brindado a la actividad turística; precedente a nuestros días, tenemos una infraestructura con estándares internacionales de calidad y precios competitivos.

En los últimos años el turismo del país mostró signos de estabilización y recomposición, ya que diferentes variables de medición de esta actividad arrojaron resultados muy similares, pese a diversas incertidumbres que afectaron al sector turístico a nivel internacional. Lo anterior, permite afirmar que esta actividad se ha forjado una posición definida en el mercado nacional si consideramos que participó con un 3.02% del PIB ^{12/} en 1991 y con un 3.08% en 1992. Representó 8.26% de las divisas que ingresaron al país en 1991 y el 8.17% en 1992, lo que la convierte en la segunda generadora de recursos financieros internacionales. También, es una importante fuente de empleo con 2.0 millones de personas ocupadas en la actividad turística en 1992, que representó un 7.7% de la Población Economicamente Activa, en ese año.

12/ Ha sido medida por el concepto de Restaurantes y Hoteles (Ramo 63)

CUADRO 6

INDICADORES BÁSICOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA				
	1989	1990	1991	1992
Participación con respecto al PIB	2.80%	2.91%	3.02%	3.08%
Participación en Ingresos de Cuenta Corriente	8.20%	7.55%	8.24%	8.17%
Miles de personas ocupadas	n.d.	n.d.	1,987	2,000
Miles de turistas	6,196	6,393	6,372	6,352
Permanencia media en el país, en días	11.3	10.4	10.5	10.7
Gasto total en millones de dólares	2,954.00	3,408.90	3,781.70	3,867.80
Gasto medio por turista en dólares	477.5	532	592.8	608.9

FUENTE: Indicadores Básicos del Sector Turismo, SECTUR, Indicadores del Sector Externo, INEGI e Informe Anual, Banco de México.

Su participación se vuelve más significativa considerando su aportación a otros sectores, tales como, el de servicios y el industrial. En 1992 la contribución al PIB de los hoteles y restaurantes junto con la rama de transporte y entretenimiento, entre otras, fue del 6%.

CUADRO 7

PARTICIPACION DEL TURISMO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO (millones de pesos de 1990)				
AÑO	PIB NACIONAL	VARIACION %	RESTAURANTES Y HOTELES	PARTICIPACION %
1980	4'470,077	-	152,255	-
1981	4'862,219	8.8	160,740	3.3
1982	4'831,689	-0.6	165,863	3.4
1983	4'628,937	-4.2	156,819	3.4
1984	4'796,050	3.6	145,091	3.0
1985	4'920,430	2.6	129,460	2.6
1986	4'738,600	-3.7	125,288	2.6
1987	4'817,733	1.7	129,431	2.7
1988	4'975,994	1.2	130,359	2.7
1989	5'034,653	3.3	141,564	2.8
1990	5'255,777	4.4	153,498	2.9
1991	5'445,560	3.6	164,007	3.0
1992	5'607,486	2.6	176,417	3.0

FUENTE: Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1992, SECTUR 1992.

El resultado de la actividad turística nos muestra que por concepto de generación de divisas, el gasto total pasó de 1,671.2 millones de dólares en 1980 a 3,867.8 millones de dólares en 1992.

En relación con los ingresos en la cuenta corriente, el total generado por la cuenta de viajeros participo con el 12.7% en 1991 y con el 12.2% en 1992; si se excluye el valor de los ingresos por exportaciones de petróleo crudo ascendió en 1991 a 11.1% y en 1992 a 10.7%

CUADRO 8

INGRESOS POR TURISMO EN LA CUENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS (MILLONES DE DÓLARES)					
AÑO	TOTAL	EXCLUYE EXPORTACIONES DE PETRÓLEO CRUDO	INGRESOS POR TURISMO	C/A	C/B
	(A)	(B)	(C)		
1980	24,947	15,499	5,614	22.5	36.2
1981	30,810	17,505	6,758	21.9	38.6
1982	28,003	12,380	2,864	10.2	23.1
1983	28,945	14,151	3,020	10.4	21.3
1984	32,902	17,935	3,617	11.0	20.2
1985	31,638	18,330	3,239	10.5	18.5
1986	25,180	19,600	3,337	13.8	18.0
1987	31,443	23,566	3,927	12.8	17.3
1988	33,742	27,858	4,386	13.5	16.4
1989	38,126	30,834	5,123	13.5	16.7
1990	55,388	46,467	5,915	10.7	16.0
1991	57,135	49,870	6,322	11.1	12.7
1992	60,855	53,435	6,496	10.7	12.2

Fuente: Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1992

En la generación de empleos destaca el dinámico papel que tiene la actividad turística en la cual de 1985 a 1992 se crearon 60 mil empleos directos y 149 mil indirectos, lo que nos da un total de 209 mil empleos generados en 7 años. En 1992 el personal ocupado en esta actividad representó el 7.7% de la población económicamente activa, con un total de 2.0 millones de trabajadores.

CUADRO 9

PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL Y ESPECIALIZADO EN LOS EMPLEOS CONECTADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (Miles de personas)				
AÑO	PERSONAL OCUPADO		PERSONAL OCUPADO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	
	A NIVEL NACIONAL	TOTAL	EMPLEOS DIRECTOS	EMPLEOS INDIRECTOS
1985*	21,956	1,791	512	1,279
1986*	21,640	1,811	518	1,293
1987*	21,647	1,825	522	1,303
1988*	22,055	1,847	527	1,320
1989*	22,355	1,883	538	1,345
1990*	22,586	1,924	559	1,374
1991	22,515	1,944	542	1,402
1992 p/	n.d.	2,000	572	1,428

Fuente: Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1992
Estimaciones de la Secretaría de Turismo.

Los indicadores de la oferta turística registran incrementos constantes, es decir, se continúa con la ampliación de la infraestructura turística en un esfuerzo por motivar el crecimiento de la demanda al plantearse nuevas alternativas en la elevación de servicios y destinos turísticos. Se estima que la oferta de cuartos aumento 2.9% al pasar de 345,159 cuartos en 1991 a 355,189 en 1992; los asientos en vuelos directos a aeropuertos del país aumentaron en 34%, y el número de arriros de cruceros en 18%. En 1992, el número de establecimientos de hospedaje ascendió a 8,488.; La ocupación de hoteles lujosos en el período 1991-1992 se ha mantenido en un 67%, más alta que el promedio en el país del 53.3%.

Del total de las habitaciones que integran la oferta de hospedaje: el 28% son cuartos de lujo, correspondientes a las categorías de Clase Especial, Gran Turismo, Cinco y Cuatro Estrellas. En las categorías de tres, dos y una estrella se ubica el 33% de las habitaciones y el 36% restante se encuentran en la clase económica y sin categoría turística.

CUADRO 10
INDICADORES DE LA OFERTA TURISTICA

CATEGORIA	UNIDAD DE MEDIDA	VALORES 1998/1999	VARIACION 1998/1999
OFERTA HOTELERA 1/	NUMERO DE CUARTOS	355,189	2.9
OFERTA DE TIEMPOS COMPARTIDOS	NUMERO DE DESARROLLOS	316	10.9
PROYECTOS ACTIVOS	PROYECTOS	130	-3.9
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	ESTABLECIMIENTOS	5,080	4.4
CAMPOS DE GOLF	CAMPOS	128	-0.8
MARINAS TURISTICAS	MARINAS	66	35.3
VUELOS DIRECTOS	MILES DE VUELOS	326	34.0
NACIONALES		261	38.3
INTERNACIONALES		66	19.3
ASIENTOS EN VUELOS DIRECTOS	MILES DE ASIENTOS	43,433	33.9
NACIONALES		30,926	27.2
INTERNACIONALES		12,508	50.4
ARRIVOS DE CRUCEROS	ARRIVOS	1,920	17.9

1/ Indicadores obtenidos en base a la información de 50 Centros Turísticos del país cuya oferta hotelera se encuentra representada el 43.7% del total nacional.

FUENTE: Dirección General de Registro y Regulación, Resort Condominiums Int., Official Airline Guide, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, e Investigación directa de la Secretaría de Turismo

CUADRO 11
INDICADORES DE LA DEMANDA TURISTICA

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	1988	VARIACION 1988/1987
OCCUPACION HOTELERA ^{1/}	PORCENTAJE	59	-1.0
VISITANTES HOSPEDADOS EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS ^{1/}	MILES DE PERSONAS	21,723	-1.0
VISITANTES NACIONALES HOSPEDADOS EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS ^{1/}	MILES DE PERSONAS	16,757	-0.7
VISITANTES EXTRANJEROS HOSPEDADOS EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS ^{1/}	MILES DE PERSONAS	4,966	-2.1
SEMANAS VENDIDAS EN TIEMPO COMPARTIDO ^{2/}	NUMERO DE SEMANAS	107,343	3.8
ORIGEN DE LOS COMPRADORES	PORCENTAJE DE SEMANAS VENDIDAS		
NACIONALES		61	
EXTRANJEROS		39	
LLEGADAS DE PASAJEROS A AEROPUESTOS	MILES DE LLEGADAS		
NACIONALES		19,300	4.7
INTERNACIONALES		13,789	7.9
MILETAMENTO		43.7	4.7
PASAJEROS EN CRUCEROS ^{3/}	MILES DE PASAJEROS	2,050	2.6

1/ Indicadores obtenidos en base a la información de 50 Centros Turísticos del país cuya oferta hotelera encuentra representada el 43.7% del total nacional.

2/ Las semanas vendidas son sólo en proyectos activos.

3/ Incluye total de pasajeros atendidos (en tránsito, desembarcados y embarcados).

FUENTE: Dirección General de Registro y Regulación, Resort Condominiums Int., Official Airline Guide, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, e Investigación directa de la Secretaría de Turismo

El turismo receptivo total del país se ha duplicado en los últimos años creciendo con una tasa promedio del 4.4% anual. La evolución de este mercado ha sido aún más dinámica a partir de 1980, año en el que se internaron al país 4'144,200 turistas, quienes gastaron en total 1,671.2 millones de dólares. En la actualidad encontramos que el número total de turistas se ha incrementado en un 65.2%, a 6'352,000 y que el gasto total se ha incrementado 43.2, a 3,867.8 millones de dólares. Estos datos demuestran que en la segunda parte de la década de los ochenta nuestro país experimentó una gran dinámica porque, el indicador de afluencia mostró un crecimiento anual de 8.6% y los ingresos una tasa anual de 17.4%

CUADRO 12

TURISMO RECEPTIVO TOTAL A MEXICO (MILES DE VISITANTES)			
AÑO	VISITANTES MILES VISITANTES	DOLARES	PER MIL DOLARES
1980	4,144.2	1,671.2	3,518.0
1981	4,037.5	1,759.7	3,404.5
1982	3,747.4	1,485.9	3,517.5
1983	4,749.1	1,624.5	3,437.7
1984	4,654.0	1,952.7	3,085.4
1985	4,207.0	1,719.7	4,014.9
1986	4,625.0	1,791.7	4,124.4
1987	5,407.2	2,274.4	4,244.7
1988	5,472.0	2,544.3	4,455.9
1989	6,186.0	2,954.0	4,567.6
1990	6,392.7	3,490.9	4,612.4
1991	6,372.0	3,703.7	4,575.4
1992	6,352.0	3,847.8	
T.C.N.A. 85/90	9.7%		2.8%
T.C.N.A. 80/85	2.2%		3.1%

FUENTE: Estudio de mercado Turístico de los Planes Maestros de Los Centros Integralmente Planeados de Fonatur.

El crecimiento en los ingresos por turismo de internación fue resultado, no sólo de un aumento en el número de turistas, sino de un crecimiento en el gasto medio del turista y de un nivel de estadía más alto. Aunque a partir de esta década, el número de turistas ha ido disminuyendo gradualmente, esto no implica que suceda lo mismo con los ingresos totales, puesto que el gasto medio continúa aumentando.

Las variaciones en el crecimiento de la economía estadounidense (expresada en términos del producto interno bruto), se ven reflejadas en un aumento o disminución de la afluencia de turistas de ese país al exterior, que buscan obtener más y mejores servicios por un menor precio, lo que hace que los países receptores busquen ser competitivos en la oferta de sus servicios.

En este sentido, México ha demostrado ser competitivo al sostener la captación de ese mercado a pesar de la reducción del PIB estadounidense, experimentando básicamente un cambio en la atracción por tipo de segmentos.

En años recientes, las tendencias en la segmentación del mercado receptivo norteamericano muestran una mayor participación de los segmentos de menores recursos que prefieren destinos de playa, los cuales representan un poco más de la mitad del total.

De hecho, los segmentos que muestran un mayor dinamismo son el económico familiar y el de jóvenes activos, cuya participación ha pasado del 32 al 52% en la última década. Por el contrario, los segmentos cultural y el de lujo han disminuido su participación del 55% al 35%.

CUADRO 13

EVOLUCION DE LOS SEGMENTOS DE TURISMO RECEPTIVO EN MEXICO				
SEGMENTOS	1980	1987	1989	1992
CULTURAL	24.0	31.0	19.0	18.0
NATURISTA	8.0		7.0	9.0
DE LUJO	31.0	21.5	19.0	17.0
ECONOMICO/FAMILIAR	19.0	26.0	24.0	23.0
JOVENES ACTIVOS	13.0	21.5	28.0	29.0
SOFTICADOS	5.0		4.0	4.0
T O T A L	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

FUENTE: Elaborado por la Dirección Urbana y Regional (FONATUR) con base al Estudio de Mercado Turístico de los Planes Maestros de los Centros Integralmente Planeados de FONATUR, DPUR-FONATUR.

El 44.4% del turismo extranjero se dirige principalmente hacia los destinos de playa, y dentro de éstos, a los Centros Integralmente Planeados que son visitados por el 55.8% de esta corriente. Después de los centros de playa, los destinos más visitados son las grandes ciudades con el 17%.

CUADRO 14

EVOLUCION HISTORICA DEL NUMERO DE VISITANTES EXTRANJEROS POR GRUPO DE CENTROS TURISTICOS (MILES DE VISITANTES)						
AÑO	INTEGRALMENTE PLANEADOS	TRADICIONA LES	DEL INTERIOR	GRANDES CIUDADES	RESTO DEL PAIS	TOTAL
1985	751.6	1,282.5	297.7	872.2	1,004.0	4,207.0
1986	901.0	1,251.2	104.6	872.4	1,291.8	4,625.0
1987	1,088.0	1,648.5	435.0	1,040.4	1,195.1	5,407.0
1988	988.6	1,494.4	444.2	1,056.2	1,708.6	5,692.0
1989	1,202.7	1,412.0	399.2	914.5	2,257.6	6,186.0
1990	1,585.6	1,254.3	431.7	1,048.1	2,073.3	6,393.0
1991	1,873.8	1,130.4	373.3	1,015.2	1,979.3	6,372.0
1992	1,962.3	1,144.6	350.2	862.7	2,032.2	6,352.0

FUENTE: Investigación Directa de la Secretaría de Turismo y de FONATUR.

A partir de 1985 se observa que los incrementos en la afluencia de visitantes extranjeros se han presentado básicamente en los Centros Integralmente Planeados, cuya participación ha contribuido a incrementar en un 88.7% la afluencia que se dirige a los destinos costeros. En conjunto, los Centros Integralmente Planeados fueron visitados por 1.9 millones de turistas en 1992, que representaron el 63% del total de los destinos de playa.

Las principales características de la evolución turística de estos centros, muestran un fuerte dinamismo basado en el acelerado crecimiento de la oferta y en las agresivas campañas de promoción que se han realizado. Esto les ha permitido captar en forma masiva el mercado de turismo de internación, hasta constituir aproximadamente el 67% del total de su afluencia.

Los centros tradicionales de playa han mantenido un flujo promedio de turistas de 1.3 millones y las grandes ciudades de 0.9 millones, en tanto que las ciudades del interior mantienen una afluencia promedio de 450 mil turistas al año.

El futuro crecimiento del mercado receptivo y su distribución a los distintos destinos turísticos del país, dependerá de la mayor penetración que se logre hacer en el mercado potencial de Estados Unidos y del cambio en la estructura de los segmentos que actualmente se captan, así como de sostener un crecimiento de otros mercados internacionales.

La industria de tiempos compartidos registró un incremento en semanas vendidas del 3.8%, los pasajeros que arribaron a los aeropuertos del país y en crucero aumentaron en 4.7 y 2.6% respectivamente. El turismo receptivo que ingresó al país representó el 74% del total y aumento en 4% respecto a 1991; los nacionales residentes en el extranjero que visitaron México ascendieron a 1.6 millones de personas y efectuaron un gasto superior al de 1991 en 26%. Por otra parte, se registró un crecimiento del 10% en la captación de turistas europeos, siendo éstos 361,000 visitantes.

CUADRO 15

DEMANDA DE LA INDUSTRIA DE TIEMPOS COMPARTIDOS 1992 *

VENTAS ESTIMADAS (SEMANAS VENDIDAS **)

	1992	1991
TOTAL	167,362	3,8
ACAPULCO	14,295	23.2
CANCUN	29,159	8
COZUMEL	2,972	18.9
IXTAPA	9,443	-13.9
LOS CABOS	5,920	-4.4
MANZANILLO	4,736	5.3
NAZATLAN	7,848	6.1
FUERTO VALLARTA	24,749	3.9
OTROS	4,011	-24.3

*/ Las semanas vendidas son solo de los proyectos activos.

CUADRO 16
ORIGEN DE LOS COMPRADORES

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS		
TOTAL	61	39
ACAPULCO	66	34
CANCUN	43	57
COZUMEL	42	58
IXTAPA	12	8
LOS CABOS	97	3
MANZANILLO	89	11
MAZATLAN	21	71
FUERTO VALLARTA	6	94
OTROS	12	18

FUENTE: Resort Condominiums International (R.C.I.) México.

CUADRO 17
MOVIMIENTO DE CRUCEROS EN LOS PRINCIPALES PUERTOS NACIONALES
1992

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS		
1992 (p)		
TOTAL	3,030	2.6
ACAPULCO, GRO.	109	-24.8
CABO SAN LUCAS, B.C.S.	284	30.9
COZUMEL, Q.R.	477	12.5
ENSENADA, B.C.	589	-12.5
MANZANILLO, COL.	8	-42.9
MAZATLAN, SIN.	241	25.5
PROGRESO, YUC.	1	-50.0
FUERTO VALLARTA	243	22.3
ZIHUATLANJO, GRO.	58	-24.7

p/ Preliminar
FUENTE: Dirección General de Puertos y Marina Mercante, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

CUADRO 18
MOVIMIENTO DE PASAJEROS EN CRUCERO 1992

DESTINO	1992 (p/)	
	1992 (p/)	VARIACION % 92/91
TOTAL	1,920.3	17.9
ACAPULCO, GRO.	114.4	-8.0
CANO SAN LUIS, B.C.S.	260.6	31.9
COZUMEL, Q.P.	609.7	23.9
ENSENADA, B.C.	381.2	2.8
MANZANILLO, COL.	6.6	-35.8
MAZATLAN, SIN.	237.4	29.8
PROGRESO, YUC.	0.3	-68.9
FUERTO VALLARTA	268.6	35.4
ZIHUATANEJO, GRO.	43.4	-20.5

p/ Preliminar

1/ Incluye total de pasajeros atendidos (en tránsito desembarcados y embarcados).

FUENTE: Dirección General de Puertos y Marinas Mercantes. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

CUADRO 19
TURISMO RECEPTIVO 1992 p/

VIA DE TRANSPORTE

	INDICADOR BÁSICO DE TURISMO RECEPTIVO		INDICADOR BÁSICO DE TURISMO RECEPTIVO	
	1992	VARIACION 92/91	1992	VARIACION 92/91
TOTAL	6,392	-8.3	3,868	2.2
VIA AEREA	4,693	4.0	3,274	2.5
VIA TERRESTRE	1,669	-10.7	594	0.7

NACIONALIDAD

	INDICADOR BÁSICO DE TURISMO RECEPTIVO		INDICADOR BÁSICO DE TURISMO RECEPTIVO	
	1992	VARIACION 92/91	1992	VARIACION 92/91
TOTAL	6,392	-8.3	3,868	2.2
EXTRANJEROS	4,759	-3.3	3,044	-2.8
NACIONALES RESIDENTES EN EL EXTERIOR	1,593	9.9	823	26.3

FUENTE: Indicadores Básicos del Sector Turismo, SECTUR, 1992.

CUADRO 20

RESUMEN

MOVIMIENTOS Y FLUJOS DE DIVISAS POR TURISMO

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	MILES DE DÓLARES	MILLONES DE PÉSOSES
TURISMO INTERNO			
TURISTAS	MILES DE PERSONAS	6,352	-0.3
PERMANENCIA EN EL PAÍS	DÍAS	10.8	-3.2
INGRESOS POR TURISMO	MILLONES DE DÓLARES	3,868	2.2
TURISMO DOMESTICO			
ENTRADA DE VIAJEROS 1/	MILES DE PERSONAS	10,792	10.2
INGRESOS DE DIVISAS 1/	MILLONES DE DÓLARES	602	8.2
TURISMO EXTERNO			
TURISMO EXTERNO	MILES DE PERSONAS	4,878	12.1
PERMANENCIA EN EL EXTRANJERO	DÍAS	7.7	0.7
EGRESOS POR TURISMO	MILLONES DE DÓLARES	2,879	10.7
TURISMO EXTERNO FRONTERIZO			
SALIDA DE VIAJEROS 1/	MILES DE PERSONAS	6,464	85.2
EGRESOS DE DIVISAS 1/	MILLONES DE DÓLARES	492	69.6
BALANZA TURÍSTICA			
BALANZA TURÍSTICA	MILLONES DE DÓLARES	1,788	-4.1
BALANZA DE TRANSACCIONES DEL TURISMO FRONTERIZO 1/	MILLONES DE DÓLARES	141	-50.5
TURISMO EXTERNO			
VISITANTE INTERNO 2/	MILES DE PERSONAS	38,200	2.0

p/

Preliminar

1/

Cifras referentes a los viajeros fronterizos con permanencia de 24-72 horas.

2/

Turistas Nacionales hospedados en hoteles, moteles y otros establecimientos de hospedaje diferentes a la hotelería convencional

FUENTE:

Secretaría de Gobernación, Encuesta del Banco de México, Investigación directa de la Secretaría de Turismo

2.2.1.- Mercado Nacional

El crecimiento de este mercado ha sido constante, alcanzando 37.4 millones de turistas en 1991 y 38.2 millones en 1992, lo que significa un crecimiento en el número de visitantes nacionales del 2.2%, no obstante que la población mayoritaria ha tenido un menor ingreso real. Si bien su crecimiento se ha mantenido estable, se ha registrado una modificación del perfil del viaje del turista, ahora hace mayor utilización del transporte terrestre, registra una menor estadía por viaje y una mayor densidad por cuarto.

La caída en el ingreso real también ocasionó una disminución en la salida de mexicanos hacia el exterior, lo que provocó resultados más equilibrados en la balanza turística y un aumento de visitantes nacionales, sobre todo de los sectores de mayores ingresos en los destinos donde se concentra la oferta turística de mayor calidad.

En la actualidad, se clasifican los centros hoteleros del país en cinco grandes tipos:

- a) **Centros Planeados.-** Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, Loreto, Los Cabos y Bahías de Huatulco. Formados a partir de la década de los setentas, con el apoyo del Gobierno Federal a través de FONATUR, su objetivo es desarrollar bastas extensiones de territorio con atractivos naturales sobresalientes. Normalmente, estos proyectos requieren financiamientos muy importantes porque, es necesario establecer incluso la infraestructura básica como carreteras, aeropuertos, redes de distribución de agua, drenaje, etc.
Los Proyectos Turísticos Integrales, constituyen conceptos turísticos similares, desarrollados por la iniciativa privada en extensiones de terreno con un mínimo de 150 hectáreas, donde se construyen hoteles, condohoteles, condominios, marinas, centros comerciales, clubes de golf, de yates, de tenis, restaurantes y otras instalaciones de apoyo y servicios relacionados. El mayor porcentaje de huéspedes en los hoteles de estos centros son turistas extranjeros deseosos de una máxima calidad y servicio. Existe una gran demanda en México de condominios turísticos que se destinarán a ser segundo hogar de los habitantes con alto poder adquisitivo de las grandes ciudades de la República Mexicana.
- b) **Centros Tradicionales.-** Acapulco, Cozumel, La Paz, Manzanillo, Mazatlán, Pto. Vallarta y Veracruz. Antiguos centros turísticos localizados en bahías y puertos donde además de esta industria se desarrollan otras actividades, como las relacionadas con la transportación marítima, la pesca de altura, etc. Comúnmente, el porcentaje más alto de visitantes corresponde a los nacionales.
- c) **Grandes Ciudades.-** Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. La actividad turística se desarrolla en estos destinos pero, la clase de visitante más asiduo es el viajero de negocios.
- d) **Ciudades del Interior.-** Guanajuato, Mérida, Morelia, Oaxaca y Zacatecas. Por lo general, son centros turísticos coloniales e igualmente, centros de negocios en expansión.
- e) **Centros Fronterizos.** Cd. Juárez, Reynosa y Tijuana. Aquí arriban los viajeros que, cotidianamente, se hospedan mientras, realizan sus compras y negocios en esta franja.

CUADRO 21

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS POR TIPO Y VISITANTES EN CUARTOS SELECCIONADOS DEL PAÍS					
	No. de Cuartos**	% de Ocupación	VISITANTES NACIONALES		
			Miliones	Personajes	Total
a) Centros Planeados	24,924	53.9	951.7	1,942	2,913
b) Centros Tradicionales	45,145	47.4	3,802.6	1,144	4,946
c) Grandes Ciudades	35,879	59.1	4,026.5	862	4,887
d) Ciudades del Interior	11,570	49	1,812.1	350	2,162
e) Centros Fronterizos	9,094	53.9	1,919.0	393	2,312
T O T A L	126,612	50.6	12,511.9	4,691	17,149

* En miles de personas

** Cuartos de hotel de categoría de 1 a 5 estrellas, Gran Turismo y Clase Especial.

Se incluyen establecimientos de clase económica, sin clasificación, tiempo compartido y similares.

FUENTE: SECTUR, FONATUR y Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

El viajero nacional, ya sea de placer o de negocios, representa el 77% de los huéspedes en los centros vacacionales del país; esta cifra nos habla de la trascendencia de la recuperación de la economía nacional para esta importante actividad.

Como resultado de lo anterior, tenemos que el crecimiento de visitantes en los Centros Integralmente Planeados en su conjunto ha sido el más dinámico del país, pasando de 868,900 visitantes en 1991 a 951,700 visitantes nacionales en 1992, que representa un incremento del 9.5%.

El crecimiento en los centros tradicionales de playa, ha sido sensiblemente menor que en los Centros Integralmente Planeados, al pasar de 3'682,900 visitantes nacionales en 1991 a 3'802,600 en 1992. Sin embargo, su volumen es casi cuatro veces más grande, lo que pone de manifiesto la importancia que tiene esta corriente en dichos destinos, al conformar el 76% de la afluencia que reciben.

En el resto del país, las grandes ciudades fueron visitadas por 4.0 millones de personas y las ciudades seleccionadas del interior por 1.8 millones. Por otro lado, el mayor volumen de turistas nacionales, 27.6 millones, se dirigió a otros sitios dispersos en el interior de nuestro territorio.

CUADRO 22

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL NÚMERO DE VISITANTES NACIONALES POR GRUPO DE CENARIOS TURÍSTICOS (MILES DE VISITANTES)						
AÑO	INTEGRALMENTE PLANADOS	TRADICIONA LES	DEL INTERIOR	GRANDES CIUDADES	RESTO DEL PAÍS	TOTAL
1985	469.6	3,117.0	1,782.5	4,333.6	17,639.3	27,342.0
1986	478.1	3,264.9	1,969.3	4,084.3	22,396.4	32,193.0
1987	446.3	3,220.9	2,071.7	4,356.6	23,613.5	33,709.0
1988	379.3	3,041.9	1,978.4	4,123.3	24,537.1	34,060.0
1989	531.0	3,138.9	1,999.3	4,235.0	25,566.7	35,471.0
1990	703.7	3,386.9	1,992.8	4,477.7	25,992.8	36,554.0
1991	868.9	3,682.9	1,875.0	4,326.1	26,683.1	37,436.0
1992	951.7	3,802.6	1,812.1	4,026.5	27,649.1	38,242.0

FUENTE: Investigación directa de la Secretaría de Turismo y FONATUR.

En la actualidad, la mayoría de los viajeros nacionales se transporta por carretera, sin embargo, los ingresos más altos en la actividad turística se obtienen de las personas que se transportan por vía aérea. La desregulación del espacio aéreo ha permitido un mayor desarrollo de los vuelos charter que, a su vez, permitió incrementar el flujo de turistas extranjeros al país.

En relación con la red carretera existe un ambicioso programa que involucra a la iniciativa privada en proyectos de gran envergadura. Recientemente, se anunció que, en breve, se publicarán las convocatorias para adjudicar 1,500 kilómetros de autopistas. El programa nacional de autopistas 1989-1994 contempla todavía la concesión de 2,430 kilómetros; hasta el momento, la operación de más de 5,000 kilómetros ha pasado a manos privadas, o de gobiernos estatales.

En 1992, la ciudad con el porcentaje más alto de viajeros de negocios es Puebla (57%), mientras que, Cuernavaca es el destino con mayor proporción de turistas individuales (49%). Con respecto a la segmentación por origen, la Ciudad de Morelia recibe el máximo número de visitantes nacionales, Cancún y Cozumel son los destinos que captan el porcentaje más importante de extranjeros (70%, para ambos).

La ocupación promedio en 1992, para el total del país, fue de 67% en las categorías de Cuatro a Cinco Estrellas y Gran Turismo. En el verano, de ese año, los destinos que registraron las ocupaciones promedio más altas de la temporada fueron Cancún con 81%, Monterrey con 78%, Guadalajara con 73% y el Distrito Federal con la misma cifra. Cuernavaca y San José del Cabo registraron las ocupaciones más bajas de la muestra con un 44% y 34% respectivamente.

2.3.- El Turismo en la Balanza de Pagos 1980-1992.

En estos tiempos, el sector externo adquiere singular relevancia para las naciones de todo el mundo, debido a la gran ventaja que obtienen al poder intercambiar recursos faltantes por sobrantes, lo que posibilita elevar los niveles de vida de su población.

Actualmente la interdependencia económica es cada vez más estrecha entre las naciones, la vinculación se fortalece mediante el comercio, la inversión y la transferencia tecnológica.

Prácticamente, ningún país puede vivir aislado de los demás sin sufrir serios retrocesos, por otro lado, a ningún país se le puede catalogar como autosuficiente, la autarquía es utopía, cada nación necesita de otras zonas del mundo, para obtener los satisfactores faltantes, o bien, para colocar sus excedentes.

Las fronteras nacionales, multinacionales y regionales, tienden a una apertura mayor para lograr una movilidad transparente y sin trabas de los factores productivos y de los bienes que se obtienen de su combinación, y para competir por los mercados, en costo, calidad, rapidez y diversidad.

Frente a este panorama, las naciones fortalecen sus vínculos económicos formando regiones en las cuales se aglutinan recursos, capacidades financieras y tecnológicas, y en general, los elementos fundamentales de la dinámica económica.

Algunos países que antes de la década de los 60's se hallaban olvidados, aislados, subdesarrollados, como los de la cuenca oriental del Pacífico (Hong Kong, Singapur, Taiwán y Corea del Sur), se convierten en estos años, en actores económicos destacados, al desarrollar formas pioneras de organización de la producción y organización comercial.

No cabe duda que el comercio exterior revoluciona rápidamente la escena económica del mundo, los cambios tecnológicos modifican los esquemas de producción y consumo; la revolución de las comunicaciones disminuye la distancia entre productores y consumidores; los procesos productivos y las corrientes mercantiles forman amplias y complejas cadenas a nivel mundial.

Ante esta realidad, México concede una gran importancia a sus relaciones económicas con el exterior, fincando en ellas una parte sustantiva de su desarrollo. Se ha considerado que la inserción eficaz de la economía nacional a la economía mundial tiene como elemento básico la diversificación de nuestros mercados y su aspecto específico la competitividad cuyas reglas son las siguientes:

- a). La transparencia, consistencia y estabilidad de las políticas.
- b). El aprovechamiento racional de las ventajas comparativas.
- c). El acceso a un abanico amplio de opciones tecnológicas.
- d). La ampliación de los mercados y la operación eficaz de los mismos.

México se adapta con la política económica vigente a las nuevas transformaciones internacionales, económicas y tecnológicas por las que transita el mundo, el cual manifiesta, entre otros aspectos importantes, una tendencia integracionista y de globalización económica que ofrece amplios

horizontes para ingresar a una nueva etapa de cooperación económica que favorezca la inversión, promueva la transferencia tecnológica y elimine barreras de toda índole al comercio internacional.

La nación que no es capaz de afrontar con prudencia y eficacia los cambios que experimenta el mundo, queda rezagada y en el olvido, por eso México con el propósito de participar en espacios económicos más amplios, suscribe acuerdos de cooperación con áreas y países que crean mejores condiciones para el desarrollo de nuestras exportaciones y para el aprovechamiento de nuestras ventajas comparativas.

En fechas recientes se han suscrito acuerdos con la Comunidad Económica Europea, con algunos países de esta comunidad, y del resto de Europa, con la Cuenca Oriental del Pacífico, con Chile. Con Canadá y Estados Unidos, se negocia la firma de un Tratado Trilateral de Comercio, plenamente compatible con el Acuerdo General de Aranceles sobre Comercio (GATT). El propósito del mencionado tratado es, eliminar obstáculos al comercio y encauzar las relaciones económicas con esos países; esto significa una integración mayor con Estados Unidos que es el país más desarrollado del mundo, integración que está en marcha desde hace ya varias décadas.

Cabe mencionar que nuestro país realizó un amplio esfuerzo de apertura comercial (bilateral, multilateral y regional) a partir de 1983, proceso que se profundiza al adherirse al GATT en 1986, buscando combatir la crisis económica que se inició unos años antes y que se agudizó a finales de 1987, modernizar la industria y combatir la inflación que en ese año llegó a 159.2%. Nuestro país, se torna así de una economía prácticamente cerrada en sí misma a un mercado abierto a los productos de todo el mundo. Se eliminan la mayoría de las restricciones cuantitativas al comercio exterior, y se sustituyen por tarifas y aranceles bajos. Se promueve también una nueva cultura empresarial abierta al cambio y a la innovación, además se propicia un clima favorable para conseguir una cultura de calidad total.

Estas experiencias de comercio exterior son un antecedente al Tratado Trilateral de Comercio que se negocia actualmente entre México, Estados Unidos y Canadá, y que pretende superar las limitaciones que se presentan en los acuerdos bilaterales y en el GATT.

Cabe señalar que durante el período de apertura comercial externa mexicana, se registra un cambio muy significativo de sus exportaciones; así, las ventas petroleras disminuyeron su participación de 74% en 1982, a 33% en 1990. En igual lapso las exportaciones de manufacturas subieron de 16% a 55%, y conforme a cifras preliminares en 1991 representaron el 59.2% del total.

Cambio que se ha manifestado, no obstante, la etapa recesiva de la economía mundial durante los últimos años.

Por otro lado, en el lapso 1982-1988, se registró una disminución en el valor de las importaciones anuales de mercancías y comercios, comparativamente con el valor de las mismas en 1981. Durante este período, la economía no creció, redujo su demanda de productos del exterior. Situación que ha venido a revertirse en el período de 1988-1992. (Vease cuadro 23)

CUADRO 23

BALANZA DE MERCANCIAS Y SERVICIOS 1980-1992 (Millones de dólares)					
AÑO	EXPORTACION DE MERCANCIAS	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	IMPORTACION DE MERCANCIAS	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	SALDO
1980	22,406.4	37.8	33,146.2	56.8	(10,739.8)
1981	28,014.0	25.0	44,066.1	32.9	(16,052.1)
1982	28,002.7	(*)	34,223.7	(22.3)	(6,221.0)
1983	28,944.5	3.4	23,526.1	(31.3)	5,418.4
1984	32,902.2	13.7	28,663.8	21.8	4,238.5
1985	31,637.8	(3.8)	31,233.4	9.0	404.4
1986	25,179.5	(20.4)	26,950.0	(13.7)	(1,770.5)
1987	31,442.7	24.9	27,622.5	2.5	3,820.2
1988	31,741.0	7.3	36,663.2	32.7	(2,922.2)
1989	38,126.2	13.0	44,211.5	20.6	(6,085.3)
1990	45,066.9	18.2	52,180.8	18.0	(7,113.9)
1991	57,135.0	26.8	70,924.0	35.9	(13,789.0)
1992	60,855.0	6.5	83,664.0	18.0	(22,809.0)

Fuente: Banco de México, Indicadores del Sector Externo

(*): No alcanza una décima

NOTA: La suma de las cifras puede no coincidir, debido al redondeo.

La balanza comercial refleja con claridad esta situación, la importación anual de mercancías expresadas en términos monetarios, durante el lapso 1982-1988, fue menor a la magnitud observada en 1981. En contradicción, el valor anual de las exportaciones anuales de este período superó (salvo en 1986) el valor acusado en 1981, tendencia que se mantiene hasta 1992. (Vease cuadro 24)

En otras palabras, el decremento de las importaciones se combinó con un incremento de las exportaciones arrojando como resultado un saldo favorable en la balanza comercial durante todos esos años. En 1988, esta balanza mantiene su signo positivo de 272.1 millones de dólares. En 1989 se registra un saldo adverso atribuible a que las importaciones de ese año resultaron del doble de las de 1987, mientras que las ventas sólo subieron 10.6% en esos dos años. En 1990, 1991 y 1992 prosigue el saldo negativo con 4,433.5, 7,279.0 y 15,933.0 millones de dólares respectivamente. (vease cuadro 24).

CUADRO 24

BALANZA COMERCIAL (Millones de dólares)					
AÑO	EXPORTACION DE MERCANCIAS	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	IMPORTACION DE MERCANCIAS	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	SALDO
1980	15,511.9	75.9	16,896.6	57.7	(1,384.7)
1981	20,102.1	29.6	23,948.4	26.7	(3,846.3)
1982	21,229.7	5.6	14,437.0	(39.7)	6,792.7
1983	22,312.0	5.1	8,550.9	(40.8)	13,761.1
1984	24,196.0	8.4	11,254.3	31.6	12,941.7
1985	21,663.8	(10.5)	14,533.1	29.1	7,130.7
1986	16,157.7	(25.4)	12,432.5	(14.5)	3,725.2
1987	20,494.5	26.8	13,305.5	7.0	7,189.0
1988	20,545.8	0.3	20,273.7	52.4	272.1
1989	22,842.1	11.2	25,437.9	25.5	(2,595.8)
1990	26,838.4	17.5	32,271.9	22.9	(4,433.5)
1991	42,688.0	59.1	49,967.0	59.8	(7,279.0)
1992	46,196.0	8.2	62,129.0	24.3	(15,933.0)

FUENTE: Banco de México. Indicadores del Sector Externo.

* No alcanza una décima.

Si nuestro país desea seguir creciendo, necesita continuar adquiriendo en el exterior los bienes que demanda el aparato productivos del país, especialmente bienes de uso intermedio y de capital; esta demanda, sin embargo, produce un déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, que debe ser financiado con inversión extranjera, ya que la opción endeudamiento con el exterior, se encuentra agotada.

Desde 1983, la inversión extranjera se ha convertido en variable estratégica para financiar el déficit anual de la cuenta corriente. Durante los últimos cuatro años (1989-1992), su monto ascendió a 26,000 millones de dólares. Su procedencia es mayoritariamente norteamericana y se dirige en gran proporción a la industria.

Es un hecho que el crecimiento de la capacidad exportadora y el ingreso de la inversión foránea complementaria a la nacional, han permitido al país contar con las divisas que se requieren para financiar sanamente las importaciones que necesita la expansión y modernización de la planta productiva.

Por otra parte, México no sólo cuenta con todo este soporte de transacciones internacionales para allegarse recursos externos con que fortalecer su crecimiento y su nivel de vida. Y es que nuestro país también se caracteriza por la posesión de pródigos recursos naturales, humanos, culturales, históricos y de playa, que le significan un envidiable y potencial polo de atracción de las corrientes turísticas mundiales.

Así, con el conveniente desarrollo y fomento de las actividades de servicio que requieren esos viajeros, México puede agrandar insospechadamente la derrama económica con la que esos consumidores extranjeros favorecen a la actividad turística que los atiende y a las actividades económicas conexas que a esta última dan sustento.

Sin embargo, desde el punto de vista turístico, hace apenas 35 o 40 años, dicha actividad era incipiente y complementaria en muchas zonas del país; la oferta hotelera, los servicios turísticos, la promoción y el financiamiento eran escasos.

Actualmente, el turismo se ha convertido en la actividad punta de muchas zonas del país entre las cuales se cuentan los desarrollos de FONATUR (Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Huatulco), Acapulco, Puerto Vallarta y Cozumel. En estos sitios y algunos más, el turismo se significa como la principal fuente de ingresos y de ocupación.

A partir de 1988, existe gran interés por parte de las autoridades turísticas de consolidar la rama económica, objeto de análisis, vía los llamados Proyectos Turísticos Integrales que consisten en desarrollar zonas integralmente planeadas donde se ofrezcan predios en forma masiva y provistos de la infraestructura apropiada.

El esfuerzo por promover el turismo en México se ha justificado básicamente por dos razones: la captación de divisas y la generación de empleos. Respecto a la captación de divisas, la importancia económica de la actividad es indudable para el país.

En este contexto se ha desenvuelto el sector turismo cuya importancia, como fuente generadora de divisas, se evidencia a la luz de los siguientes datos. El volumen del turismo receptivo de internación crece satisfactoriamente al contabilizar en 1980 4'144,000 visitantes, y en 1992 6'352,300 visitantes, esto significó una tasa media anual de crecimiento del 2.2%. El gasto correspondiente a estas corrientes turísticas subió de 1,671.2 millones de dólares a 3,867.8 millones de dólares. Así, entre 1980 y 1992 el gasto medio por turista se ha incrementado de 403.1 dólares a 608.9 dólares, es decir 1.5 veces.

Durante el período 1980-1992 ha predominado el turismo estadounidense, el cual en promedio ha representado el 84.0% anual. Por otra parte, la proporción de los turistas que viajan por avión respecto del total se ha incrementado notablemente al pasar del 59.6% en 1980 a el 73.7% en 1992; esta evolución se ha visto favorecida por la flexibilidad de los reglamentos de transporte y el establecimiento de convenios aéreos con diversos países.

Por otro lado, el turismo egresivo (visitantes nacionales que salen del país) ha tenido el siguiente comportamiento, en 1980 la corriente fue de 3'322,800 turistas y en 1992 de 4'678,000 turistas, ello significó una tasa de crecimiento media anual del 7.9%.

El gasto global de las mismas corrientes de turismo subió de 1,043.6 a 2,079.4 millones de dólares. Por su parte el gasto medio por turista se elevó de 314.1 a 444.5 dólares; es decir 1.41 veces más.

Varios son los factores que explican el crecimiento de este tipo de turismo: la recuperación de la economía nacional (la cual crece constantemente en los últimos cinco años); la ya aludida apertura comercial, que propicia más viajes a Estados Unidos; la estabilidad en el tipo de cambio; y la publicidad desplegada por los receptores de turismo mexicano.

En 1992 la balanza turística registró un saldo positivo estimado de 1,788.4 millones de dólares, resultante de ingresos por 3,867.8 y egresos de 2,079.4 millones de dólares (Ver cuadro 25). Durante los últimos años, el sector turismo ha financiado una proporción importante del déficit comercial 54.3% en 1989, 33% en 1990 y 26.2% en 1991.(ver cuadro 26)

CUADRO 25

BALANZA DE TURISMO (Millones de dólares)						
AÑO	INGRESO POR TURISMO	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	EGRESOS POR TURISMO	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR	SALDO	VARIACION % RESPECTO AL AÑO ANTERIOR
1980	1,671.2	15.8	1,043.6	52.7	627.6	(17.4)
1981	1,759.6	5.3	1,571.1	50.5	188.5	(70.0)
1982	1,405.9	(20.1)	787.7	(49.9)	618.2	228.0
1983	1,624.5	15.5	441.3	(44.0)	1,183.2	91.4
1984	1,952.7	20.2	648.6	47.0	1,304.1	10.2
1985	1,719.7	(11.9)	664.3	2.4	1,055.4	(19.1)
1986	1,791.7	4.2	620.2	6.6	1,171.5	11.0
1987	2,274.4	26.9	784.2	26.4	1,490.2	27.2
1988	2,544.3	11.9	1,104.8	40.9	1,439.5	(3.4)
1989	2,954.0	16.1	1,544.8	39.8	1,409.2	(2.1)
1990	3,400.9	15.1	1,936.5	25.4	1,464.4	3.9
1991	3,784.0	11.3	1,878.5	(3.0)	1,905.5	30.1
1992	3,868.0	2.2	2,079.0	10.7	1,789.0	(6.1)

FUENTE: Banco de México, Indicadores del Sector Externo

CUADRO 26

FINANCIAMIENTO DEL DEFICIT COMERCIAL POR TURISMO (Millones de dólares)			
AÑO	DEFICIT O SUPERAVIT COMERCIAL	SALDO POR TURISMO	FINANCIAMIENTO %
1980	(3,384.7)	627.6	18.5
1981	(3,846.3)	188.5	4.9
1982	6,792.7	618.2	9.1*
1983	13,761.1	1,183.2	8.6*
1984	12,941.7	1,304.1	10.1*
1985	7,130.7	1,055.4	14.8*
1986	3,725.2	1,171.5	31.4*
1987	7,189.3	1,430.2	20.7*
1988	272.1	1,439.5	529.0*
1989	(2,595.8)	1,409.2	54.3
1990	(4,433.5)	1,464.4	33.0
1991	(7,279.0)	1,905.5	26.2
1992	(15,933.0)	(110.0)	(0.7)**

FUENTE: Banco de México. Indicadores del Sector Externo

*- APORTA AL DEFICIT COMERCIAL

Cabe destacar en esta parte, la relevancia de los Centros Integralmente Planeados de FONATUR como captadores de divisas, toda vez que en 1992 recibieron 1,443.1 millones de dólares, es decir, casi el 37.3% de los ingresos totales por turismo que captó el país.

La captación conjunta de divisas de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco, representó el 55.2% del saldo de la balanza de turismo en dicho año.

Estas cifras demuestran el éxito de estos desarrollos turísticos y las ventajas de realizar un proceso científico de planificación turística.

El turismo receptivo fronterizo gastó en México 2,129.0 millones de dólares en 1992, 1.4% más que en 1991 y superior en 40.0% al promedio de los últimos 12 años que fue de 1,482.1 millones de dólares. (vease cuadro 27)

Los datos del turismo egresivo fronterizo fueron los siguientes: su gasto total ascendió a 4,028.0 millones de dólares, superior en 99.0% al promedio de los últimos 12 años, 2,130.8 millones de dólares (véase cuadro 27).

CUADRO 27

BALANZA DE TRANSACCIONES FRONTERIZAS (Millones de dólares)			
AÑO	INGRESOS TRANSACCIONES FRONTERIZAS	EGRESOS TRANSACCIONES FRONTERIZAS	SALDO
1980	1,520.3	2,018.6	(498.3)
1981	1,558.7	2,492.5	(933.8)
1982	1,237.0	1,420.6	(183.6)
1983	1,104.4	1,141.7	(37.3)
1984	1,329.0	1,520.0	(191.0)
1985	1,180.6	1,594.4	(413.8)
1986	1,197.9	1,557.9	(360.0)
1987	1,225.1	1,581.5	(356.4)
1988	1,455.9	2,096.7	(640.8)
1989	1,812.2	2,702.4	(890.2)
1990	2,066.1	3,582.2	(1,516.1)
1991	2,099.0	3,934.0	(1,835.0)
1992	2,129.0	4,028.0	(1,899.0)

FUENTE: Banco de México. Indicadores del Sector Externo

En 1992 la balanza de transacciones fronterizas registró un saldo negativo de 1,899.0 millones de dólares, 113.0% más que el saldo negativo de 1989. El saldo de esta balanza ha reducido el efecto del saldo de la balanza de turismo, tradicionalmente favorable.

En 10 de los últimos 13 años, la balanza en cuenta corriente acusó un saldo negativo, debido a un valor superior de las importaciones de mercancías y servicios, comparado con el valor de las exportaciones por iguales conceptos. Para ejemplificar, durante los últimos tres años (1990, 1991 y 1992), el monto de las primeras sumó 206,768.8 millones de dólares y el de las segundas 163,056.9 millones de dólares (véase cuadro 23).

Durante el período 1980-1992, el valor anual de la importación de mercancías (salvo en el lapso 1982-1987), ha significado más del 50% de los egresos totales de la balanza de cuenta corriente; el turismo en los últimos tres años ha representado entre el 2.5 y el 3.7% de tales egresos, y conjuntamente con el renglón de transacciones fronterizas representaron egresos que también en los últimos tres años fluctúan entre el 7.3 y el 10.6% (véase cuadro 28).

En lo concerniente a los ingresos de la misma cuenta corriente, la exportación de mercancías ha sido el principal renglón, llegando a representar arriba del 70% durante el período 1981-1984, participación que muestra una tendencia descendente de 1985 a 1990, y repunta para los años de 1991 y 1992 en que representaron 74.7% y 75.9% respectivamente. (véase cuadro 29).

CUADRO 28

SALDOS DE DEBITOS POR IMPORTACION DE MERCANCIAS Y SERVICIOS (Millones de dólares)												
AÑO	IMPORTACION DE SERV. Y MERCANCIAS	PARTICI- PACION %	IMPORTACION DE MERCANCIAS	PARTICI- PACION %	EGRESOS POR TURISMO	PARTICI- PACION %	EGRESOS POR TRANSACCIONES FRONTERIZAS	PARTICI- PACION %	EGRESOS POR TURISMO Y TRANS. EXTR.	PARTICI- PACION %	OTROS RENTALES	PARTICI- PACION %
1980	33,146.2	100.0	16,896.6	57.0	1,043.6	3.1	2,018.6	6.1	3,062.2	9.2	11,187.5	33.8
1981	44,066.1	100.0	23,948.4	54.3	1,571.1	3.6	2,492.5	5.7	4,063.6	9.2	16,054.1	36.4
1982	34,223.7	100.0	14,437.0	42.2	787.7	2.3	1,420.6	4.2	2,208.3	6.5	17,578.4	51.4
1983	23,526.1	100.0	4,550.9	19.3	441.3	1.9	1,141.7	4.9	1,583.0	6.7	13,392.2	56.9
1984	29,663.8	100.0	17,254.3	58.2	640.6	2.2	1,520.0	5.1	2,168.6	7.3	15,240.9	51.2
1985	31,233.4	100.0	14,532.1	46.5	644.3	2.1	1,594.4	5.1	2,258.7	7.2	14,441.6	46.2
1986	26,950.0	100.0	12,432.5	46.1	620.2	2.3	1,557.9	5.8	2,178.1	8.1	12,139.4	45.0
1987	27,622.5	100.0	13,305.5	48.2	784.2	2.8	1,581.5	5.7	2,365.7	8.6	11,951.3	43.3
1988	36,463.2	100.0	20,273.7	55.3	1,104.8	3.0	2,094.7	5.7	3,201.5	8.7	13,188.0	36.0
1989	44,211.5	100.0	25,437.9	57.5	1,544.8	3.5	2,702.4	6.1	4,247.2	9.6	14,526.4	32.9
1990	52,180.8	100.0	31,271.9	59.9	1,936.5	3.7	3,582.2	6.9	5,518.7	10.6	15,390.2	29.6
1991	70,924.0	100.0	49,967.0	70.5	1,876.5	2.6	3,934.0	5.5	5,812.5	8.2	15,144.5	21.4
1992	83,664.0	100.0	62,129.0	74.3	2,079.0	2.5	4,624.0	5.5	6,107.0	7.3	15,428.0	18.4

FUENTE: Banco de México. Indicadores del Sector Externo.

CUADRO 29

PARTICIPACION EN TURISMO Y OTRAS ACTIVIDADES TURISTICAS DE LOS INGRESOS POR EXPORTACION DE MERCANCIAS Y SERVICIOS (Millones de dólares)												
AÑO	EXPORTACION DE SERV. Y MERCANCIAS	PARTICIPACION %	EXPORTACION DE MERCANCIAS	PARTICIPACION %	INGRESOS POR TURISMO	PARTICIPACION %	INGRESOS POR TRANSACCIONES FINANCIERAS	PARTICIPACION %	INGRESOS POR TURISMO Y TRANS. FIERT.	PARTICIPACION %	OTROS REVENIDOS	PARTICIPACION %
1980	22,406.4	100.0	16,511.9	69.2	1,431.2	7.5	1,520.3	6.8	3,191.5	14.2	3,703.0	16.5
1981	28,014.0	100.0	20,102.1	71.8	1,759.6	6.3	1,554.7	5.6	3,318.3	11.8	4,599.6	16.4
1982	28,002.7	100.0	21,229.7	75.8	1,405.9	5.0	1,237.0	4.4	2,642.9	9.4	4,130.1	14.7
1983	28,944.5	100.0	22,312.0	77.1	1,424.5	5.6	1,104.4	3.8	2,728.9	9.4	3,903.6	13.5
1984	32,902.3	100.0	24,194.0	73.5	1,552.7	5.9	1,329.0	4.0	2,381.7	19.0	5,424.6	16.5
1985	31,637.8	100.0	21,443.8	68.5	1,719.7	5.4	1,180.4	3.7	2,900.3	9.2	7,073.7	22.4
1986	25,179.5	100.0	16,157.7	64.2	1,781.7	7.1	1,197.9	4.8	2,949.6	11.9	6,032.2	24.0
1987	31,442.7	100.0	23,494.5	65.2	2,074.4	7.2	1,225.1	3.9	3,499.5	11.1	7,444.7	23.7
1988	33,741.0	100.0	20,545.8	60.9	2,144.3	7.5	1,455.9	4.3	4,000.2	11.9	9,195.0	27.3
1989	38,126.2	100.0	22,842.1	59.9	2,454.0	7.7	1,812.2	4.8	4,746.2	12.5	10,517.9	27.6
1990	45,066.9	100.0	26,838.4	59.6	3,400.9	7.5	2,064.1	4.6	5,467.0	12.1	12,741.5	28.3
1991	57,135.8	100.0	42,688.0	74.7	3,784.0	6.6	2,058.0	3.7	5,883.0	10.8	8,564.0	15.0
1992	60,855.0	100.0	46,134.0	75.9	3,448.0	6.4	2,129.0	3.5	5,997.0	9.9	8,442.0	14.2

FUENTE: Banco de México. Indicadores del Sector Externo.

2.4.- Acuerdo de Libre Comercio, México-Estados Unidos-Canadá y su Impacto sobre el Sector Turismo.

El 11 de junio de 1990 los presidentes de México y Estados Unidos, anunciaron en Washington, la intención de ambos gobiernos de negociar un tratado de libre comercio, quienes motivaron el interés y la inmediata participación del primer Ministro de Canadá.

El pasado 11 de agosto concluyeron las negociaciones del tratado de libre comercio, conformando un texto consolidado de un documento que consta de 400 páginas, incluye 22 capítulos y afecta a 27 mil fracciones arancelarias, de cumplirse lo planeado, el primero de enero de 1994 entrará en vigor de acuerdo a una definición de etapas, con lo cual se integrará el mercado mas grande del mundo que marcara el camino de la vida nacional para la próxima centuria.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) es un conjunto de reglas para vender y comprar productos y servicios en América del Norte. Se le conoce de libre comercio, debido a que las reglas acordadas, definen como y cuando se eliminaran las barreras al libre paso de los productos y servicios entre las tres naciones: esto es, como y cuando se eliminaran los permisos, las cuotas y las licencias y, particularmente, las tarifas y aranceles; es decir, los impuestos que se cobran por importar una mercancía. Al igual, es un acuerdo que crea los mecanismos necesarios para solventar y solucionar las diferencias que surgen en las relaciones comerciales entre las naciones.¹³⁷

El tratado no implica que una vez aprobado, se de inicio a una apertura total en el comercio entre las tres naciones, sino solo se abriran inmediatamente a la competencia los productos y servicios a los que estamos ya preparados para competir y los demas seran en un lapso, entre 5 y hasta 15 años para que se comercio libremente.

El Tratado de Libre Comercio profundiza las relaciones del comercio entre los tres países, con base en la reducción gradual de los aranceles; incrementando los flujos del turismo y una mayor utilización de los servicios, al igual estimulará los flujos de inversión, ofreciendo la posibilidad de producir en el país de costos mas bajos, para alcanzar a mediano plazo una producción más eficiente.

EL Tratado de Libre Comercio (TLC) Obligara a nuestro País a:

1. Incrementar nuestra competitividad internacional
2. Posicionar nuestros productos, bienes y servicios, en los mercados Estadunidense y Canadiense.
3. Captar mayores flujos financieros, que propiciarán mayores y mejores oportunidades de trabajo, y de condiciones de vida de los trabajadores.

4. Tener acceso a una nueva tecnología, que nos haría mas productivos y competitivos a nivel internacional.
5. Homologar el tratamiento fiscal, que se aplique entre los países involucrados.
6. Reforzar los programas de construcción, conservación y modernización o mejoramiento de la infraestructura en general y en lo particular al sector como, aeropuertos, carreteras y puertos.
7. Equilibrar el actual rezago en infraestructura básica de la República Mexicana y en forma específica en los centros turísticos, como es el caso de vivienda, electrificación, tratamiento de aguas residuales, telefonía, etc.
8. Establecer medidas que faciliten el tránsito de personas y vehículos en los puntos fronterizos de México y Estados Unidos; así como al interior de cada uno de los tres países involucrados.
9. Contar con facilidades en Estados Unidos y Canadá para el registro y comercialización de bienes raíces y condominios que se desarrollen en centros turísticos de México.
10. Establecer mecanismos que faciliten trilateralmente la Internación y permanencia temporal de los inversionistas extranjeros, así como de sus funcionarios o representantes.
11. Fomentar y lograr la capacitación de nuestra fuerza laboral.
12. Propugnar para que permanezcan las condiciones de estabilidad social y económica del país.

Por otra parte, el Tratado será benéfico para el Sector Turismo, porque la apertura comercial provocará un flujo más importante de viajeros y turistas, estimulará la inversión privada tanto nacional como extranjera, creará mas empleos y generara mas recursos fiscales, lo que hara crecer la economía mexicana. Como resultado de lo anterior, se espera se incremente la demanda de servicios turísticos no solo por parte de los extranjeros, sino también de los mexicanos.

El Tratado establece un calendario para la remoción de barreras a la prestación de transporte terrestre en México, Canadá y Estados Unidos, y para el establecimiento de normas técnicas y de seguridad compatibles sobre transporte terrestre; con el objetivo de garantizar que las industrias de transporte terrestre de los tres países alcancen mayor competitividad, sin quedar en desventaja durante el período de transición hacia el libre comercio.

Después de tres años de la entrada en vigor del tratado, Estados Unidos permitirá que las empresas de autobuses de México inicien la prestación de servicios transfronterizos con itinerario fijo de y hacia cualquier parte de Estados Unidos, y

México otorgará el mismo trato a las compañías de autobuses de Canadá y Estados Unidos.

Siete años después de que el tratado entre en vigor, Estados Unidos eliminará la moratoria al otorgamiento de servicios para la operación de Estados Unidos de empresas de autobuses con capital 100 por ciento mexicano, y México permitirá solo un 51 por ciento de inversión canadiense y estadounidense en compañías mexicanas de autobuses.

Diez años después de la entrada en vigor del tratado, México permitirá un 100 por ciento de inversión extranjera en empresas de autobuses.

La firma del tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, permitirá la aceptación total de este último como parte de la región de Norteamérica, que constituye uno de los principales mercados turísticos del mundo, e implicará para la Industria Hotelera mayores oportunidades gracias a las disposiciones referentes a la entrada temporal de hombres de negocios de México, Canadá y Estados Unidos, clasificados dentro de cuatro categorías, que se verán beneficiados por estas disposiciones:

- Visitantes de negocios que desempeñan actividades internacionales, relacionadas con la investigación y diseño, manufactura y producción, mercadotecnia, ventas, distribución, servicios después de la venta de otros servicios generales.
- Comerciantes que lleven a cabo un intercambio sustancial de bienes o servicios entre su propio país y el país al que deseen entrar, e inversionistas que busquen invertir un monto sustancial de capital en territorio de otro país signatario.
- Personal transferido dentro de una compañía.
- Ciertas categorías de profesionales que cumplan con los requisitos mínimos de preparación o que posean credenciales equivalentes y pretendan llevar a cabo una actividad de negocios a nivel nacional.

El impacto del Tratado para el turismo y por ende para la economía mexicana será amplio, complejo e incrementará la apertura comercial; por lo que podemos afirmar que los efectos para México serán:

1. En el caso de la eliminación de aranceles, una disminución en los precios de los bienes que se importan de los Estados Unidos y Canadá, en forma particular en la actividad turística. Esto se podrá apreciar desde alimentos y bebidas alcohólicas, hasta mobiliario para hoteles y equipo para deportes y de recreación especializados, así como el servicio de transporte tanto terrestre como aéreo.

2. En el corto plazo un aumento de la afluencia de viajeros de Canadá y Estados Unidos a México, por diversas razones como: convenciones, eventos, exposiciones, ferias y eventos culturales, etc., esto se dará gracias a la competitividad de los destinos turísticos en México, que basado en la confianza hacia nuestra nación será posible atraer un mayor número de turistas al país.
3. Una mayor entrada de inversiones tanto norteamericana como canadiense a México y por ende los hombres de negocios, requerirán viajar mas frecuentemente a nuestro país demandando por ello, una mayor cantidad y calidad de los servicios turísticos. Cabe destacar la importancia de que los mexicanos adquieran conciencia y se lleven algunas reformas internas que permitan a nuestra industria turística estar en capacidad de competir con el nuevo contexto que propiciará el Tratado, y van desde reformas aduanales, hasta nuevos apoyos financieros en materia de inversión, y en forma especial una armonización de los sistemas tributarios, a fin de homologarse para crear un ambiente fiscal favorable a inversiones en general y turísticas en lo particular.

El México de hoy se enfrenta al reto de sacar el máximo provecho de este Tratado trilateral, por ello el Sector Turismo en lo particular debe eliminar los obstáculos que enfrenta, para poder así brindar un servicio más competitivo:

1. Elevar la calidad del autotransporte turístico
2. Mejorar el estado de las carreteras, para lograr una eficiente comunicación terrestre, tanto para los turistas extranjeros como para los connacionales.
3. Lograr alta seguridad en las carreteras, a fin de garantizar la integridad de los turistas, para que estos no sufran vejaciones durante su viaje.
4. Aumentar los vuelos de cabotaje.
5. Autorizar la contratación de sistemas computarizados de reservaciones que garanticen la gestión administrativa para la estancia de los turistas en nuestro país.

Para concluir, puedo afirmar que las perspectivas del Tratado de Libre Comercio, permitirán favorecer el flujo de inversiones, desarrollar segmentos de mercado (Convenciones, turismo de negocios), consolidar nuestra presencia en Norteamérica, coadyuvar a incrementar nuestra calidad de servicios y reducir los costos de la industria, al tener acceso a tecnología en insumos de punta, y en lo particular, para el turismo permitirá incrementar de manera importante el intercambio turístico entre los tres países, demandando servicios turísticos cada día en mayor cantidad y calidad; todo ello con miras a la consolidación del desarrollo económico y social de nuestro país.

CAPITULO.-III.

ESTRATEGIA GLOBAL INSTITUCIONAL (FONATUR)

3.1. Antecedentes.

La creación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo en el año de 1974, ha sido una de las medidas de política económica de mayor relevancia que han coadyuvado a la conducción del turismo en México hacia objetivos de crecimiento económico y bienestar social.

Su creación tiene como antecedente la fusión de dos fideicomisos que operaron en el pasado: el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo, FOGATUR, creado a fines de 1956 con el propósito fundamental de otorgar créditos para el estímulo de la inversión turística nacional; y el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística, INFRATUR, instrumentado en 1969, para promover y realizar obras de infraestructura turística, tanto para el desarrollo de nuevos centros, como para mejorar otros que mostraran potencialidad como focos de atracción.

Con este hecho, se conjugaron en una sola institución las funciones que habían venido realizando los fideicomisos anteriores, integrándose así una dependencia más funcional encargada de impulsar la actividad turística como banca de segundo piso y desarrollar infraestructura y equipamiento urbano-turístico.

3.1.1. Objetivos y Funciones.

Con esta nueva conceptualización, se logró que el fomento a la actividad turística alcanzara una mayor profundidad expresada en los siguientes objetivos:

- Crear polos de desarrollo en zonas del país en donde el turismo es la actividad económica más viable y en donde las alternativas de otra actividad, por su elevado costo, no son posibles a corto y mediano plazos.
- Fomentar el desarrollo regional de las zonas favorecidas por el turismo, con base en la producción, elaboración y procesamiento de bienes y servicios que demanda la actividad turística.
- Incrementar la captación de divisas provenientes del turismo extranjero, como un medio de apoyo a la balanza de pagos y, en consecuencia, al desarrollo económico del país.

A partir de estos objetivos, se definieron los programas sustantivos que orientaron el campo de acción de la Institución:

- Desarrollo y consolidación de los Centros Turísticos Integrales y de nuevos polos turísticos, para lo cual efectúa enajenaciones, ejecuta

proyectos de infraestructura y urbanización, comercializa, administra y arrenda inmuebles; acciones que concerta con los distintos sectores públicos y privados de la localidad.

- **Financiamiento** a la oferta turística, mediante la gestión y otorgamiento de todo tipo de financiamiento a empresas o inversiones particulares para la construcción, ampliación y remodelación de hoteles y de todos aquellos proyectos relacionados con la actividad turística, no solo en los centros promovidos por la Institución sino también en el resto del país.
- **Inversiones directas** en instalaciones turísticas de apoyo para participar con los sectores público, social y privado en la creación de empresas con las que se inicie la operación de centros turísticos o bien que actúen como detonadores de la diversidad de atractivos que se dispongan en los desarrollos.

De esta manera se concibió el Programa de Centros Integralmente Planeados en áreas con importante potencial turístico, que contaban con un mínimo de infraestructura y especialmente en regiones que hasta ese momento se encontraban poco desarrolladas y en donde, además, era improbable que proyectos de tipo industrial o agropecuario iniciaran el proceso de despegue económico.

El Programa de Centros Integralmente Planeados consideró la creación de complejos urbano-turístico de acuerdo a los objetivos generales del desarrollo económico y social, en particular los de proporcionar abundante y bien remunerado empleo a la población.

Tomando en cuenta el gran potencial turístico de México, la estrategia de desarrollo de los Centros Integralmente Planeados se apoyó en la elección de sitios potenciales cuyo atractivo principal estuvo centrado en playas.

De esta manera, en un espacio territorial seleccionado conforme a criterios y prioridades de desarrollo regional equilibrado, concentración de atractivos y cercanía a los mercados turísticos, han tenido convergencia planificada los programas sustantivos de FONATUR, dotándolos de la infraestructura y el equipamiento urbano, creando la oferta inicial de alojamiento necesaria para apoyar el despegue del centro turístico y atraer flujos de inversión privada, así como otorgando el apoyo financiero preferencial para incrementar la planta turística.

Las acciones de financiamiento se han extendido beneficiando a aquellos lugares del país en donde ha existido una demanda crediticia para el fortalecimiento de la planta turística.

Funciones.-

De conformidad con el artículo 28 de la Ley Federal de Turismo ^{14/}, FONATUR para llevar a cabo el cumplimiento de sus objetivos, tendrá las siguientes funciones:

- I.- Elaborar estudios y proyectos que permitan identificar las áreas territoriales y de servicios susceptibles de ser explotadas en proyectos turísticos;
- II.- Crear y consolidar centros turísticos conforme a los planes maestros de desarrollo, en los que habrán de identificarse los diseños urbanos y arquitectónicos de la zona, preservando el equilibrio ecológico y garantizando la comercialización de los servicios turísticos, en congruencia con el desarrollo económico y social de la región;
- III.- Coordinar con las autoridades federales, estatales y municipales, las gestiones necesarias para obtener y simplificar las autorizaciones, permisos o concesiones que permitan el desarrollo de proyectos turísticos, así como la prestación de servicios;
- IV.- Ejecutar obras de infraestructura y urbanización, y realizar edificaciones e instalaciones en centros de desarrollo turístico que permitan una oferta masiva de servicios turísticos;
- V.- Adquirir, fraccionar, vender, arrendar, administrar y, en general, realizar cualquier tipo de enajenación de bienes muebles e inmuebles que contribuya al fomento del turismo;
- VI.- Participar con los sectores público, social y privado en la constitución, fomento, desarrollo y operación de fideicomisos o empresas dedicadas a la actividad turística, cualquiera que sea su naturaleza jurídica;
- VII.- Realizar la promoción y publicidad de sus actividades y las del turismo en general;
- VIII.- Adquirir valores emitidos para el fomento al turismo, por instituciones del sistema financiero o por empresas dedicadas a la actividad turística;
- IX.- Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto, otorgando las garantías necesarias;
- X.- Operar con los valores derivados de su cartera;

- XI.- Otorgar todo tipo de créditos en moneda nacional o extranjera para la construcción, ampliación o remodelación de instalaciones turísticas, que contribuyan al fomento de la actividad turística.
- XII.- Descontar títulos provenientes de créditos otorgados por actividades relacionadas con el turismo;
- XIII.- Garantizar frente a terceros las obligaciones derivadas de los préstamos que otorguen para la inversión en actividades turísticas;
- XIV.- Garantizar la amortización de capital y el pago de intereses de obligaciones o valores que se emitan con intervención de instituciones del sistema financiero, con el propósito de destinar al fomento del turismo, los recursos que de ellos se obtengan;
- XV.- Vender, ceder y traspasar derechos derivados de créditos otorgados; y
- XVI.- En general, todas aquellas acciones que faciliten la realización de su objeto.

3.2.- Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIP'S).-

La actividad turística en los Centros Integralmente Planeados ha evolucionado, en su conjunto, en forma acelerada desde el inicio de sus operaciones a la fecha. En todo el período de su operación 1975-1992, la afluencia total de visitantes ha crecido, al pasar de 133,000 visitantes en 1975 a 2'910,600 en 1992. De este crecimiento destaca la captación de visitantes extranjeros, que ha evolucionado con una tasa promedio anual del 27%, llegando a constituir el 70% del total de personas que visitan estos polos.

Por su parte, la oferta turística ha crecido a una tasa promedio anual del 16% pasando de 2,495 en 1975 a 27,276 cuartos en 1992, lo que significa un incremento promedio de 1,458 cuartos por año.

La forma y ritmo con que han evolucionado estos polos, muestra cómo éstos tienden a ganar en general una mayor posición dentro de la corriente turística de playa encontrándose, sin embargo, diferencias sustanciales en su participación. Mientras que Cancún ha crecido aceleradamente y Los Cabos e Ixtapa empiezan a registrar un mayor impulso, Huatulco ha perdido dinámica en el crecimiento de la oferta y en la atracción de visitantes, en tanto que Loreto permanece con un fuerte rezago en la evolución de la oferta y la demanda.

Al analizar la evolución de cada uno de ellos, se encuentran diferencias importantes en su evolución, mismas que se tomaron en cuenta para la elaboración de las metas de desarrollo.

3.2.1.- Cancún.-

Este centro constituye el proyecto pionero que dió origen al Programa de Centros Integralmente Planeados de FONATUR, el cuál fue planeado para atraer turismo internacional en la Cuenca del Caribe e integrar el territorio de Quintana Roo al desarrollo socioeconómico del país.^{15/}

En 1975, contaba con 1,322 cuartos y recibió a casi 100 mil turistas, durante los doce años siguientes, el crecimiento de los cuartos y visitantes mantuvieron incrementos constantes de 630 cuartos y 72,000 nuevos visitantes al año, por lo que para 1987 contaba ya con 9,000 cuartos y recibió a 960,000 visitantes, mostrando una creciente ocupación hotelera que llegó a ser del 83.5%, la más alta en el país.

Con el desarrollo de la segunda etapa se experimentó un crecimiento acelerado de la oferta turística, con incrementos sin precedentes de 1987 a 1989, lapso en el que creció en promedio con 3,200 cuartos por año, continuando esa dinámica en los años siguientes, por lo que en el período 1987-1991, el incremento anual de cuartos fué de 2,260.

Debido a estos fuertes incrementos, el promedio para todo el período de su evolución ha sido de 1,100 nuevos cuartos por año, cifra que supera con mucho la de cualquier otro destino en el país.

El crecimiento explosivo que tuvo este centro ocasionó problemas de sobreoferta, que aunados al impacto del huracán "Gilberto" hicieron disminuir los índices de ocupación a los niveles más bajos de su historia (55.8% y 57.1%) en 1988 y 1989.

Esta situación generó un desfaseamiento entre el desarrollo de la oferta hotelera y la capacidad urbana, agravado por la fuerte competencia y guerra de tarifas entre los hoteleros, la debilidad en la penetración agresiva del mercado de la mayoría de las cadenas hoteleras, el abandono de los programas de habitación, el grave problema sanitario que ocasiona la falta de drenaje y la contaminación de la Laguna de Nichupté, factores que han hecho perder competencia a Cancún, que además se enfrenta a la reacción de los centros turísticos del Caribe.

Para el período 1991-1992 la oferta hotelera ascendió a 18,003 cuartos y fue visitado por 3'958,100 turistas. Si bien actualmente se observa un descenso en el ritmo de crecimiento hotelero y un ascenso en la captación del número de turistas, que está provocando la recuperación de los índices de ocupación al 75% en 1992, que muestran el éxito excepcional que ha tenido este polo, que se encuentra cercano al 70% de su desarrollo, en los últimos años ha experimentado un fenómeno de deterioro general en la calidad de la oferta turística y en la calidad de vida de su población, traducida en términos económicos y sociales, a un descenso del perfil del visitante, sin que se incremente el gasto turístico per cápita y un incipiente, pero creciente descontento de la población, derivado de la pérdida relativa de ingresos a todos los niveles.

A partir de 1990, debido al grado de desarrollo alcanzado, Cancún se encuentra en una etapa de consolidación en la que empieza a normalizar el crecimiento de la oferta hotelera con incrementos de 500 cuartos en promedio al año, encontrándose en proceso de construcción alrededor de 3,000 cuartos hoteleros, con lo que se espera que se complete en un corto plazo la primera y segunda etapa de su desarrollo.

Actualmente existe una escasa disponibilidad de superficie turística, que constituye la reserva estratégica en la que se han localizado los proyectos turísticos integrales de Puerto Cancún, Malecón Cancún, Isla Dorada y AOKI que permitirán diversificar la actual planta hotelera y residencial y consolidar el desarrollo con una oferta de alta calidad, complementándolos con el desarrollo de nuevos atractivos dentro de la tercera etapa del desarrollo, que incrementen la estadia en el desarrollo.

En este sentido, la estrategia de este polo se concentra en recuperar la calidad turística, urbana y ambiental del destino para que mantenga una posición competitiva internacional, ajustando el ritmo de crecimiento de la oferta hotelera por debajo de la tendencia de este centro, en la que se estiman incrementos de 1,400 cuartos en el corto plazo, debido a la oferta que se encuentra en proceso de construcción, la cual disminuye a 500 cuartos por año en el período 1994-2000, con lo cual alcanzaría prácticamente el 80% de su desarrollo.

3.2.2.- Ixtapa-Zihuatanejo:

Este constituye el segundo Centro Integralmente Planeado por FONATUR., concebido en forma paralela a Cancún.

Si bien la planeación de este polo se realizó con la intención de participar de la corriente internacional de Hawaii y el Pacífico, aprovechando la sobredemanda estacional que se presentaba en Acapulco, por su localización en una zona cercana a la región centro del país, este centro, además de captar segmentos potenciales del mercado receptivo, sobre todo del estado de Texas en Estados Unidos, se ha convertido en un importante destino para el turismo nacional.

La evolución de este desarrollo mostró un crecimiento favorable desde el inicio de su operación en 1975 hasta 1983, período en que tuvo incrementos de 420 cuartos al año, debido en gran parte por la importante participación de FONATUR en la construcción de hoteles, de los cuales el 47% pertenecían a esta institución en ese año.

Posteriormente, su crecimiento se ha visto afectado por diversos factores como han sido el sismo de 1985, la existencia ociosa por problemas de definición de la propiedad en algunos terrenos urbanizados en la zona turística, la irregularidad en las campañas de promoción y en el servicio aéreo entre los más importantes, que provocaron el cierre de cuartos y en general un estancamiento en el crecimiento de la oferta, que se estabilizó en poco menos de 4,000 cuartos de hotel con ocupaciones aceptables, pero sin ninguna dinámica de crecimiento.

La afluencia ha seguido un comportamiento similar al de la oferta, ya que en el mismo período tuvo incrementos de 42,000 visitantes al año y a partir de 1985 su evolución ha sido irregular, llegando a tener crecimientos negativos.

En 1990 el destino tuvo una ligera recuperación, por lo que la oferta hotelera ascendió a 4,170 cuartos, los cuáles aumentaron a 4,271 cuartos en 1991. Asimismo, la afluencia turística registra un repunte en su crecimiento al pasar de 300.800 visitantes en 1990 a 360,000 visitantes en 1992.

Se prevé que esta situación se siga manteniendo debido al creciente desarrollo del Proyecto Turístico Integral de Marina Ixtapa, con el que se espera un impacto positivo en el crecimiento de la oferta y de la demanda en el corto plazo.

Asimismo se encuentran en proceso de construcción el proyecto turístico integral Azul Ixtapa y en la última etapa de definición el proyecto Punta Ixtapa, que lograrán que en el mediano plazo este destino se consolide como un importante polo turístico de características modernas para posicionarse como un importante destino nacional e internacional.

Debido a ello, el pronóstico de crecimiento para este polo considera un importante incremento en la oferta de cuartos, que en promedio para todo el período 1991-2000 será de 600 cuartos, ritmo que resulta moderadamente mayor que su tendencia en los primeros años de su desarrollo. Para 1994, se estima un crecimiento de alrededor de 7,000 cuartos adicionales por año, en tanto que para el año 2000 éste será de 545 cuartos. Con esto se pretende imprimir el impulso que ha cobrado recientemente su crecimiento, gracias al interés que han mostrado los inversionistas privados.

3.2.3.- Los Cabos, B.C.S.

Este proyecto constituye el tercer Centro Integralmente Planeado por FONATUR, el cual fue desarrollado con la finalidad de crear un nuevo polo turístico localizado en San José del Cabo que incrementara la oferta hotelera de la zona, que hasta entonces se componía de muy pocos hoteles, muy tradicionales, que surgieron debido a la riqueza pesquera de la zona y a su cercanía con el Estado de California, uno de los principales mercados naturales de mercado receptivo del país, y aprovechar la imagen de exclusividad, buena pesca y servicios de alta calidad de los hoteles existentes en Cabo San Lucas y el Corredor Turístico.

Las primeras acciones de planeación de este proyecto se iniciaron en 1975, las cuales consistieron en la urbanización de la zona turística de San José del Cabo y la construcción de 250 cuartos hoteleros del Hotel Presidente. Sin embargo, la realización de estas acciones, junto con la construcción de dos hoteles más con 249 cuartos, perdieron la efectividad esperada al alargarse demasiado en el tiempo y al considerar al desarrollo de San José del Cabo en forma aislada de Cabo San Lucas y del Corredor que tenían un gran prestigio en el exterior.

En 1985 se le encarga a FONATUR el desarrollo de la Marina de Cabo San Lucas, denominándosele a toda la zona como Los Cabos, lo que permitió incorporar bajo un

solo concepto de desarrollo a los polos limítrofes y al corredor de aproximadamente 33 kilómetros comprendido entre ambos.

Estos fueron los factores decisivos para detonar la actividad turística de la zona que hasta entonces había permanecido con un fuerte estancamiento.

De 1975 a 1985, la oferta hotelera creció con una tasa de 8.4% con incrementos promedios de 67.5 cuartos por año. A partir de 1985 a 1991, la oferta ha crecido con una tasa anual de 15.2% con incrementos promedio de 271 cuartos, alcanzando en 1991 una oferta hotelera de 2,846 cuartos y de 3,143 cuartos para 1992. Esta dinámica se aceleró desde el inicio de operaciones de la Marina de Cabo San Lucas en 1987, propiciando que la oferta hotelera se haya incrementado en un 100% en cuatro años. En particular, la oferta inmobiliaria para condominios y residencias turísticas ha mostrado un acelerado crecimiento, registrándose actualmente 4,541 viviendas turísticas.

De la misma manera, el número de visitantes creció en forma más rápida a partir de 1985, con una tasa promedio anual del 15% e incrementos de 29,600 nuevos visitantes al año, mientras que de 1975 a 1985 aumentó con un promedio de 10,000 nuevos visitantes al año. En 1991 la afluencia total de este polo fue de 312,400 visitantes. El crecimiento de visitantes extranjeros ha sido aún más dinámico, ya que ha crecido con una tasa promedio anual de 16.6%, llegando a constituir el 85% del total de visitantes que arriban a la zona.

Para 1992 la afluencia total de visitantes fue de 297,200 visitantes, la cual muestra un decremento del 4% en comparación con 1991. Dicha situación es motivada por la recesión económica que enfrenta Estados Unidos, país del que procede una gran parte de los que lo visitan.

El crecimiento de la demanda ha permitido repuntar la ocupación hotelera de la zona, no obstante el continuo crecimiento que ésta ha tenido en los últimos años, hasta alcanzar índices del 58% en 1991 y 51% en 1992.

El desarrollo de este polo ha rebasado el territorio propiedad de FONATUR, manifestándose en particular una fuerte dinámica en el corredor turístico, con proyectos que presentan una fuerte componente inmobiliaria, debido a las importantes expectativas y al impulso que está adquiriendo la inversión privada. Actualmente se tienen registrados proyectos de 23,290 viviendas turísticas.

Sin embargo, la velocidad del desarrollo turístico en el área ha generado un grave desorden urbano que origina el deterioro en la calidad de vida de la población y consecuentemente afecta a la sana evolución turística ya que ha provocado daños en la ecología y el paisaje, siendo éstos los principales insumos naturales que integran el patrimonio turístico.

En la población de Cabo San Lucas y el corredor urbano del Aeropuerto a San José, han surgido asentamientos irregulares y crecimiento anárquico que sufren consecuentemente la falta de servicios que aceleran procesos de contaminación del suelo.

De llevarse a cabo en el corto y mediano plazo, las expectativas de crecimiento de la iniciativa privada que se tienen registradas por parte de las autoridades locales, provocarían una población adicional de aproximadamente 165 mil habitantes en los próximos 10 años.

Por otra parte, una de las más serias limitantes al crecimiento de la zona se refiere al abastecimiento del agua, limitado a la capacidad disponible de la Cuenca del Río San José, lo que hará necesario la introducción de sistemas alternativos de desmineralización para seguir apoyando el desarrollo turístico, de manera equilibrada con el desarrollo urbano.

En ese sentido, la estrategia de desarrollo de la zona se orienta a establecer un equilibrio entre el desarrollo urbano, turístico y ecológico que permita el sano desenvolvimiento de la actividad en este polo.

El pronóstico de crecimiento de este polo considera la importante reactivación que ha tenido la zona, por lo que el incremento esperado a 1994 es de 490 cuartos adicionales por año, aumentando este incremento a 510 cuartos por año en el período 1991-2000, cuando este desarrollo alcance su mayor dinámica.

3.2.4.- Loreto - Nopoló - Puerto Escondido

Este constituye el cuarto Centro Integralmente Planeado de FONATUR, el cual fue planeado en forma casi paralela al de San José del Cabo, aunque su construcción se difirió hasta principios de los ochentas.

Este desarrollo turístico fue el único concebido desde un principio como un corredor conformado por Loreto, Nopoló y Puerto Escondido.

El desarrollo del corredor turístico definía vocaciones específicas para cada una de las zonas, concentrando el uso turístico en Nopoló y Puerto Escondido. Sin embargo, su desarrollo se ha visto afectado por la falta de inversión turística que ha frenado su evolución, a pesar de la infraestructura, urbanización y construcción de el Hotel Presidente realizada por FONATUR, así como las inversiones de apoyo en la construcción del Centro Tenístico y del Campo de Golf.

La oferta hotelera desde la construcción del Hotel Presidente de 250 cuartos prácticamente no ha crecido, ya que de 549 cuartos que operaron en 1980 se han tenido que cerrar cuartos, provocando que para 1991 solo operen 385 cuartos.

En lo que respecta a la afluencia turística, ésta se ha mantenido en una captación promedio de 48,000 turistas al año desde 1980 a 1991, alcanzando una máxima de 55,800 visitantes en 1981 y un mínimo de 36,100 visitantes en 1989. En 1991 la afluencia que visitó este centro fue de 40,000 turistas de los cuales el 71% fueron extranjeros y el resto nacionales. Para 1992 los turistas que visitaron este centro fueron 43,300 de los cuales el 74% fueron extranjeros y 26% nacionales.

La ocupación hotelera se encuentra muy por debajo de índices redituables, por lo que resultan poco económicos y obligan a cerrar cuartos por largas temporadas. En 1991 la ocupación hotelera fue del 29%, y en otros años ésta ha llegado a ser del 27%, lo que muestra la crítica situación que se presenta en este desarrollo, cuyas principales causas son originadas por:

- Baja penetración en los segmentos potenciales y necesidad de ajustarlas características de la oferta turística en función del mercado, en particular de Nopoló para convertirlo en un producto más atractivo.
- Poca integración entre las zonas que conforman el Corredor por las características del sitio y del proyecto, que hace necesario replantear la conceptualización y diseño arquitectónico del mismo en función de las tendencias del mercado y de las expectativas de los inversionistas privados.
- Retraso en la construcción del proyecto turístico integral de Puerto Loreto que constituye un importante factor para detonar el desarrollo del polo en su conjunto.
- Insuficiencia e irregularidad del servicio aéreo, que afectan el crecimiento de la afluencia, lo que a la vez impide el desarrollo de la oferta estableciéndose así un círculo vicioso.

Las inversiones realizadas y el importante inventario de terrenos urbanizados que existen hacen prioritario reorientar el desarrollo de este centro para apoyar su despegue.

En este sentido, la estrategia se orienta a inducir, mediante financiamiento la inversión privada con objeto de garantizar una mínima masa crítica que permita asegurar el despegue del polo, orientándolo a los segmentos potenciales, en particular al del turismo náutico, ecológico y de segunda casa.

El pronóstico de crecimiento de este centro considera todavía un ritmo lento pero constante en el incremento de cuartos, el cual será de 109 cuartos por año, aumentando ligeramente en el siguiente período al año 2000, con 127 cuartos.

3.2.5.- Huatulco, OAX.

Este constituye el centro integralmente planeado más reciente de FONATUR, cuya planeación se inició en 1983. Fue seleccionado por las características únicas y la belleza excepcional del sitio y la cercanía con importantes atractivos culturales, con el propósito de integrar la costa chica de Oaxaca al desarrollo socioeconómico del país y reforzar la creación de destinos de playa en el Pacífico Sur, para captar a las corrientes complementarias del mercado europeo y sudamericano.

El proyecto en una primera etapa se desarrolla en la zona de Bahías, dentro de las que se localiza la Bahía de Santa Cruz, asentamiento original de los comuneros que fueron reubicados a las áreas habitacionales de Chahué, previstas en el proyecto, en donde habitan actualmente.

Este proyecto se encuentra en su momento de despegue, aunque aún no alcanza una masa crítica hotelera que permita su posicionamiento turístico en el mercado internacional, por lo que todavía no logra la plena confianza de los grandes inversionistas, aún cuando existe un gran interés por parte de éstos. Hasta ahora los inversionistas medianos y pequeños han mostrado una mayor participación en el desarrollo de la oferta con hoteles de cuatro y tres estrellas que son visitados principalmente por turistas nacionales.

Debido a ello, el crecimiento de la oferta pasó de 74 cuartos en 1987 a 1,624 cuartos en 1992, con incrementos anuales de 347 cuartos adicionales por año, básicamente por la participación de FONATUR en la construcción de los hoteles existentes de cinco estrellas y el Biniguenda de cuatro. Sin embargo, desde 1989 se observa una disminución en el ritmo de crecimiento, al 8.5% incrementándose en promedio 110 cuartos al año, principalmente con hoteles de cuatro y tres estrellas que se van ampliando paulatinamente.

Esta situación se refleja en la evolución de la demanda, en la que se observa una baja generalizada en el ritmo de crecimiento y en particular en la captación de visitantes extranjeros, con incrementos promedio al año de 28,900 nuevos visitantes. Durante los primeros años, los turistas extranjeros representaron alrededor del 35%. Sin embargo, la falta de vuelos directos del extranjero a este polo ha repercutido en una baja captación. En 1992, éstos representaron el 19%.

Sin embargo, el crecimiento de la afluencia total ha logrado mantener la atracción de visitantes de 1989 a 1991 con una tasa de 30.7% promedio anual, lo que ha significado incrementos anuales de 29,000 nuevos visitantes al año, que si bien son menores a los esperados originalmente en alrededor de 40,000 visitantes, lograron alcanzar en 1992 un volumen de 164,100 turistas totales, con lo que se obtuvo un índice de ocupación del 56%, al cual se le puede considerar muy aceptable.

Por esta razón, la evolución turística de este polo puede considerarse satisfactoria y con grandes posibilidades de éxito en términos de captación de nuevos segmentos y diversificación de mercados, aunque se encuentra en una etapa de riesgo para alcanzar su consolidación, si no se toman las medidas que continúen y profundicen las acciones de promoción de grandes inversiones hoteleras, la promoción y el servicio aéreo.

Por otro lado, el sano desarrollo de este centro resulta fundamental ya que constituye la alternativa de mayor importancia para el desarrollo económico y social de la región costera de Oaxaca.

En lo que se refiere a la población, si bien el proyecto resintió el impacto del procedimiento de expropiación sobre comuneros, que prolongó su arranque, ha logrado superar prácticamente en su totalidad esta etapa, requiriéndose no obstante continuar cumpliendo con los compromisos contraídos en apoyo al desarrollo socioeconómico integral de los comuneros.

La creación de fuentes de trabajo por la construcción y operación turística de este polo en una zona tradicionalmente deprimida y con pocas oportunidades económicas, empieza a generar un impacto rápido en el crecimiento demográfico, fundamentalmente de población de bajos ingresos en las primeras etapas del desarrollo, a las que es necesario atender.

En ese sentido, la estrategia de desarrollo de este polo se orienta a apoyar la creación de infraestructura urbana y turística que permita atraer la inversión privada, en particular la extranjera e inducir el desarrollo de una masa crítica con servicios de alta calidad que promueva la confianza de éstos, para que desarrollen nuevos productos orientados a segmentos potenciales como el cultural, ecológico y sofisticado.

El pronóstico de crecimiento de este centro toma en cuenta un ritmo de crecimiento constante que le permita alcanzar en el menor tiempo dicha masa crítica sin generar impactos negativos, ya que para 1994, se estima que se incrementarán 560 cuartos por año, y para el año 2000 con 530 cuartos adicionales por año.

3.2.6.- Logros Alcanzados.-

Al cabo de 19 años de inducir el desarrollo turístico en los ámbitos regionales y nacionales, FONATUR se ha desempeñado eficazmente como el Organismo ejecutor de la Secretaría de Turismo para la planeación, fomento y desarrollo del turismo en nuestro país.

Una muestra de los logros alcanzados, en los aspectos social, económico y turístico por FONATUR a través de sus programas sustantivos es la siguiente:

SOCIAL:

Empleos Generados:

- En los 5 Centros de Fonatur: Directos, 90,641; Indirectos, 226,603.
- Por empresas financiadas por Fonatur en otros destinos: Directos, 71,902; Indirectos, 179,764.
- Población inducida en los 5 centros de Fonatur: 362,000 habitantes.

Construcción de:

- Rehabilitación Integral de 4 poblados
- 4,550 hectáreas urbanizadas
- 4 aeropuertos internacionales
- 243 km. de redes de agua potable y 243 km. de redes de drenaje.

- 11 plantas de tratamiento de aguas negras con capacidad de 1,145 lps.
- 15 subestaciones eléctricas con capacidad de 264 mva.
- 5 escuelas y 3 centros de adiestramiento para la hotelería.
- 7 instalaciones de servicio médico.
- 5 estaciones de Bomberos.

ECONOMICO:

- Generación de divisas por 1,443 millones de dólares en 1992, que representan el 37.0% del total del turismo.
- Financiamiento durante el período 1974-1991 de 17.0 billones de pesos a precios de 1992.
- Inversión total generada de 33.8 billones de pesos.
- Contribución a una derrama económica en los 5 centros de Fonatur de 1.9 billones de pesos en sueldos y salarios pagados en empleos directos e indirectos en 1992.

Otros Beneficios:

- Ingresos Federales y locales por concepto de tarifas, derechos, IVA, impuesto predial, ISR, etc.
- Incremento en los activos del Gobierno Federal.

TURISTICO:

- Instalación de 190 hoteles y 27,276 cuartos, hasta 1992, que representan el 7.8% del total de cuartos instalados en el país.

Captación de:

- 1'960,200 visitantes extranjeros en 1992, que representa el 31% del total del país.

Se Financió la Construcción de:

- 111,938 cuartos nuevos y la remodelación de 33,117 cuartos, que representan el 32% de la oferta total.
- Hasta 1992 se han constituido con 21 gobiernos estatales el mismo número de Fondos Estatales de Garantía para la Pequeña Empresa Turística, que brindan la posibilidad de que esta acceda al

financiamiento para la construcción y mejoramiento de sus instalaciones.

Construcción de:

- 4 campos de golf de 18 hoyos y 1 de 9 hoyos.
- 1 Centro Tenístico
- 4 marinas con 1,220 posiciones.

Además de lograr metas cuantitativas muy importantes, FONATUR ha propiciado:

- Una descentralización estable hacia la zona costera del país.
- La creación de centros urbano-turísticos de importancia regional y estatal que se han constituido en ciudades de nivel medio.
- Detonar turísticamente las zonas de influencia de sus centros, con base en la fuerza de atracción de la infraestructura desarrollada, en particular en los corredores turísticos de Cancún-Tulum y de Los Cabos.
- El crecimiento en entidades federativas de escaso desarrollo económico: Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo y Baja California, atenuando los desequilibrios estatales.
- El acceso del país a nuevos mercados turísticos como la Cuenca del Caribe.

3.3.- Fonatur ante la Modernización del Turismo.-

Hacia fines de 1988, FONATUR enfrentó el inicio de una nueva etapa de modernización del sector turismo que le exigió cambios para apoyar adecuadamente la estrategia sectorial.

Los cambios requeridos debían corresponder en lo general a la transformación instrumentada en el nivel global, orientada a la redefinición del sector público, la apertura de la estrategia de modernización del sector turismo, referente a la desconcentración y fortalecimiento de la actividad turística, la dotación de infraestructura y equipamiento urbano y a la promoción de la inversión y del financiamiento.

Los cambios que emprendió FONATUR respondieron a estos lineamientos y a la propia situación operativa y financiera que guardaba la institución en ese entonces.

En la última década, la promoción del desarrollo turístico llevada a cabo por FONATUR se había desenvuelto en un contexto de crisis económica nacional e internacional.

No obstante la recesión de las inversiones, el encarecimiento del crédito y otros factores adversos, el Fondo operó con base en políticas de fomento, que si bien se tradujeron en logros tangibles, también originaron diversos problemas financieros, que era necesario resolver para restablecer las condiciones de autosuficiencia financiera indispensables para impulsar el crecimiento y la modernización institucional.

Los créditos preferenciales para el desarrollo de la oferta turística, llegaron a otorgarse con tasas activas sustancialmente inferiores a la tasa pasiva.

Se realizaron significativas inversiones en el corto y mediano plazo para el acondicionamiento de zonas para uso turístico y urbano en los cinco centros integralmente planeados, en tanto que su recuperación a través del inventario de terrenos se vio afectada por las condiciones recesivas de la economía nacional e internacional.

El dinámico crecimiento que han tenido estos centros provocó un desfasamiento entre la capacidad de respuesta de la administración local y las demandas de desarrollo, originando que FONATUR llevara a cabo funciones adicionales que correspondían a otras dependencias. En el período 1983-1988, se retiraron gradualmente los recursos fiscales asignados a FONATUR con los que venía financiando parcialmente las obras en infraestructura y servicios urbanos.

Por otra parte, se tenían inversiones en empresas turísticas de apoyo que requerían la inyección constante de recursos financieros.

Si bien los factores operativos mencionados contribuyeron al desequilibrio financiero de FONATUR, la recurrencia obligada y creciente al crédito interno para financiar sus programas operativos significó el principal elemento desestabilizador por sus alto costo y plazos discordantes con el ritmo en que se generaban los ingresos.

En síntesis, la estructura financiera del Fondo se vio debilitada como resultado de operar bajo severos esquemas de fomento y una pesada erogación de recursos, que generaron problemas de liquidez y disminuyeron la capacidad financiera de operación.

Sin embargo, la participación de FONATUR en los Centros Integralmente Planeados ha hecho posible avances sustanciales en el desarrollo turístico del país, ya que ha demostrado que el proceso de concentración de oferta hasta lograr una masa crítica de atracción, y la calidad de los servicios turísticos, han sido un factor determinante para que se potencie efectivamente el desarrollo; y ésto sólo se conjuga cuando se tiene la orientación y rectoría que ha otorgado FONATUR.

Asimismo, la conjunción de reserva territorial, desarrollo de obras de infraestructura, capacidad real de financiamiento, y fundamentalmente el conocimiento y tecnología en materia turística, han hecho de FONATUR, más que un fondo tradicional de

fomento, un valioso auxiliar de la Secretaría de Turismo, para impulsar el desarrollo turístico de la nación.

En este contexto, se instrumentaron los cambios y medidas necesarias para dar solución a la problemática financiera y operativa, lo que condujo a la modificación de sus estrategias, políticas y programas con la finalidad de lograr los objetivos institucionales de modernización del turismo.

3.3.1.- Redefinición de Objetivos.-

El proceso de cambio y reorientación del esquema operativo de FONATUR, se inicia con la redefinición de objetivos.

Esta acción se realizó considerando el marco de referencia compuesto por los lineamientos generales que la Secretaría de Turismo había fijado en materia de Fomento del Desarrollo Turístico, dado que FONATUR actúa como instrumento que traduce y materializa dichos lineamientos; así como por la situación y potencial que guardaban los Centros Integralmente Planeados, particularmente la reserva territorial existente y la infraestructura desarrollada y por desarrollar; la capacidad de financiamiento, cobertura geográfica y canalización de recursos a la planta turística; el cumplimiento de la función estratégica de las inversiones en empresas turísticas de apoyo, programas de desinversión y esquemas alternos para la participación de FONATUR en el desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales.

Para cumplir la política sectorial y los cambios que requería la institución, en congruencia con las políticas globales, se redefinieron los objetivos del Fondo de la siguiente manera:

- * Contribuir significativamente a lograr el crecimiento sostenido y el fortalecimiento de la actividad turística del país.
- * Consolidar los Centro Integralmente Planeados para que cumplan plenamente con su finalidad de ser promotores del desarrollo regional equilibrado, que protejan el medio natural, que reafirmen su competitividad en el ámbito internacional y que induzcan la inversión privada.
- * Asignar apoyos crediticios a la oferta turística, fomentando el desarrollo de una planta turística diversificada para que responda a las necesidades de la demanda nacional y a los requerimientos de calidad y tecnología y participe competitivamente en el mercado turístico internacional.
- * Otorgar apoyo crediticio a la pequeña y mediana empresa turística, a través de fondos constituidos en cada una de las entidades federativas.
- * Desarrollar proyectos turísticos integrales, preferentemente en centros turísticos, que impliquen la preparación de una oferta importante de tierra y ofrecerla a los inversionistas privados, nacionales y extranjeros

para que la desarrollen con la participación y coordinación de FONATUR, garantizando el desarrollo de la infraestructura necesaria, así como la imagen distintiva del centro turístico.

3.3.2.- Definición de la Estrategia.-

La definición del camino alternativo que se seguiría para la consecución de los objetivos de Contribución al Crecimiento Sostenido y Fortalecimiento de la Actividad Turística, Consolidación de los Centros Integralmente Planeados, Financiamiento para el Desarrollo de una planta Turística diversificada y el Desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales, se sustentó en las pautas y orientaciones proporcionadas por el diagnóstico financiero y operativo de la Institución.

La concurrencia de una situación financiera problemática y un esquema operativo inadecuado a las nuevas tareas, llevaron a la conclusión de que la estrategia para lograr los objetivos proyectados consistiría en inducir cambios cuantitativos y cualitativos en las políticas y programas de FONATUR.

El conjunto de cambios operativo-financieros sentaría las bases para que FONATUR pudiera actuar como verdadero promotor del desarrollo turístico ordenado, que pusiera en valor y aprovechara los recursos turísticos de su reserva territorial; que aumentara su capacidad real de financiamiento para mejorar, diversificar y ampliar la planta turística del país, que dotara la infraestructura que requiere la consolidación de los Centros Integralmente Planeados, manteniendo la calidad ambiental y elevados niveles de servicios; que promoviera activamente el desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales con la participación de la inversión privada, nacional e internacional.

En consecuencia, la estrategia se basó en dos líneas de acción: El Saneamiento Financiero y el Cambio Estructural.

Estas líneas de estrategia se apoyaban y complementaban entre sí, ya que disponían acciones tanto para solucionar la problemática financiera como para iniciar los cambios de fondo en los esquemas operativos de FONATUR que habían contribuido a la desestabilización financiera de la institución.

De esta forma, se combatía simultáneamente las manifestaciones y raíces de la desestabilización financiera, tratando de asegurar que las correcciones estructurales impidieran la recurrencia de situaciones críticas.

Adicionalmente, en el plano operativo, el Cambio Estructural planteaba la incorporación de nuevas fórmulas de desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales, esquemas de comercialización e inversiones con los que se promoviera un desarrollo turístico moderno, basado en productos diversificados y competitivos internacionalmente.

Para llevar a cabo la reestructuración financiera y operativa proyectada, FONATUR recurrió al mecanismo de Rehabilitación Financiera y Cambio Estructural que el Gobierno Federal tiene implementado para apoyar al sano desarrollo y modernización de las empresas públicas que lo justifiquen.

En el Convenio celebrado con este propósito quedaron establecidos por una parte las medidas de apoyo financiero del Gobierno Federal y por otra los compromisos de FONATUR para efectuar los cambios correctivos en sus políticas y programas.

3.3.2.1.- Saneamiento Financiero.-

Las principales medidas de apoyo del Gobierno Federal ^{16/} para solucionar los problemas de liquidez y falta de recursos para el financiamiento de los programas de FONATUR fueron:

- * Asunción de Pasivos
- * Autorización para aplicar un esquema de financiamiento de la oferta turística que eliminara el subsidio de tasas de interés.
- * Autorización para ejecutar algunas operaciones de desinversión, venta de terrenos y cobro de créditos mediante papel de deuda denominado convencionalmente "UMS".
- * Reintegrar a FONATUR aquellos recursos obtenidos por desinversiones y que hubieran sido canalizados a la Tesorería de la Federación.
- * Destinar recursos de transferencias presupuestales específicas, para realizar obras de cabeza cuya ejecución corresponde a otras entidades o dependencias.

3.3.2.2.- Cambio Estructural.-

En contraparte, FONATUR convino en que sus políticas y programas verificarían cambios en dos vertientes:

- * Cambios para iniciar y mantener una operación financieramente sana.
- * Cambios para modernizar la operación con productos diversificados y competitivos que integren nuevas tecnologías y modalidades y reorienten el desarrollo turístico.

Cabe señalar, que los cambios en algunos programas y políticas tendrían efecto en los sentidos indicados por ambas vertientes.

En cuanto a los cambios a las formas de operación que habían contribuido directamente a la desestabilización financiera, se tienen los siguientes: 177

CREDITO.

- Operar el otorgamiento de créditos suprimiendo tasas subsidiadas.
- Identificar y recurrir a las fuentes de recursos externos de menor costo, que permitan la colocación de créditos a tasas atractivas que coadyuven a fomentar la inversión en el Sector y se proporcione un adecuado margen de intermediación a la banca de primer piso.

DESARROLLO.

- Racionalizar las inversiones directas en infraestructura, de manera que se lleven a cabo solo las obras que no puedan realizarse en coinversión con particulares.
- Promover que las obras de apoyo a la infraestructura (agua, electrificación y otros servicios), sean a cargo de las dependencias y entidades correspondientes.
- Transferir el mantenimiento y servicios públicos de los Centros Integralmente Planeados a los Gobiernos de los Estados y municipios; en tanto, FONATUR continúe prestando dichos servicios promoverá la obtención de las partidas presupuestales correspondientes.
- Promoverá que particulares desarrollen obras de infraestructura y se les pague con terrenos.

INVERSIONES.

- Continuar con el proceso de desincorporación de empresas y participaciones accionarias, de manera que se reduzca la carga económica derivada de la acumulación de activos y negocios turísticos y con ello aumente la liquidez operativa del Fondo.
- Identificar, promover y desarrollar Proyectos Turísticos Integrales con la participación de inversionistas privados nacionales y extranjeros, a efecto de que las obras de infraestructura y superestructura turística contempladas, se realicen sin afectar el flujo financiero de FONATUR.

- Integrar "Paquetes" que incluyan aportaciones en especie tales como la tierra, estudios, esquemas financieros y estrategia de desarrollo.
- Realizar en coparticipación con inversionistas nacionales y extranjeros, inversiones financieras en proyectos turísticos estratégicos, orientados a la captación de turismo extranjero, procurando que permanezcan en la cartera de inversiones de FONATUR solo el tiempo indispensable, con el proposito de darle mayor revolvencia a los recursos invertidos.

Para lograr que los "Productos" generados por las áreas operativas de FONATUR como son: el Desarrollo de Centros Integralmente Planeados, el financiamiento que otorga para el desarrollo de la oferta turística y la promoción de inversiones desarrolladas con un alto nivel competitivo interno y externo, que amplíe la cobertura territorial como desarrollador y como organismo financiero al incorporar nuevas tecnologías y modalidades financieras, de negocios, desarrollo y operación de infraestructura, comercialización y conservación ambiental, fue necesario implementar cambios que van desde la simplificación de trámites hasta la concepción e instrumentación de un amplio programa para el desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales.

Algunos de los cambios de mayor trascendencia se han dado con la concepción de los "Megaproyectos", cuya formula ha comenzado a revolucionar los esquemas de participación en inversión, desarrollo y comercialización de Proyectos Turísticos Integrales.

Por sus características, constituyen productos diversificados, competitivos a nivel internacional, que se orienta a satisfacer las necesidades y expectativas de ciertos segmentos del mercado turístico mundial hasta ahora subaprovechados.

Con la ubicación de diversos Proyectos Turísticos Integrales en los Centros Integralmente Planeados, se diversificará y reafirmará el nivel competitivo internacional de la oferta turística de estos últimos y en su conjunto.

El programa de financiamiento de la oferta turística, apoyará la creación de fondos estatales que otorguen garantías a los pequeños empresarios turísticos para hacerlos sujetos de crédito, con lo que se promoverá en todo el territorio nacional, la creación y el mejoramiento de la oferta turística desde una tienda de artesanías hasta un complejo turístico.

3.4.- Políticas de Funcionamiento del Fondo.-

El establecimiento de las políticas de funcionamiento del Fondo, ha considerado tanto el cambio estructural efectuado, como las prioridades identificadas y la utilización óptima de los recursos a su alcance.

Ya que las políticas tienen como fin crear las condiciones adecuadas y el marco general que requiere la misma orientación del Fondo, éstas observan

complementariedad y congruencia entre si, posibilitando con ello la maximización de los recursos y la viabilidad de la consecución de los objetivos.

Las principales políticas institucionales que señalan los lineamientos a seguir por los programas sustantivos del Fondo, son las siguientes:

3.4.1.- Política de Desarrollo, Coordinación y Equipamiento de Centros Integralmente Planeados.-

La participación de los Centros Integralmente Planeados en la actividad turística de México, ha sido significativa por sus diversas aportaciones de tipo económico y social.

La consolidación de los Centros Integralmente Planeados, contempla acciones de naturaleza física y administrativa orientadas a promover en los próximos años, su desarrollo sostenido en un marco de eficiencia, competitividad y preservación ecológica.

En este sentido, se cuenta con los siguientes lineamientos de carácter general:

- + Consolidar los cinco Centros Integralmente Planeados en operación, considerando para ello las obras faltantes, su administración y operación eficiente por el municipio.
- + Realizar inversiones en infraestructura que no puedan llevarse a cabo en coinversión con particulares y que sean indispensables para la consolidación de los desarrollos.
- + Promover la realización de obras con pago en especie (terrenos), que deberán desarrollarse necesariamente bajo la normatividad de FONATUR, previendo que los terrenos urbanizados destinados al pago, se transfieran a precio de mercado.
- + Diseñar mecanismos para aumentar la participación de inversionistas privados en infraestructura.
- + Transferir la operación y mantenimiento de los Centros Integralmente Planeados a los gobiernos estatales y/o municipales, en un plazo que no exceda a 1994.
- + Promover que las obras de apoyo a la infraestructura para agua potable, electrificación y otros servicios, sean a cargo de las dependencias y entidades cuya ejecución les corresponde en virtud de sus atribuciones y funciones. FONATUR, oportunamente hará la solicitud de los servicios requeridos ante las instancias correspondientes, así como ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- + Apoyar y fortalecer a los municipios con acciones que les permitan operar y dar mantenimiento a las obras, como hasta ahora FONATUR lo ha realizado.
- + FONATUR en coordinación con dependencias federales y gobiernos estatales y municipales participará en:
 - El diseño de programas que contribuyan a resolver problemas habitacionales en los desarrollos del Fondo.
 - El fortalecimiento de los programas de ordenamiento territorial, que identifiquen la ubicación y necesidades de infraestructura y equipamiento urbano para apoyar la actividad turística.
 - La evaluación de la capacidad de infraestructura y equipamiento urbano en ciudades turísticas, para determinar sus posibilidades de recepción de turistas.
 - La canalización a través de la banca de desarrollo, de los requerimientos específicos de financiamiento de obras de infraestructura, transporte, vivienda y comunicaciones.
 - La promoción del ordenamiento, jerarquización y vigilancia de las acciones que lleven a cabo tanto el sector privado, como el público y social en la creación de infraestructura.
 - Participar coordinadamente con los inversionistas o gobiernos estatales en el diseño, operación y mantenimiento de instalaciones turístico-recreativas.
 - Evitar el deterioro ambiental de cada uno de los centros turísticos, elaborando y ejecutando proyectos integrales de ordenamiento ecológico.

3.4.2.- Política de Desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales.-

Como resultado del cambio estructural llevado a cabo en FONATUR, surgió una nueva forma de desarrollo de proyectos integrales, con una mayor participación de la inversión privada en el desarrollo de infraestructura, proyectos turísticos y dotación de servicios.

La nueva forma de poner en valor grandes cantidades de tierra, desarrollada por inversionistas privados, con el apoyo crediticio y supervisión de FONATUR, respondió a la necesidad de rebasar el ámbito regional cubierto por los Centros Integralmente Planeados, diversificar la oferta y promover la participación del capital privado en la infraestructura.

En este sentido, las acciones que se derivan de esta política y que a continuación se presentan son:

- + Promover y desarrollar Proyectos Turísticos Integrales consistentes en la preparación de oferta masiva de tierra que se ofrezca a la inversión privada nacional y extranjera, de tal manera que se garantice la infraestructura y la superestructura y se fortalezca la imagen del centro turístico.
- + Integrar paquetes de estudios arquitectónicos, de mercado y financieros; de asignación y aportación de la tierra, así como esquemas suficientes y oportunos de financiamiento y de estrategias de desarrollo.
- + Apoyar y fomentar el desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales bajo las siguientes condiciones:
 - Apoyo crediticio, conforme a las reglas de operación de crédito.
 - Participación de FONATUR como coinversionista con los siguientes criterios: aportación de terrenos en proporción mayor al capital de riesgo; aportación de estudios, proyectos y supervisión; participación temporal y limitación de las aportaciones de FONATUR conforme a lo que se programe originalmente.
- + Utilizar la figura del fideicomiso para promover la inversión extranjera, y garantizar las aportaciones y el término de la obra.
- + Procurar que en los Proyectos Turísticos Integrales se realicen obras e implementen acciones para la protección del medio ambiente donde se desarrollen.
- + Participar y promover Proyectos Turísticos Integrales que propicien el desarrollo turístico regional de manera equilibrada.
- + Identificar nuevas zonas de desarrollo con potencial turístico para la realización de Proyectos Turísticos Integrales, considerando las zonas prioritarias, Frontera Norte y bloque de Ciudades Coloniales, indicadas en el Programa Nacional de Modernización del Turismo y el aprovechamiento preferente de las economías de escala.
- + Procurar que los Proyectos Turísticos Integrales que se promueven, permitan diversificar el producto turístico y captar nuevos segmentos de mercado.
- + Participar en el desarrollo de marinas y paradores turísticos tendientes a captar turismo náutico y carretero como una forma mas de diversificación del producto.

3.4.3.- Políticas de Financiamiento.-

FONATUR seguirá impulsando la inversión turística para la expansión, diversificación, competitividad y modernización de la planta turística nacional, a través de las siguientes acciones:

- + Establecer mecanismos para otorgar financiamiento a empresas privadas y sociales que lo destinen para equipamiento recreativo y alojamiento distinto al hotelero convencional, así como para transporte, conservación del patrimonio natural y cultural, fomento a la demanda y educación e investigación.
- + Hacer frente a la demanda de instalaciones turísticas referidas al segmento de negocios, que actualmente adquiere una mayor importancia con motivos de la apertura comercial con otros países y que se presentará en ciudades comerciales e industriales del interior del país.
- + Fortalecer el apoyo crediticio para el mejoramiento y ampliación de la planta turística del país en ciudades del interior que ofrecen atractivos turísticos como son los arqueológicos, históricos y culturales.
- + Apoyo dirigido a la creación de la oferta hotelera en los Centros Integralmente Planeados de Loreto y San José del Cabo, B.C.S., con el objeto de construir el número necesario de cuartos para detonar estas plazas y aprovechar la infraestructura existente.
- + Apoyo a la modernización de la planta turística en materia de transportación aérea, terrestre y marítima; promoción, equipamiento de alta tecnología y servicios conexos al turismo.
- + Apoyo a todos aquellos proyectos específicos que pretendan la conservación y preservación ecológica para su aprovechamiento turístico.
- + Atender los requerimientos de crédito vinculados a la actividad turística en las entidades federativas, promoviendo un desarrollo regional equilibrado.
- + Redefinir reglas de operación y programa de captación de recursos, de tal manera que se adecúen dinámicamente a los cambios que surjan.
- + Otorgar créditos de manera ágil y oportuna, mediante la simplificación administrativa.
- + Operar los programas de otorgamiento de créditos suprimiendo las tasas subsidiadas.

- + Fortalecer el apoyo a la mediana y pequeña hotelería, mediante la creación de Fondos de Garantía en cada uno de los estados del país, para garantizar las solicitudes de financiamiento de aquellos negocios turísticos que son rentables, pero no son sujetos de crédito ante la banca.
- + Estudiar y proponer nuevos mecanismos de financiamiento alternos a los tradicionales, disponibles en el mercado de capitales.

3.4.4.- Política de Comercialización, Promoción y Publicidad.-

La imagen creada de los cinco Centros Integralmente Planeados, la inversión generada y la afluencia de turistas ha obedecido en buena medida, a la aplicación permanente de la política de comercialización, promoción y publicidad en conjunción con los esfuerzos de SECTUR y de los propios prestadores de servicios turísticos.

El manejo adecuado de esta política, permite garantizar al mismo Fondo y a los inversionistas la recuperación de las inversiones realizadas en infraestructura y equipamiento turístico.

Es por ello que las acciones que se lleven a cabo, en este campo deben observar los siguientes lineamientos generales:

- * Operar un programa de comercialización más agresivo, tanto de terrenos como de empresas, bajo un esquema de comercialización integral que permita fomentar e impulsar los desarrollos turísticos.
- * Mantener actualizado el valor del inventario de terrenos y de las empresas sujetas a enajenación.
- * Vigilar que se dé cumplimiento a las condiciones contractuales de cada una de las operaciones de venta de terrenos, a fin de evitar la especulación y retrasos en la consolidación de los desarrollos turísticos.
- * Procurar que el proceso de comercialización de terrenos sea ágil y simplificado.
- * Fortalecer el cambio de concepto como vendedor de terrenos a promotor de negocios turísticos, tanto nacionales como internacionales, a efecto de promover la inversión.
- * Elaborar estudios de mercado dirigidos al consumidor nacional e internacional, con el propósito de identificar estrategias de comercialización, promoción y publicidad.

- * Promover en forma directa convenciones y eventos que puedan realizarse en los centros turísticos de FONATUR que requieren de un impulso de esta naturaleza.
- * Dinamizar el programa de desincorporación de inversiones y empresas no prioritarias, para que sean operadas por la iniciativa privada.
- * Establecer una identidad positiva y única entre las audiencias objetivo de: Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco, así como del propio FONATUR.
- * Realizar campañas promocionales del Fondo, para atraer la inversión privada nacional e internacional a los polos de desarrollo y a los Proyectos Turísticos Integrales.
- * Participar en los fondos tripartitas promovidos por SECTUR en las diferentes entidades de la República.
- * Realizar esfuerzos publicitarios de imagen y comercialización de cada destino de FONATUR, conjuntamente con los prestadores de servicio, líneas aéreas y mayoristas.

3.4.4.1.- Programa de Promoción.-

- * Determinación de objetivos promocionales de cada Centro Integralmente Planeado o Proyectos Turísticos Integrales.
- * Promoción a nivel destino: celebración y promoción de eventos deportivos y culturales de interés nacional e internacional en cada uno de los Centros Integralmente Planeados.
- * Promoción a inversionistas: viajes de familiarización a inversionistas nacionales y extranjeros; presentación a realizarse en los propios destinos; utilización de videos, audiovisuales, folletos y promocionales en revistas especializadas de finanzas y economía ; presentaciones en los estados de la República, a fin de llegar personalmente a todos los posibles inversionistas nacionales.
- * Promoción editorial: viajes de familiarización de reporteros y columnistas; comunicación constante con los medios; interesar a revistas para que publiquen temas particulares de los Centros Integralmente Planeados y Proyectos Turísticos Integrales.
- * Promoción de servicios: identificación de servicios requeridos en los Centros Integralmente Planeados y promoción de la inversión específica; promoción de un mayor número de líneas aéreas y frecuencias a estos Centros.

- * **Promoción a la Industria Turística:** mantener el interés de los agentes de viajes y mayoristas en los Centros Integralmente Planeados, a través de comunicaciones noticiosas, entrevistas personales, viajes de familiarización, seminarios y eventos especiales.
- * **Promoción de Fondos Mixtos:** participación en los fondos mixtos de promoción, principalmente en aquéllos en donde se localizan los Centros Integralmente Planeados.
- * **Promoción en Eventos y Ferias:** participación en exposiciones, ferias nacionales e internacionales con el propósito de alentar y dar a conocer las alternativas de inversión y promover el turismo en los Centros Integralmente Planeados y Proyectos Turísticos Integrales.
- * **Promoción en el Tianguis Turístico de Acapulco:** participación anual con un Stand de Fonatur.
- * **Promoción Institucional:** participación en las campañas promovidas por SECTUR con apoyo de sus representaciones en el extranjero, así como las que se realizan en el territorio nacional, para promover el turismo y la inversión nacional y extranjera.

3.4.4.2- Programa de Publicidad.

- * **Determinación de objetivos publicitarios** de cada Centro Integralmente Planeado y Proyecto Turístico Integral.
- * **Mercados Geográficos:** determinación de los mercados a cubrir con base a su potencialidad, ubicación con respecto a los Centros Turísticos Integralmente Planeados y Proyectos Turísticos Integrales.
- * **Selección de medios:** combinación de los medios de prensa, revistas especializadas y correo, con apoyo de radio y televisión oficial, así como audiovisuales, impresos y artículos promocionales.

3.5. Origen de sus Recursos y Recuperación de Inversión.-

Origen de los Recursos.-

FONATUR ha financiado sus programas sustantivos con la mezcla variable de recursos propios, fiscales y créditos contratados con instituciones bancarias nacionales e internacionales.

Los recursos acumulados en los últimos años, tuvieron la siguiente estructura:

CUADRO 30

ESTRUCTURA PORCENTUAL DE LAS FUENTES DE RECURSOS (1988-1992)						
	1988	1989	1990	1991	1992	TOTAL ACUM.
PROPIOS	58.51	50.68	57.01	68.80	67.55	60.50
FISCALES	5.29	3.99	3.46	2.68	14.92	6.40
CREDITOS INTERNOS	28.05	45.15	27.15	2.39	6.40	21.90
CREDITOS EXTERNOS	8.15	0.18	12.39	26.13	11.14	11.20
T O T A L	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

FUENTE: Perfil del Desempeño Financiero de Fonatur en el Período 1983-1993, FONATUR

Los recursos propios han sido la principal fuente de financiamiento, ya que alcanzaron durante este período el 60.5% del total acumulado. La complementación de recursos se apoyó en gran medida con créditos internos que alcanzaron el 21.90%, seguida por créditos externos con 11.20%; los recursos fiscales se han incrementado en una forma gradual en el período, de manera de que su participación acumulada alcanzó el 6.4% de los recursos con los que se financiaron los programas del Fondo.

Lo anterior se debió, entre otras cosas, a la conjugación de la lenta recuperación de carteras; un programa de desinversión de activos poco dinámico por sus limitantes y restricciones; contratación emergente de recursos crediticios para hacer frente a los daños ocasionados por el huracán Gilberto y a la necesidad de fortalecer los Centros Integralmente Planeados.

En el último año, la participación de los créditos internos en relación a la fuente de recursos significó un 6.4%, en tanto los externos, procedentes del BID, significaron el 11.14% y los propios y fiscales el 67.55% y 14.92% respectivamente.

Por otra parte la aplicación de los recursos en el período 1988 a 1992 se integro de la siguiente manera:

CUADRO 31

ESTRUCTURA PORCENTUAL DE LA APLICACION DE RECURSOS (1988-1992)					
	RECURSOS		FINANCIAMIENTOS		TOTAL ACUM.
	PROPIOS	FISCALES	INTERNOS	EXTERNOS	
DESARROLLO	6.79	5.37	8.96	3.87	24.99
CREDITO	10.97	0.15	7.16	8.44	26.72
INVERSIONES	6.79	0.69	0.07		7.54
ADMINISTRACION	14.79				14.79
DEUDA	18.11		7.83	0.02	25.96
TOTAL	57.45	6.20	24.02	12.33	100.00

FUENTE: Perfil del Desempeño Financiero de Fonatur en el Período 1983-1993, FONATUR

En virtud de los nuevos retos que encara la actividad turística del país y para apoyar la consecución de los objetivos sectoriales en lo que se refiere a la inversión, FONATUR ha delineado como estrategia de inversión, desarrollar obras de infraestructura, tanto en los Centros Integralmente Planeados como en los Proyectos Turísticos Integrales, complementando sus recursos propios y fiscales con aquéllos contratados internacionalmente (especialmente BID), en razón de que presentan ventajas financieras sobre los créditos internos.

- Recuperación de la Inversión

En el caso de la recuperación de inversiones en obras de infraestructura, urbanización y de cabeza, FONATUR tiene previstas las siguientes acciones:

- + Comercializar terrenos a valor de mercado, valuados por la Comisión de Avalúos de Bienes Inmuebles Nacionales.
- + Recuperar, vía la comercialización de los terrenos que se desarrollen a través de los Proyectos Turísticos Integrales y estén previstos en los contratos de asociación.
- + Establecer convenios con los gobiernos municipales para la recuperación de la inversión mediante el cobro de derechos e impuestos que realice el municipio, en aquellos casos que FONATUR lleve a cabo las obras directamente.

- + **Celebrar contratos técnico-financieros en fideicomiso con los gobiernos estatales y municipales, en donde se establezcan las características de la canalización de recursos, su recuperación y la asistencia técnica.**
- + **Promover la recuperación de las inversiones ante las dependencias y entidades que les corresponda ejecutar las obras.**

CAPITULO IV.

PROYECTOS TURISTICOS INTEGRALES

4.1.- Objetivos del Programa

De acuerdo con los cambios y transformaciones del país y en particular del sector turismo, FONATUR se ha propuesto perfeccionar la oferta turística mexicana hacia los crecientes mercados internacionales, mediante la búsqueda de nuevas fórmulas de desarrollo. En este contexto, se han diseñado los Proyectos Turísticos Integrales, los cuales responden a las necesidades de crecimiento turístico del país en el siglo XXI.

El objetivo fundamental de este programa es contribuir a la consolidación de México, como uno de los principales destinos turísticos internacionales, mediante la diversificación de la oferta de instalaciones y atractivos turísticos, que permitan atraer nuevas corrientes de turistas de diferentes segmentos del mercado.

4.2.- Conceptualización y Estrategia de Desarrollo

FONATUR a lo largo de diecinueve años de existencia, ha desarrollado fórmulas capaces de promover la inversión en alojamiento y servicios turísticos que, a su vez, permitan captar el gasto del turismo internacional y crear una demanda eslabonada de bienes y servicios que generan empleos en las comunidades turísticas y contribuyen al desarrollo regional en su área de influencia.

La fórmula esencial para la creación de los centros turísticos integrales, desarrollada por FONATUR, se sustenta en un aeropuerto internacional capaz de atender a los visitantes, una ciudad con toda la infraestructura y los servicios necesarios para atender a la población permanente o comunidad turística y una zona turística con servicios básicos de infraestructura, telecomunicaciones, entretenimiento, transporte, etc.

Su acción promotora ha consistido en ofrecer un lote con infraestructura, servicios, población accesible, y el financiamiento indispensable para que fluya la inversión privada en la construcción y operación de un establecimiento hotelero de servicios turísticos.

Para responder a las condiciones actuales no es suficiente el esquema de promoción de la inversión privada, hotel por hotel, por lo que se ha generado el concepto de Proyecto Turístico Integral.

Un Proyecto Turístico Integral es una fórmula de desarrollo que consiste en la preparación de un proyecto integralmente planeado, dentro de un centro turístico ya existente y que representa la preparación de una oferta importante de terrenos turísticos de primera calidad, que se ofrece a la inversión privada, para que ésta

desarrolle, en forma garantizada, la infraestructura y la superestructura, fortaleciendo la imagen y la identidad del centro turístico.

En estos casos, ya no es FONATUR el que desarrolla la infraestructura específica y el que promueve la oferta unitaria hotel por hotel, sino que es un grupo de desarrolladores privados los que realizarán las obras de urbanización de una área que podrá contener varios hoteles, una marina, un campo de golf, centros comerciales, habitación departamental y residencial, así como otros servicios y atractivos, con el apoyo y la supervisión de FONATUR y, desde luego, en el entorno esencial de un centro turístico ya creado, con una imagen, con un aeropuerto y con una población, que es garantía de continuidad para el desarrollo.

Los Proyectos Turísticos Integrales tienen como base integrar el esfuerzo y la creatividad de la iniciativa privada nacional y extranjera en la creación de una diversificada oferta turística, orientada a captar nuevos segmentos del mercado en la creciente competencia internacional de viajes de esparcimiento.

Significan también, el mantener el nivel de orientación y rectoría de SECTUR en los desarrollos turísticos del país, pero transmitiendo su ejecución, desarrollo y oportunidad a los grupos promotores e inversionistas privados capaces de realizarlo, así como la explotación y aprovechamiento racional de una gama importante de atractivos turísticos bajo un solo impulso, el establecimiento de una imagen arquitectónica, turística y urbana definida. Además de construir un factor importante para acelerar el efecto multiplicador en la generación de empleos y divisas, en la rama turística y en actividades económicas colaterales.

4.3.- Proyectos que conforman el Programa

FONATUR como parte del programa de diversificación de la oferta turística a través de la identificación de Proyectos Turísticos Integrales, ha ubicado 32 proyectos, los cuales se enumeran en el cuadro No. 32, que en total significan incorporar en el mapa turístico de México zonas con gran potencial turístico, en las costas y el interior del país.

Estos proyectos se sustentan en la explotación racional en algunos casos de sus playas, montañas, selvas, tradición cultural y riqueza arquitectónica o de sitios con grandes posibilidades para la práctica de la caza, pesca deportiva en mar y en río, riqueza de fauna y flora.

Los proyectos tienen diferentes grados de avance, algunos de ellos iniciaron su proceso de análisis, evaluación y la realización del anteproyecto de plan maestro hace cinco o seis años, otros están en la etapa de evaluación inicial. El cuadro de Avance de Proyectos Turísticos Integrales muestra el estado actual de cada proyecto.

La meta del programa es mantener en el corto plazo la participación de México en el turismo mundial y en el mediano y largo plazo aumentar esta participación con crecimientos anuales superiores al índice mundial.

De los proyectos turísticos integrales identificados hasta el momento, ya se encuentran en etapa de construcción: Malecón Cancún, Marina Ixtapa, Punta Ixtapa y Puerto Loreto, y en el segundo semestre de 1992 se inició la urbanización de Puerto Cancún.

Puerto Los Cabos, Puerto Bello, Bahía de Cacaluta y Puerto Chahué, actualmente en etapa de difusión y promoción, significan la consolidación de los lugares donde se ubican al complementar de manera contundente los servicios turísticos que ya se ofrecen, lo que les permitirá continuar en los primeros lugares del mapa turístico.

El Soldado de Cortés, La Pesca y La Presa de la Amistad, significan un impulso muy importante de la actividad turística en regiones poco explotadas en este rubro, pero de gran capacidad para ofrecer atractivos naturales y culturales complementados con servicios recreacionales con una calidad de nivel internacional, que cuentan con un mercado potencial del sur de los Estados Unidos.

CUADRO 32

AVANCE DE PROYECTOS TURÍSTICOS INTEGRALES (Mayo de 1977)					
PROYECTOS TURÍSTICOS INTEGRALES	ANTE	PLAN	ESTUDIO	PROYECTO	OBRA
	PROYECTO	MAESTRO	%	EJECUTIVO	%
	%	%		%	
1.	FUERTO CANCUN, Q.R.	100	100	100	100
2.	MALDON CANCU, Q.R.	100	100	100	100
3.	MARINA IXTAPA, GRO.	100	100	100	100
4.	PUNTA IXTAPA, GRO.	100	100	100	100
5.	FUERTO LOTERO, B.C.S.	100	95	80	100
6.	FUERTO CHARIS, OAX.	100	95	80	100
7.	BAHIA DE CACALITA, OAX.	100	95	75	
8.	SANTA MARÍA DEL OBRAJE, GTO.	100	100	10	50
9.	GUANAJUATO, GTO.	100	50		
10.	EL SOLDADO DE CORTES, SON.	100	100	80	60
11.	LA PESCA, TAMPS.	100	75	50	
12.	RANCHO MAJAGUA, COL.	100	50		
13.	PLAZA DE LA AMISTAD, COAH.	100	35	10	
14.	LAGO DE LA COLINA, CHIH.	100	30		
15.	SAN BLAS, HAY.	100	100	10	
16.	MARDINGA, VER.	100	100	50	50
17.	ISLA ACAPULCO PAPAGAYO, GRO.	100	50	50	10
18.	BARRA DE PIAXTLA, SIM.	100	20	10	
19.	PALENCIA, CHIS.	100	10		
20.	FUERTO BELLO, Q.R.	100	100	80	
21.	FUERTO LOS CAMOS, B.C.S.	100	100	20	
22.	LA LACANDONA, CHIS.	100	50		
23.	SAN FELIFE, B.C.	100	10		
24.	ISLA DORADA, Q.R.	100	100	100	100
25.	LA BUFADORA, B.C.*				
26.	FUERTO PEÑASCO, SON.*				
27.	COSTA ALEGRE, JAL.*				
28.	EL COCHORIT, SON*				
29.	PLAYA RAGDAD, TAMPS.*				
30.	BARANA DE NAVIDAD, JAL.*				
31.	LAS GLORIAS, SIM.*				
32.	PLAYA XICATELA, OAX.*				

(*) A NIVEL DE ESTUDIOS DE PREFACTIBILIDAD

Santa María del Obraje, Rancho Majagua y Lago de la Colina, de vocación cultural el primero y ecológico los segundos son proyectos que atenderán los nuevos segmentos de mercado que actualmente están ganando preferencia en el turismo mundial.

Los proyectos de conceptualización más reciente como Guanajuato, San Blás, Mandinga, Isla Acapulco Papagayo, Barras de Piaxtla, Palenque, La Lacandona, San Felipe e Isla Dorada, La Bufadora, Puerto Peñasco, Costa Alegre, El Cochorit, Playa Bagdad, Barra de Navidad, Las Glorias y Playa Zicatela, funcionarán como detonadores de la actividad turística en centros tradicionales que cuentan ya con una vocación turística, además de una gran gama de atractivos naturales y culturales, pero requieren de un impulso que les permita posicionarse dentro de los destinos turísticos de mayor reconocimiento nacional e internacional.

4.4.- Esquemas de Comercialización.

El esquema de comercialización y desarrollo dada la magnitud de los proyectos, no ha seguido un patrón único y las condiciones en las cuales se han negociado responden a su ubicación, características del proyecto, facilidades en infraestructura básica, experiencia del grupo desarrollador entre otros factores. Los casos particulares se detallan a continuación:

En el caso de Malecón Cancún, FONAUTR aporta inicialmente el terreno y las Empresas el monto de la inversión necesaria para el desarrollo de la infraestructura y superestructura de este proyecto. Estas empresas pagarán a FONATUR el costo del terreno más un porcentaje de intereses, con el producto de las primeras ventas que efectúen. Asimismo existe el compromiso del adquiriente de someter todos los proyectos a la aprobación de FONATUR, de tal manera que estos se realicen conforme a la normatividad y lineamientos de desarrollo establecidos en el Plan Maestro.

En el caso del Proyecto Marina Ixtapa, consistió en la venta del terreno en breña por parte de FONATUR al grupo SITUR perteneciente al grupo SIDEK, para que éste realice la infraestructura y obras marítimas. FONATUR además, participa con la supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo las especificaciones y uso del suelo, para garantizar el establecimiento de la imagen final prevista en este proyecto.

Por otra parte, además del ingreso que representó para FONATUR la venta del terreno en breña, también obtendrá el 5% del producto de la venta de terrenos urbanizados.

En el caso de los Proyectos Turísticos Integrales Punta Ixtapa y Puerto Loreto, el esquema de comercialización consistió en la venta del terreno en breña por FONATUR a los grupos inversionistas, para que estos sean los que desarrollen las obras de urbanización y demás infraestructura necesaria en cada proyecto, contando con el apoyo y supervisión de FONATUR, de tal manera que los proyectos se realicen en estricto apego a la normatividad y lineamientos establecidos en el Plan Maestro.

El Grupo desarrollador de Punta Ixtapa es la Promotora DINE, perteneciente al grupo DESC, ambos integrados por inversionistas mexicanos.

Por lo que respecta a Puerto Loreto, el grupo de inversionistas es la empresa DIPE con participación de capital francés.

El esquema de desarrollo para el Proyecto Puerto Cancún, implicó la constitución de la empresa FONASEC, en la que participa el grupo italiano Società Esercizio Cantieri con el 51% y FONATUR con el 49% del capital social, estableciendo que la supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo especificaciones del proyecto y normas de uso de suelo, recaerán en FONATUR.

En la sociedad, FONATUR aporta el terreno, los estudios y proyectos; y el grupo italiano el capital de riesgo para la realización de las obras de cabeza, urbanización y demás obras de infraestructura marítima.

Cabe mencionar que la empresa FONASEC obtuvo un crédito del Banco Italiano CREDIOP, para financiar alrededor del 70% del costo total de las obras de infraestructura, incluyendo los rubros relativos a supervisión, seguros, promoción y publicidad del proyecto.

La recuperación de la inversión realizada por los socios de FONASEC, así como la amortización del crédito solicitado, se llevara a cabo a través de la venta de lotes urbanizados a desarrolladores de hoteles, villas condominios, clubes, campos de golf, entre otros, para que ellos sean los que construyan la superestructura del proyecto.

4.5.- Importancia Estrategica de las Obras de Cabeza en la Promoción de Proyectos Turísticos Integrales.

Los Proyectos Turísticos Integrales actualmente en etapa de construcción, se encuentran ubicados en algunos de los centros turísticos que dirige y controla FONATUR. La existencia de infraestructura básica como un aeropuerto, vías de comunicación, agua potable, energía eléctrica, así como el contar con las obras de cabeza como caminos de acceso, potabilizadora, planta de tratamiento de aguas negras, entre otras, han facilitado la participación de inversionistas privados por primera vez en la historia del país, incorporándose al desarrollo de proyectos turísticos de gran magnitud, en su etapa de urbanización.

La estrategia de promoción de los demás proyectos considera de gran importancia que FONATUR, si bien, ya no realice la urbanización del proyecto total, participe en la construcción de las obras de cabeza, con el fin de garantizar la existencia de los servicios básicos que sustentarán la construcción de las demás obras de infraestructura y urbanización.

El Programa de Desarrollo de Proyectos Turísticos Integrales para el período 1984-1996 considera el inicio de la urbanización de 3,000 hectáreas de terrenos que se incorporarán paulatinamente a la infraestructura turística del país. Ello significa una inversión en obras de cabeza por 201 millones de dólares.

Para financiar este monto, FONATUR ha solicitado a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, su autorización para solicitar al B.I.D. un crédito por 100.5 millones de dólares, que corresponde al 50% del costo total de las obras de cabeza. La contraparte del crédito será aportado por los inversionistas privados que participen en el desarrollo del proyecto como parte de capital de riesgo.

4.6.- Formas de Promoción y Participación del Inversionista Privado.

La promoción de los Proyectos Turísticos Integrales, se lleva a cabo mediante el trato directo con inversionistas privados nacionales e internacionales.

Se han estudiado diversas formas de participación de FONATUR en la realización de estos proyectos, entre las cuales podemos mencionar:

- La asociación con inversionistas privados en proyectos donde FONATUR aporte la tierra, los estudios y proyectos, las obras de cabeza, y conjuntamente con el inversionista privado promueva la obtención de créditos (si fuera indispensable). Por otra parte, los inversionistas aportarán los recursos frescos como capital de riesgo necesarios, esto a través de la creación de una sociedad o fideicomiso.
- La venta del terreno en breña a inversionistas privados para que estos desarrollen las obras de infraestructura y superestructura necesarias, bajo la estricta supervisión y vigilancia de FONATUR.

La participación de FONATUR en el desarrollo de estos proyectos es fundamental para garantizar la realización en tiempo y con las especificaciones del proyecto, ya que tiene una función rectora y actúa como inversionista a través de la aportación de los terrenos, estudios y proyectos, así como en la realización de las obras de cabeza, lo anterior, con el fin de detonar el inicio del proyecto y facilitar que el inversionista privado efectúe las obras de urbanización de los terrenos, al contar con el respaldo de una Entidad Federal.

La participación de FONATUR en estos proyectos significa un apoyo para el inversionista privado nacional y extranjero, ya que el primero tiene poca experiencia en la realización de proyectos turísticos de gran alcance, y el segundo está dispuesto a participar de preferencia en asociación con una contraparte Mexicana con credibilidad y experiencia en el desarrollo de proyectos turísticos.

Aunado a lo anterior, los centros turísticos que han sido desarrollados exclusivamente por inversionistas privados, al no partir de un plan rector adolecen de servicios adecuados, anarquía en el uso del suelo, falta de infraestructura de calidad y pocas medidas encaminadas a preservar el medio ambiente.

Por lo anterior, la participación de FONATUR en la realización de los proyectos turísticos integrales resulta fundamental, dada la experiencia acumulada en el desarrollo de los centros integralmente planeados y la credibilidad que tiene el organismo ante los inversionistas privados. En este sentido, si FONATUR no

promueve y participa en la realización de estos proyectos turísticos difícilmente los grupos inversionistas privados de manera aislada lo podrán hacer.

En estos proyectos FONATUR tiene también una función coordinadora entre las diferentes Secretarías, Organismos o Entidades del Gobierno Federal, que facilite el otorgamiento de permisos, licencias y en general todas las gestiones que el proyecto demande.

Otra de las funciones de FONATUR, es llevar a cabo la administración del proyecto, cubriendo algunas de las funciones del Municipio, únicamente en el área turística y durante la etapa inicial, formándose posteriormente empresas que efectúen la administración y el mantenimiento del desarrollo, las cuales funcionarán de manera independiente, con recursos que los propios residentes del desarrollo aporten.

En resumen, las funciones de FONATUR en la realización de estos proyectos se concentra en: el diseño del proyecto, la promoción del mismo y en la participación como inversionista asociado a grupos privados de probada capacidad técnica, financiera y de comercialización de terrenos urbanizados.

Cuando el proyecto alcance su madurez o una dinámica en la que se llegue al punto de no retorno, FONATUR estará en posibilidades de vender su participación a los mismos inversionistas o a otros grupos, recuperando su participación inicial, así como los rendimientos obtenidos, con el propósito de aplicarlos en apoyo de otros proyectos turísticos.

En este contexto, la estrategia de desarrollo de los proyectos turísticos integrales, fortalecerá la imagen de los centros turísticos, multiplicará las acciones de promoción de la demanda e inversiones, y elevará el volumen de empleo y desarrollo regional; además de reducir las inversiones de FONATUR en el rubro de infraestructura, evitando con ello que se convierta en acumulador de activos en negocios turísticos que le representen cargas económicas y problemas de liquidez.

4.7.- Contribución de los Proyectos Turísticos Integrales.

Por la característica de los proyectos, la contribución de estos en términos de oferta turística, se verá reflejada en el mediano y largo plazo, debido a que en el corto plazo se realizarán las obras de cabeza, infraestructura y urbanización de terrenos, para su venta posterior a desarrolladores turísticos, quienes se encargarán de construir los hoteles, villas, condominios y demás obras de superestructura turística.

4.7.1.- A la actividad turística

En el ámbito turístico, estos proyectos contribuirán a la captación de nuevos segmentos de mercado, apoyándose en la diversificación de la oferta turística, a través de la creación de marinas y puertos turísticos, se desarrollará el turismo náutico, deportivo y de cruceros, con lo cual se pretende captar uno de los segmentos de mercado de mayor dinamismo: el mercado náutico-turístico de Estados Unidos de América.

Otro tipo de turismo hacia el que se están orientando algunos de estos proyectos, es el turismo ecológico, ya que entre sus instalaciones contarán con amplias zonas de reservas ecológicas, ricas en recursos naturales que podrán ser visitadas por esta clase de turismo tan especial: los estudiosos de la ecología y aquellos interesados en la preservación del medio ambiente. El mercado emisor de este tipo de turismo está constituido por Europa, Estados Unidos de América y Canadá.

Cabe mencionar que independientemente del desarrollo de algunos proyectos con enfoque ecológico, FONATUR desde la creación de los CIP'S, ha adoptado medidas tendientes a proteger el medio ambiente, a través de la delimitación de zonas de reserva ecológica en los desarrollos turísticos. En los Planes Maestros de los Proyectos Turísticos Integrales se ha considerado la ubicación estratégica de zonas de uso turístico, urbano y de reserva ecológica, de tal manera que se lleva acabo una explotación racional de los recursos naturales.

Al alcanzar su completo desarrollo, estos proyectos contribuirán a captar un volumen de visitantes anuales del orden de 3'586,000 turistas extranjeros y 2'176,000 turistas nacionales.

Por otra parte, el crecimiento de los destinos turísticos depende cada vez más de un correcto equilibrio entre el número de cuartos de hospedaje, la oferta de servicios de transportación aérea, la promoción y publicidad, aspectos que han sido considerados en las estrategias generales de desarrollo de proyectos, para garantizar la consolidación de México como destino turístico internacional. Para ello FONATUR efectúa análisis periódicos del comportamiento de la oferta de transporte en los Centros Integralmente Planeados, lo que le permite estar en posibilidades de proponer a las autoridades respectivas y a las empresas de transporte, la apertura de nuevas rutas o el incremento de la oferta desde mercados perfectamente identificados.

En lo referente a instalaciones de hospedaje, los Proyectos Turísticos Integrales en su fase final, contribuirán con la construcción de 52,806 cuartos hoteleros, 31,426 cuartos departamentales y 22,218 villas y residencias.

Con el desarrollo de los mismos, la oferta hotelera se irá diversificando y cobrarán importancia formas de hospedaje como las villas residenciales, los condhoteles y condominios de tiempo compartido, debido a que este tipo de instalaciones permiten balancear la conformación de los ingresos y adelanta la recuperación y rentabilidad de la inversión. Asimismo, implican que parámetros como estadía y repetitividad aumenten, contribuyendo a que la estacionalidad sea menos marcada.

Finalmente, con el desarrollo de estos proyectos se pretende alcanzar la excelencia en la presentación de servicios y mantener la posición de México en el mercado turístico de calidad internacional, ya que favorecen la competencia y propician el mejoramiento de los servicios en los destinos turísticos nacionales.

4.7.2.- Al Desarrollo Económico

En su fase de operación total, estos proyectos generarán una derrama económica anual del orden de 2,464.0 millones de dólares y 1,619.0 miles de millones de pesos.

Esta importante cantidad de ingresos generados favorece la distribución de la riqueza, propiciando el desarrollo de regiones apartadas de la vida productiva del país y produciendo un crecimiento económico en dichos sitios, lo cual se ve reflejado a nivel local, en el aumento del ingreso per cápita de la población y de la productividad de ésta; y a nivel nacional, favoreciendo el saldo de la balanza turística y funcionando como factor de equilibrio en la balanza comercial.

4.7.3.- Al Desarrollo Socio-económico

Se estima que su realización propiciará la creación de 125,200 empleos directos y 277,000 empleos indirectos. Otra de las contribuciones en el aspecto social, es la solución de una problemática específica representada por la escasez de servicios públicos y habitacionales en centros donde existe un rezago en la oferta de estos servicios. Los programas de construcción de viviendas y en general de desarrollo de las zonas urbanas adyacentes a los centros turísticos, propiciarán la solución de esta problemática.

4.8.- Esquemas de Recuperación Financiera de las acciones de Fonatur.

Para la realización de los proyectos turísticos integrales, se han establecido dos fases de desarrollo, la primera en la que se construirán las obras de infraestructura, y en la que es fundamental la participación de FONATUR, conjuntamente con los desarrolladores privados, y la segunda en donde participarán los inversionistas que construirán la superestructura.

El nuevo concepto que FONATUR está desarrollando en los proyectos turísticos integrales para la Recuperación Financiera de las acciones que realice es el siguiente:

Obras de cabeza

Los recursos que FONATUR canalice para la construcción de obras de cabeza en estos proyectos, se recuperarán a través de la venta de terrenos urbanizados, donde el desarrollo se realizará a través de diferentes formas de asociación con los inversionistas privados, de entre las cuales destacan las siguientes:

- a) FONATUR aporta los terrenos con el o con los asociados, aporta también el importe del crédito para las obras de cabeza y el inversionista aporta la contraparte nacional, este mecanismo permitirá a FONATUR, participar con el porcentaje que represente el valor del terreno y el importe del crédito para obras de cabeza. La recuperación de la participación de FONATUR se efectuará en el momento que se comercialice la tierra urbanizada.

- b) FONATUR vende a desarrolladores privados los terrenos con obras de cabeza a pie de lote. FONATUR recuperará el importe del crédito de las obras de cabeza y la contraparte nacional, a través del valor agregado del terreno.

Por medio de cualquiera de estas formas de desarrollar los proyectos turísticos integrales, FONATUR estará en condiciones de recuperar la totalidad del importe del crédito y de la contraparte nacional.

Infraestructura Primaria

La infraestructura primaria se efectuará con la participación del inversionista o grupo de inversionistas privados que intervendrán en la fase de urbanización del proyecto. La recuperación de la inversión se efectuará a través de la venta de terrenos urbanizados a empresas de capacidad alta y media, capaces de desarrollar un hotel, edificios de condominios, un cluster de villas, etc.

Equipamiento

En los proyectos turísticos integrales, FONATUR no invertirá recursos en obras de equipamiento, estas obras serán realizadas por los organismos oficiales con la única obligación de FONATUR y los inversionistas de aportar a los municipios los terrenos urbanizados que marque la ley de fraccionamientos de los estados donde se desarrolle cada proyecto.

4.9.- Esquemas de Concertación o Coordinación para la Operación, Mantenimiento y Administración.

Con el objeto de que FONATUR no aporte recursos económicos en la operación y mantenimiento de los servicios, se está concertando con los diferentes organismos operadores para que al terminar las obras de urbanización y la venta de lotes, ellos reciban los sistemas para operación y mantenimiento, bajo las siguientes bases:

Teléfonos de México, S.A.

Se le entregarán las redes telefónicas e instalaciones especiales cuando estas existan (Central Telefónica).

Comisión Federal de Electricidad

Se le entregarán subestaciones eléctricas, redes de alta y baja tensión.

Comisión de Agua Potable

Se le entregarán a las comisiones de agua potable de cada sitio donde se localice el megaproyecto, los sistemas de agua potable y alcantarillado, incluyendo las redes primarias y secundarias.

Es importante aclarar que para los organismos operadores, la labor de mantenimiento no representará ninguna carga financiera, ya que la operación y mantenimiento de los sistemas les generarán ingresos por derechos de conexión y consumo.

Por otra parte se promoverá a través de los organismos de gobierno correspondientes, la creación de empresas privadas especializadas de servicios y mantenimiento, cuya función será prestar los servicios correspondientes cobrando cuotas a los propietarios y operadores de las diferentes instalaciones del proyecto.

Con la creación de estas empresas se garantiza la calidad y continuidad del servicio, manteniendo la imagen del centro turístico, sin afectar las finanzas de FONATUR, del grupo desarrollador y sin distraer la acción de las autoridades municipales o estatales de sus tareas prioritarias de servicio.

4.10.- Esquemas Financieros Propuestos.

La inversión total de los Proyectos Turísticos Integrales con un avance mínimo de anteproyectos asciende a la cantidad de 11,780 millones de dólares, de los cuales 10,866 millones de dólares se refieren a las obras de superestructura y 948 millones a las obras de infraestructura.

El costo de la obra de infraestructura se compone por 222 millones de dólares del terreno, 201 millones de dólares el costo de obras de cabeza y 463 millones de la urbanización.

El monto del crédito solicitado asciende a la cantidad de 100 millones de dólares que representan el 50% del costo de las obras de cabeza, el 50% restante será aportación de los inversionistas privados.

4.11.- Estructuración de los Escenarios Presupuestales.

Los escenarios se estructuraron a partir de los presupuestos parciales de recursos requeridos para la ejecución de los programas sustantivos: Crédito, Desarrollo, Inversión y Proyectos Turísticos Integrales en el período 1992-1996.

Dichos presupuestos se complementaron con los correspondientes a los demás rubros, incluyendo en forma preliminar el de deuda pública.

Considerando el importante volumen de inversión y gasto estimado en el período, se diseñó una estrategia para su financiamiento basada en el fondeo de recursos frescos mediante el mecanismo denominado "Bursatilización de Derechos de Cobro" que consiste básicamente en fideicomitir los derechos de cobro de una cartera de créditos refaccionarios (en el caso de FONATUR), emitir certificados de participación ordinaria amortizables cuyos intereses y pagos a capital son cubiertos con los flujos de la cartera fideicomitada.

financiero y éste entregaría a FONATUR el 100% del valor nominal de los derechos de cobro.

Esta operación no constituye la creación de pasivos para FONATUR y es equivalente a la recuperación anticipada de la cartera.

Las comisiones y gastos de colocación conforman el costo de esta operación.

De esta forma, los ingresos por bursatilización programados a partir de 1993 complementan el total de ingresos propios, compensan la disminución gradual de ingresos por desinversiones y contribuyen sustancialmente a cubrir las necesidades de inversión presupuestadas.

Otro componente principal de la estrategia financiera son los recursos crediticios solicitados al Banco Interamericano de Desarrollo, ya que durante el período mencionado aportarán un total de 857,286 millones de pesos, equivalentes a 245.9 millones de dólares, con los que cubrirá el 50% de la inversión presupuestada para el Programa de Consolidación de Centros Integralmente Planeados y obras de cabeza en 12 Proyectos Turísticos Integrales.

La ventaja de la utilización de estos recursos reside también en las condiciones de amortización a largo plazo, aplicación a inversiones productivas con recuperaciones previstas desde el corto plazo.

CONCLUSIONES

- La palabra turismo se emplea para describir a cualquier persona cuyos movimientos llenan dos condiciones: primera, una ausencia relativamente corta de su domicilio y segunda, que el dinero que gaste durante su ausencia sean ingresos generados en su lugar de origen y no en los lugares que visita.
- El turismo en México es un fenómeno contemporáneo que surge en la época posterior al movimiento armado iniciado en 1910. Dado el papel tan prominente que ocupa en nuestra economía, tanto el Gobierno Federal como la Iniciativa Privada han conjugado esfuerzos para crear las condiciones necesarias a fin de obtener un mayor desarrollo de esta importante actividad.
- Los gastos de los turistas se han convertido en la actualidad, en el sustento de algunas regiones en muchos países y un elemento importante en las balanzas de pagos internacionales.
- La infraestructura económica de un país y el ambiente turístico creado en forma conjunta por el estado y la iniciativa privada hacen posible la creación de la base de la actividad turística.
- Los viajes al extranjero que realiza una comunidad, está determinada por el nivel de ingreso y por circunstancias geográficas; sociales y políticas. Otros factores deben tomarse en cuenta como: consideraciones demográficas, condiciones de trabajo, factores educacionales y hábitos sociales.
- El turismo es un importante vehículo de cambio social y cultural, ya que pone en contacto dos culturas y formas de organización social, de los cuales una puede ser más eficiente y más desarrollada tecnológicamente.
- Europa y Estados Unidos constituyen las principales fuentes alimentadoras de turismo en el mundo.
- Es muy importante el papel que desempeña en la actualidad el transporte aéreo en los movimientos turísticos mundiales.
- El servicio de autotransporte es el preferido por el turismo local. Únicamente en temporadas de vacaciones de burócratas y días festivos ligados a fines de semana hay exceso de demanda. Por lo general se puede afirmar que el servicio es satisfactorio.
- La actividad turística es un factor dinámico en el proceso económico de México, su impacto esencial reside en la función compensatoria que dicha actividad desempeña en la balanza de pagos y el efecto multiplicador que causa el ingreso de divisas por turismo en las diferentes actividades de la economía nacional. Es por ello, una fuerza potencial para estimular el comercio

internacional y ayudar así a extenderse e intensificar los intercambios internacionales.

- El posible establecimiento de la zona de libre comercio más grande del mundo permitirá mayores posibilidades de desarrollo al sector, puesto que el turismo receptivo de Canadá y Estados Unidos en conjunto representan el 88% de los visitantes internacionales que recibe nuestro país anualmente.

- Es necesario realizar un esfuerzo para incrementar fundamentalmente la afluencia de los segmentos turísticos cultural, de lujo y sofisticado por encima de las tendencias actuales, con lo cual la participación de los segmentos económico-familiar y de jóvenes activos se reducirán, ya que son segmentos que generan pocos ingresos a la oferta hotelera.

- La afluencia de turistas europeos ha crecido en proporción de 1.4% a un 5.1% en los últimos veinte años derivado de las facilidades otorgadas para la internación de vuelos de fletamento o charter, y la apertura prevista en los convenios bilaterales aéreos.

- El concesionamiento de grandes proyectos de infraestructura, como son: carreteras, puertos, aeropuertos, etc., a la iniciativa privada, garantiza el desarrollo de estos, que a su vez posibilitan la afluencia de viajeros a los complejos turísticos.

- El balance ingresos-egresos del renglón turismo ha sido tradicionalmente favorable desde hace ya muchos años, su saldo no refleja en términos monetarios la importancia de sus potenciales atractivos, naturales, culturales y humanos.

- Los ingresos por turismo han constituido durante los últimos 6 años una participación en los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos superior al 7%, en contraposición, los egresos han representado en el período 1980-1992 entre el 2.5 y 3.7%.

- Las transacciones fronterizas cuyo saldo es negativo desde 1980, reducen los efectos positivos generados por el renglón turismo.

- Con la finalidad de aprovechar óptimamente los beneficios económicos que generan las corrientes turísticas mundiales, México necesita diversificar los mercados y productos turísticos. Desplegar intensas y regulares campañas promocionales y publicitarias en el exterior que respondan efectivamente a las características del producto.

- Se deberá fomentar la inversión con empresarios mexicanos y extranjeros en el sector, a través de diversas medidas como lo son las modificaciones a la Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera.

- Se deberán promover las diferentes cualidades turísticas de nuestro país para contrarrestar los efectos de factores estacionales, sociopolíticos y fenómenos naturales.
- Se necesita la participación libre de las inversiones privadas, incluyendo las extranjeras, para ampliar la capacidad de desarrollo turístico del país.
- Aumentar la Inversión extranjera y nacional en el sector turismo; se traducirá en un incremento de empleos, producción e ingresos.
- De llegarse a concretar positivamente las acciones de promoción y desarrollo planteadas en el Programa Nacional de Modernización del Turismo, las regiones y centros que más se beneficiarán serán aquéllos que presenten mayores ventajas para la integración de la oferta de alojamiento y transporte.
- Los Centros Integralmente Planeados permiten incrementar la afluencia de visitantes extranjeros dadas las características de la calidad de su planta de alojamiento, asimismo su acelerado crecimiento ha provocado la formación de corredores turísticos que pueden complementar la oferta de alojamiento. Se estima que para el año 2000 contribuirán con el 32% del total de la afluencia de turismo receptivo.
- Los destinos de playa recuperarán posición ante el turismo extranjero en la medida en que se induzcan más atractivos de acuerdo con las tendencias de este mercado.
- En el caso de los centros tradicionales de playa su desarrollo está y estará en función del mercado nacional.
- Para alcanzar el volumen de visitantes que requiere el desarrollo turístico del país, es necesario impulsar nuevos proyectos que hagan posible captar esa demanda marginal y acceder a nuevos mercados.
- Los Centros Integralmente Planeados constituyen los destinos que presentan mayores ventajas para captar turismo internacional en escala masiva.
- FONATUR se convierte en un instrumento estratégico para la captación de turismo extranjero y en detonador para el desarrollo de nuevos sitios y productos turísticos, que eleven la calidad de los servicios mediante el impulso de nuevas fórmulas de fomento.

INDICE DE CUADROS

No. de Cuadro	NOMBRE	PAGINA
1	Participación de México y las cinco Regiones en la Captación de Turistas a nivel Mundial (1980-1992).	20
2	Participación de México y las cinco Regiones en la Captación de Ingresos por Turismo a nivel Mundial (1980-1992).	21
3	Principales países por Captación de Turismo e Ingresos por Turismo Internacional en 1992.	23
4	Participación de México en la Captación de Turismo Mundial.	25
5	Escenarios de Crecimiento del Turismo Mundial.	26
6	Indicadores Básicos de la Actividad Turística.	28
7	Participación en el Producto Interno Bruto.	28
8	Ingresos por Turismo en la cuenta corriente de la Balanza de Pagos.	29
9	Personal ocupado a nivel Nacional y estimación de los empleos generados por la Actividad Turística.	30
10	Indicadores de la Oferta Turística	31
11	Indicadores de la Demanda Turística	32
12	Turismo Receptivo Total a México	33
13	Evolución de los Segmentos de Turismo Receptivo en México.	34
14	Evolución Histórica del número de Visitantes extranjeros por Grupo de Centros Turísticos.	34
15	Demanda de la Industria de Tiempos Compartidos 1992 (Ventas Estimadas).	35

16	Demanda de la Industria de Tiempos Compartidos (Origen de los Compradores).	36
17	Movimiento de Cruceros en los principales Puertos Nacionales, 1992.	36
18	Movimiento de pasajeros en Crucero, 1992	37
19	Turismo Receptivo 1992 (Vía de transporte y nacionalidad)	37
20	Movimiento y Flujo de Divisas por Turismo (Resumen).	38
21	Principales Indicadores por Polo Turístico en Centros Seleccionados del país.	40
22	Evolución Histórica del número de visitantes Nacionales por Grupo de Centros Turísticos.	41
23	Balanza de Mercancías y Servicios 1980-1992.	44
24	Balanza Comercial	45
25	Balanza de Turismo	47
26	Financiamiento del Déficit Comercial por Turismo.	48
27	Balanza de Transacciones Fronterizas	49
28	Salida de Divisas por Importación de Mercancías y Servicios.	50
29	Participación del Turismo y Transacciones Fronterizas en los Ingresos por Exportación de mercancías y servicios	51
30	Estructura Porcentual de las Fuentes de Recursos, 1988-1992	83
31	Estructura Porcentual de la Aplicación de Recursos, 1988-1992	84
32	Avance de Proyectos Turísticos Integrales, (mayo 1993)	89

BIBLIOGRAFIA:

- 1) Historia y Antología del Pensamiento Económico, Antigüedad y Edad Media, Silva Herzog Jesús, FCE. México.
- 2) Enciclopedia Británica Inc., Cook Thomas, Chicago, London, Toronto.
- 3) Arrilloga, José Ignacio, Sistema de Política Turística, Editorial Aguilar, Madrid 1925.
- 4) Alemán Velasco Miguel, La Política Turística en la Planificación General del País, CNT, México 1964.
- 5) Instituto Nacional de Investigaciones Turísticas, Trabajo inédito.
- 6) Alvarez José Rogelio, "México: Cincuenta Años de Revolución, F.C.E., p.291 y 292, México 1960.
- 7) Pani Alberto J., "Tres Monografías, p. 223, La Industria Nacional de Turismo, Editorial Atlante, S.A., México 1991.
- 8) Departamento de Turismo del Gobierno de México, Testimonio de una Política en materia de Turismo, Memoria 1964, p 23
- 9) Ley Federal de Turismo, 1963. México.
- 10) Legislación y Organización Turística Mexicana, tercera edición. Jorge Olvera Tor, Editorial Porrúa, S. A., 1988.
- 11) Organización Mundial del Turismo, El Turismo en 1992, Datos Esenciales, Enero 1993.
- 12) Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1991, 1992, Secretaría de Turismo, Dirección General de Política Turística, Mayo 1992.
- 13) Informe Anual 1992, Banco de México, México 1993.
- 14) Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, Secretaría de Turismo, 1991.
- 15) El Turismo en México durante 1992, Secretaría de Turismo Suplemento de la Gaceta del Sector Turismo, Volumen 7, Año 2, Julio 1993.
- 16) Barómetro Turístico 1992, Subdirección General de Comercialización, Gerencia General de Estudios de Mercado, FONATUR 1993.

- 17) Panel Cruceros Marítimos, Estudio Continuo de Visitantes por vía marítima, Subdirección General de Comercialización, Gerencia General de Estudios de Mercado.
- 18) Brenner, Melvin ET-A1 Airline Deregulation, 1985 y Airlines Reporting Co.
- 19) Aeroports Magazine, números 180 y 181, 1987; 186 y 187, 1988 y 196, 197, 200 y 203 de 1989.
- 20) La Economía Mexicana en Cifras, 1992, NAFINSA.
- 21) El Turismo y la Balanza de Pagos, Fondo Monetario Internacional, Pierre Poul Schweitzer.
- 22) Reporte Sectorial, Casa de Bolsa Inverlat, 1993.
- 23) Acuerdo de Libre Comercio y su Impacto sobre el Sector Turismo, Dirección General de Política Turística, Estudios Económicos SECTUR, 1991.
- 24) FONATUR, Panel Aeropuerto, Estudio Continuo, 1992 primer trimestre 1993, Subdirección General de Comercialización, Gerencia General de Estudios de Mercado.
- 25) Ley Federal de Turismo, Séptima Edición, Editorial Porrúa, S.A., México 1992.
- 26) Banco de México, Indicadores del Sector Externo, 1993.
- 27) FONATUR, Una Meta... Un Logro (Más de una Década en el Turismo), Subdirección General de Finanzas y Administración, Dirección de Finanzas, 1992.
- 28) Programa de Desarrollo Turístico, FONATUR BID, 1992.
- 29) Perfil del Desempeño Financiero de FONATUR en el período 1983-1993 y Perspectivas para 1994, FONATUR 1993.
- 30) Convenio de Cambio Estructural, Ordenamiento Integral y Rehabilitación Financiera de FONATUR, 1990. Documental.
- 31) Planeación a corto y mediano plazo de Cancún, Q.R., Felipe Ochoa y Asoc., Fonatur 1987.
- 32) Megaproyectos, documental publicado por SECTUR y FONATUR.
- 33) Carlos Salinas de Gortari, El Reto, Editorial Diana 1988.

- 34) **Carlos Salinas de Gortari, Por la Política Moderna, PRI 1987.**
- 35) **Mundo Ejecutivo, Abril 1993, número 168, Grupo Internacional Editorial, S.A. de C.V.**