



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ARAGON

"MEXICO EN LA ORGANIZACION MUNDIAL
DEL TURISMO 1970 - 1994"

T E S I S

Que para obtener el Título de:
LICENCIADO EN RELACIONES

I N T E R N A C I O N A L E S

P r e s e n t a :

LORENA ARELLANO SOTO

ASESOR: MAESTRO JAIME LLANOS MARTINEZ

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

México, D. F. 1996.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS:

**A DIOS:
POR DARME LA VIDA , LA SALUD
Y AYUDARME A LOGRAR UNA MAS
DE MIS METAS.**

**A MIS PADRES Y HERMANOS:
PORQUE SIEMPRE HAN CREÍDO
EN MI Y ME HAN DADO SU APOYO,
LOS CUALES HAN SIDO UN EJEMPLO
DE SUPERACIÓN Y UN MARAVILLOSO
REGALO DE DIOS , LOS AMO.**

**A TODOS LOS PROFESORES:
QUIENES HAN PARTICIPADO
EN MI FORMACIÓN PROFESIONAL
COMO UN AGRADECIMIENTO
PROFUNDO Y SINCERO.
EN FORMA MUY ESPECIAL
AGRADEZCO AL MAESTRO
JAIME LLANOS MARTÍNEZ, POR
SU APOYO Y EJEMPLO DE
SUPERACIÓN.**

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

	PAGINA
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. <i>LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO</i>	
1.1 ORIGEN DE LA O.M.T.	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA	7
1.3.1 MIEMBROS ASOCIADOS DE LA O.M.T.	
1.3.2 OBSERVADORES PERMANENTES ANTE LA O.M.T.	
1.3.3 MIEMBROS AFILIADOS DE LA O.M.T.	
1.3.4 ÓRGANOS DE LA O.M.T.	
A) ASAMBLEA GENERAL	
B) CONSEJO EJECUTIVO	
C) SECRETARIA	
D) SECRETARÍAS REGIONALES	
E) PUBLICACIONES PERIÓDICAS	
1.4 ESTADOS MIEMBROS DE LA O.M.T.	25
CAPITULO 2. <i>EL TURISMO EN MÉXICO</i>	
2.1 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	37
A) TURISMO INTERIOR	
B) TURISMO EXTERIOR	
C) TURISMO RECEPTIVO	
2.2 SITUACIÓN QUE INTERVIENE PARA LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO	38
A) SITUACIÓN INTERNACIONAL	
B) SITUACIÓN POLÍTICA	
C) SITUACIÓN ECONÓMICA	
2.3 PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL	39
A) BALANZA DE PAGOS Y TURISMO	
B) PRODUCTO INTERNO BRUTO Y TURISMO	
C) EL TURISMO AUMENTA EL NIVEL DE EMPLEO	

2.4	SECTORES Y ACTIVIDADES VINCULADAS AL TURISMO	47
	-FACTORES DIRECTOS	
	-FACTORES INDIRECTOS	
	-CLASIFICACIÓN DE LOS FACTORES	
2.4.1	FACTORES INDIRECTOS Y ESTRUCTURALES	50
	A) LAS COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	
	B) SISTEMA FINANCIERO	
	C) INDUSTRIAS CONEXAS	
	D) SERVICIOS PÚBLICOS GENERALES	
	E) AMBIENTE JURÍDICO	
2.4.2	FACTORES INDIRECTOS DINÁMICOS	51
	F) CORRIENTE TURÍSTICA POTENCIAL	
	G) LOS RECURSOS TURÍSTICOS	
	H) GRADO DE APROVECHAMIENTO	
	I) VALORIZACIÓN TURÍSTICA DE LOS RECURSOS	
	J) JERARQUIZACIÓN PARA EFECTOS DE OFERTA	
	K) LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	
2.4.3	FUERZA DEL TURISMO	58
	A) GENERACIÓN DE EMPLEO	
	B) ESTIMULA LA INVERSIÓN	
	C) MEDIO DE REDISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	

CAPÍTULO 3. *POLÍTICA TURÍSTICA DE MÉXICO*

3.1	ANTECEDENTES	65
	ORGANIZACIÓN JURÍDICA	
	A) ORGANISMOS OFICIALES DEL GOBIERNO DE MÉXICO	
	B) ORGANISMOS TÉCNICOS	
	C) ORGANISMOS DE SERVICIO SOCIAL	
	D) ORGANISMOS DE INICIATIVA PRIVADA	
	E) ESTRUCTURA FINANCIERA	
	F) INDUSTRIA DE SERVICIO	
3.2	PLANES Y PROGRAMAS	71
3.2.1	PLAN GLOBAL DE DESARROLLO (1979-1982)	
3.2.2	PLAN NACIONAL DE TURISMO (1980-1982)	
3.2.3	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (1983-1988)	
3.2.4	PLAN NACIONAL DE TURISMO (1984-1988)	

3.2.5	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (1988-1994)	
3.2.6	PLAN NACIONAL DE MODERNIZACIÓN TURÍSTICA (1988-1994)	
3.3.	ANÁLISIS DE PLANES, PROGRAMAS DE TURISMO Y DE LOS LOGROS OBTENIDOS	83
3.3.1	PROGRAMA GLOBAL DE DESARROLLO (1979-1982)	
3.3.2	PLAN NACIONAL DE TURISMO (1984-1988)	
3.3.3	PLAN NACIONAL DE MODERNIZACIÓN TURÍSTICA (1989-1994)	
3.3.4	EJEMPLIFICACIÓN DE UN MEGAPROYECTO (BAHIAS DE HUATULCO)	

CAPÍTULO 4. MÉXICO Y LA O.M.T.

4.1	ATRIBUCIONES DE LA SECRETARÍAS DE ESTADO EN MATERIA INTERNACIONAL	134
	A) SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES (S.R.E.)	
	B) SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR)	
	C) ACTIVIDADES DE SECTUR	
4.2	ANÁLISIS DE LA POLÍTICA INTERNACIONAL HACIA LA O.M.T.	137
	A) POLÍTICA INTERNA	
	B) POLÍTICA TURÍSTICA EN EL MARCO DE LA O.M.T.	
4.3	PERSPECTIVAS DE MÉXICO DENTRO DE LA O.M.T.	146
	A) INFORMACIÓN TURÍSTICA	
	B) DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS	
	C) PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	
	D) COMERCIALIZACIÓN	

	CONCLUSIONES	151
--	---------------------	-----

	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	157
--	-----------------------------------	-----

INTRODUCCIÓN

El hombre por naturaleza innata es viajero. Desde el inicio de su existencia ha recorrido el mundo, primeramente como una necesidad y más tarde por vocación. Al correr de los años, las décadas y los siglos, la relación entre los países ha propiciado el intercambio de los pueblos, y con ello el incremento de los contactos internacionales.

El turismo es una parte fundamental del desarrollo de las culturas, ya que abre espacio en la geografía y, a su vez, ayuda al desarrollo mismo del hombre. El turismo es una de las actividades que enriquece el alma por lo que debe ser disfrutada cada vez por más gente. El hombre se ha sentido motivado para satisfacer su curiosidad, para aprender y para descansar. A través del turismo la humanidad tiene la oportunidad de un intercambio social, cultural, y económico.

Favorece la aproximación de los pueblos y la colaboración en diversos campos.

La multiplicidad de culturas y el intercambio de las mismas, ha hecho posible la creación de lazos para conformar un mejor mundo. El turismo contribuye al desarrollo de la cultura y del hombre en sí mismo. Podría ser considerado una de las vinculaciones más poderosas entre las naciones.

La "industria sin chimeneas", como se le ha denominado al turismo, es un sector verdaderamente próspero. Es un sector generador de empleos y de mucha importancia para la economía de un país que lo sabe encauzar y explotar adecuadamente. La industria y comercio, entre otros sectores del país, se ven beneficiados con el turismo.

El turismo, en términos económicos, proporciona servicios y esto conlleva a mejores remuneraciones a las personas que se incorporan a esas actividades. El pago por servicios que hacen las personas que vienen del exterior se traduce en divisas y constituyen parte importante en la balanza de pagos. Debido a esa importancia del turismo, en términos económicos, es natural que los gobiernos se interesen por esa actividad y la mejoren a través de la promoción de la misma.

El término turismo, en relación directa con la actividad económica, "... es un conjunto de desplazamientos humanos de su lugar de origen a un ámbito receptor distinto, con atractivos y/o servicios y de cuyos motivos, ninguno es de la prestación de servicios personales."^{1, 2}

La actividad turística surge entonces cuando el fenómeno se convierte en corriente masiva y constantes. Pero, además el turismo abarca aspectos más fundamentales que son el ámbito geográfico, el factor económico y cuestiones de tipo cultural.

El turismo actualmente posee una gran importancia. En los últimos años México ha sido uno de los países que mayor proyección hace de sus atractivos en el extranjero, buscando corregir una imagen distorsionada que se tenía en el exterior debido a publicidades contrarias a los intereses de la Nación.

Se ha llevado a cabo una difusión cada vez mayor, misma que deriva una atención mayor que el gobierno ha dirigido a esta actividad a través de un apoyo financiero y una planeación adecuada.

¹ ² Freedman Conceptualización del turismo, Páginas 13 - 14

Es por eso que se le ha otorgado al turismo, el título de sector prioritario en los últimos dos sexenios de nuestro país, dando su potencial como generador de divisas para México.

Precisamente, la inserción de México en la Organización Mundial de Turismo en 1970, se hizo con la idea de dar a México una base sólida que lo hiciera trascender sus fronteras, captando una mayor afluencia turística al país y grandes beneficios económicos.

De igual forma, México ha puesto un interés muy significativo en la estructura interna del turismo apoyándolo y buscando su mejoramiento a través de políticas gubernamentales.

A partir del momento en que el gobierno implemento una política económica de tipo neoliberal, los diversos sectores de la economía se hallan en una situación favorable de crecimiento y desarrollo. De igual forma, a través de la inserción de México al Tratado Trilateral de Libre Comercio, la industria turística comienza a recibir mayor apoyo como sector prioritario de la economía Nacional.

De esta forma se ha considerado importante realizar una investigación con el objetivo general el conocer las perspectivas de México como miembro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), considerando las relaciones e intereses del país con este organismo, analizando la congruencia que existe entre la política turística mexicana y las acciones que realiza dentro de la OMT.

Los objetivos particulares de la investigación son los siguientes:

Exponer los aspectos más relevantes sobre la OMT como marco de referencia que sustente el estudio.

Señalar la importancia del turismo como generador de divisas.

Identificar los aspectos fundamentales referentes a la Política turística de México, destacando las principales acciones y estrategias plasmadas en los planes y programas turísticos; tomando como caso específico el megaproyecto de "Bahías de Huatulco" y la participación de la OMT dentro del mismo. Con el objeto de ejemplificar relaciones e intereses.

Analizar la participación de México en la OMT y determinar las perspectivas.

Para cumplir con estos objetivos, la investigación se estructura de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta algunos aspectos importantes sobre la OMT, con el propósito de tener un conocimiento general sobre este organismo, en el primer lugar, se hace referencia a los Orígenes de la OMT. Posteriormente se indican los principales objetivos que persigue. En el tercer apartado se describe la estructura del Organismo, señalando los miembros de los que se componen y describiendo las funciones fundamentales de los órganos que le conforman y los miembros integrantes.

En el segundo capítulo se presenta la clasificación del turismo en México, factores que intervienen en la evolución del mismo y participación del turismo en la Economía Nacional.

En el tercer Capítulo se analiza la política turística de México. Principalmente se expone el periodo de 1970 a 1982 como antecedentes generales.

En segunda se presenta los principales planes y programas en materia turística. Posteriormente se hace un análisis de algunos de estos planes y programas. Además de los resultados obtenidos tomando como ejemplo, un megaproyecto (Bahías de Huatulco).

En el cuarto capítulo se presenta un análisis de las relaciones e intereses que mantiene México en materia Turística y su participación en la OMT que constituye el más importante organismo internacional en materia turística.

En primer lugar se consideran los intereses de México, señalando las atribuciones de las Secretarías de Estado en materia internacional.

En el segundo apartado se realiza un análisis de la política interna del gobierno mexicano, en materia turística, así como su política hacia la OMT, se hace referencia al ambiente parlamentario y al interés político de México en la Candidatura de la OMT y la participación dentro de la misma. Para poder determinar que perspectivas tiene dentro de dicho Organismo.

Finalmente se presentan las conclusiones correspondientes derivadas del desarrollo de la investigación y las propuestas o aportaciones para un mejor desarrollo del Turismo en México.

CAPITULO I

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

El turismo es un fenómeno social que ha experimentado un crecimiento extraordinario en las últimas décadas. Este crecimiento se debe a una serie de factores que han favorecido el desarrollo de esta actividad económica. Entre ellos se encuentran el aumento de los ingresos per cápita, el aumento de las vacaciones pagadas, el desarrollo de los medios de transporte y la diversificación de las ofertas turísticas.

El turismo es una actividad económica que genera ingresos y crea empleo. Además, contribuye al desarrollo de las zonas turísticas y al bienestar de la población. Por lo tanto, es necesario que los gobiernos tomen medidas para promover y regular esta actividad.

Una de las principales organizaciones internacionales que se dedica al estudio y promoción del turismo es la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esta organización fue creada en 1949 y tiene como objetivo principal fomentar el turismo internacional y el desarrollo de las zonas turísticas.

La OMT es una organización intergubernamental que cuenta con la participación de más de 150 países. Su sede se encuentra en Madrid, España. Entre sus principales actividades se encuentran la realización de estudios, la promoción del turismo y la cooperación técnica.

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un crecimiento extraordinario en las últimas décadas. Este crecimiento se debe a una serie de factores que han favorecido el desarrollo de esta actividad económica. Entre ellos se encuentran el aumento de los ingresos per cápita, el aumento de las vacaciones pagadas, el desarrollo de los medios de transporte y la diversificación de las ofertas turísticas.

CAPITULO I

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.

El presente capítulo tiene como finalidad principal, conocer que es la OMT, su origen, los objetivos que esta persigue y su estructura interna y las actividades que promueve y combate.

1.1. - Origen de la OMT.

La organización mundial del turismo es un organismo técnico intergubernamental que se ocupa del turismo en todos los aspectos. Esta organización es el resultado de la celebración de convenios internacionales para mantener relaciones directas entre los estados miembros gozando de privilegios, derechos y obligaciones dentro de dicho organismo.¹⁴⁴

Los antecedentes que dieron origen a la organización se remontan hasta el año de 1925, cuando se fundó en la haya "El Congreso Internacional de Asociaciones Oficiales de Propaganda Turística". En donde se consideraba una entidad no gubernamental de carácter técnico en donde se tenía como objetivo en promover el turismo en beneficio de progreso económico, social y cultural de todas las naciones.

Para 1927 se le denominó "Congreso Internacional de los Organismos Oficiales de Propaganda Turística", y para 1930 "Unión Internacional de los Organismos Oficiales de Propaganda Turística". Su acción se interrumpió con motivo de la segunda guerra mundial y no volvió a reanudarse hasta después de esta. La organización sufrió una reestructuración, surgiendo en 1946 "La Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo" (U.I.O.O.T.), cuya sede era Ginebra.

Se puede afirmar que a través de esta organización los esfuerzos empezaron a dirigirse hacia la creación de una conciencia turística a nivel mundial.

Por su parte, la Organización de Naciones Unidas, en el año de 1954, en la ciudad de Nueva York llegó a la conclusión de que las facilidades avanzadas en favor del turismo y la importancia de documentos oficiales y materiales de propaganda turística, los cuales traerían grandes ventajas a cada país.

Para el año de 1969, en Sofía, Bulgaria, fue celebrada una "conferencia intergubernamental del turismo". Con el fin de sentar bases para la creación de una organización internacional del turismo.

En octubre de ese año, se llevó a cabo general de la Unión Internacional Organismos Oficiales de Turismo se favoreció entonces la creación de una organización de tipo intergubernamental, pidiendo el consejo económico y social de Naciones Unidas una resolución.

¹⁴⁴ Ramírez Blanco Manuel. Teoría general del turismo. Editorial Diana, México 1981 pag. 10

Para el mes de diciembre la asamblea general de la O.N.U. aprobó a los países miembros, instituir la organización, con la condición de que se revisaran y se modificaran los estatutos de la unión internacional de organismos oficiales de turismo (U.I.O.O.T.)

La Organización Mundial del Turismo tuvo su origen en México, en 1970. Después de haber realizado una asamblea extraordinaria, se cambió la naturaleza jurídica, aprobado los estatutos para dar origen a esta organización dependiente de Naciones Unidas. Se aclaraba que los estatutos entrarían en vigor, después de 1420 días, lo que sucedería el 10 De Noviembre de 1974

Posteriormente se realizó una asamblea general constitutiva en la ciudad de Madrid en Mayo del 1975, quedando esa ciudad como sede permanente de dicha organización. Se instaló en enero 1976.

"La O.M.T. es la única organización de alcance mundial cuya actividad se extiende a todos los sectores del Turismo y la única que pone a disposición de los especialistas en Turismo de los gobiernos y de las entidades no gubernamentales un foro en el que debatir problemas y cambiar impresiones. Los representantes del sector privado tiene también opción de ingresar a la O.M.T."

"La O.M.T. trabaja en colaboración con todas las organizaciones internacionales, especialmente con la Naciones Unidas, y con numerosas entidades comerciales y no comerciales interesadas en cuestiones de Turismo"

La creación de un organismo de tal magnitud deriva su importancia de distintos factores que convergen para hacer del turismo una actividad tan importante. Un cúmulo de acciones van interrelacionadas y son influidas, a la vez que influyen, por cuestiones de toda índole: políticas, económicas, legislativas, sociales, culturales, etc..

La situación internacional es una condicionante de la existencia de un flujo constante de Turismo, esta corriente que se manifiesta de manera ininterrumpida, a pesar de los conflictos y problemas mundiales, llegaría a tener una significación tal, que en más de un país comenzaron a darle un peso importante, sobre todo en la cuestión de tipo económico.

1.2. - Objetivos.

El volumen de turismo en el mundo en las últimas cuatro décadas ha llegado a cifras millonarias con crecimiento en los desplazamientos de un lugar a otro, no solo de manera intercontinental, sino en todo el mundo.

En diferentes regiones, el turismo tuvo crecimiento constante generando una serie de cambios cualitativos y cuantitativos en la vida social, cultural y económica de diversas naciones.

Las tendencias turísticas de las seis regiones de la O.M.T. África, América, Asia oriental y el pacífico, Europa, oriente medio y Asia meridional, fueron estudiadas tratando de establecer cual era la situación real de cada una de estas respecto a dicha actividad. El

¹⁰⁴ Documentos Básicos O.M.T. Organización Mundial Del Turismo, Madrid, 1979. Pág. 2

estudio mostró un amplio panorama de la situación social y económica de cada región destacando su desarrollo y resultados económicos

De igual manera, se pudieron destacar las tendencias en el desarrollo de las demandas turísticas tanto nacional como internacional. Por tal motivo, se dio un mayor énfasis a las informaciones que examinaban los efectos económicos del turismo en cada región. Es a partir de esa investigación que la OMT plantea sus objetivos como una política permanente aplicable a las seis regiones en que se ha subdividido

Dentro de los estatutos de la OMT que entraron en vigor el 2 de enero de 1975, al examinar el plazo señalado en el art. 36 encontramos en su artículo 3^o, los fines del organismo los cuales son

- « 1 - El objetivo fundamental de la OMT será la promoción y desarrollo del Turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o región. La organización tomará todas las medidas adecuadas para conseguir estos objetivos.
- 2 - Al perseguir este objetivo, la Organización prestará particular atención a los intereses de los países en vías de desarrollo, en el campo del turismo.»⁴²
- 3 - Para definir su papel central en el campo del turismo, la organización establecerá y mantendrá una colaboración efectiva con los órganos adecuados de las Naciones Unidas para el desarrollo, como organismo participante y encargado de la ejecución del programa.⁴³

En cuanto portavoz mundial del Turismo, la OMT tiene su cargo el cuidado y la acertada orientación de « una actividad humana fundamental y sumamente conveniente que merece el elogio y el aliento de todos los pueblos y de todos los gobiernos », según la resolución general adoptada en 1963 por la conferencia de las Naciones Unidas sobre Turismo y viajes internacionales.⁴⁴

La OMT sigue paso a paso las tendencias y la evolución del turismo y vigila muy de cerca no sólo las variaciones de la situación socioeconómica mundial que puede afectar a los intereses turísticos, sino las fluctuaciones de los mercados, la observancia de normas adecuadas en el sector del turismo y la protección de la calidad de vida

La organización funciona como un centro mundial para el intercambio de todas las informaciones disponibles sobre el turismo internacional e interior, tratase de datos estadísticos o de informes sobre leyes, reglamentos, facilidades y acontecimientos especiales, y se encarga del acopio sistemático de la documentación correspondientes, de su análisis y difusión

Las actividades de investigación de la OMT abarcan al estudio de mercados, las instalaciones y las empresas del sector turístico, la planificación y el desarrollo de las zonas turísticas, la promoción y la comercialización, las técnicas de análisis económico y

⁴² Documentos Básicos O.M.T. Organización Mundial Del Turismo, Madrid, 1979 Páginas. 3 - 4

⁴³ O.M.T. Documentos Básicos de la O.M.T., Madrid, España, 1979 Páginas. 5 - 6

⁴⁴ Ibidem., Páginas. 6 - 7.

la financiación y las cuestiones de documentación y facturación. También distribuye a sus miembros estudios periódicos o especiales, encuestas, informes, manuales y datos actualizados sobre las últimas novedades registradas en los distintos sectores de la actividad turística.

En cooperación con otros organismos especializados competentes en la materia, la O.M.T. promueve la adopción de medidas para facilitar los viajes, reduciendo y simplificando las formalidades en las fronteras y suprimiendo los obstáculos que entorpecen la libertad de movimiento de los turistas.

Con objeto de ayudar a las autoridades nacionales a mejorar la planificación y la gestión de los programas turísticos, la O.M.T. organiza y convoca Conferencias Internacionales, Seminarios, Coloquios, y Reuniones Técnicas sobre todos los aspectos del turismo. Las operaciones especiales de la organización abarcan el envío de misiones a los países a petición de solicitudes de miembros, la ayuda para la preparación de solicitudes de cooperación técnica y la participación en proyectos de esta última especialidad, emprendidos en virtud de acuerdos entre la O.M.T. y otros organismos internacionales, principalmente el programa de Naciones Unidas para el desarrollo.

La organización toma además la iniciativa en la preparación de acuerdos internacionales sobre turismo y contribuye a su negociación y aplicación, en cooperación con otros organismos interesados.

La sede de la O.M.T. en Madrid sirve de lugar de encuentro y de centro de consulta a los representantes de los intereses turísticos oficiales y privados.

La O.M.T. participa activamente en los esfuerzos que se hacen para aliviar la escasez de personal capacitado en las distintas ramas del turismo y estudia los problemas de formación profesional con el propósito de contribuir al establecimiento de programas de enseñanza idóneos y adaptados a las necesidades específicas de cada situación, sobre todo a la de los países en desarrollo. Las actividades permanentes de la organización en el sector abarcan, cuando procede, el acopio y la actualización de los datos disponibles sobre las necesidades de formación profesional y, entre sus actividades especiales, está la participación en proyectos de cooperación técnica para la capacitación del personal necesario. Por conducto de su Centro Especial de Estudios Superiores de Turismo (C.E.E.S.T.). La organización desarrolla una extensa variedad de programas de formación profesional y de instrucción permanente, bien por correspondencia o por medio de cursos dados en el mismo centro.

1.3. - Estructura Orgánica.

Las estructuras de la organización mundial del Turismo está constituida por las diversas categorías de los estados miembros y de sus diferentes órganos, para una plena función de la misma.

Miembros de Conformidad con el Artículo Cuarto de los Estatutos de la O.M.T.,

La actividad de los Miembros de la Organización será accesible a:

a) **Miembros Efectivos:** Estados soberanos pertenecientes a la Organización.

El Artículo 5 de los Estatutos se indica que, para adquirir la calidad de Estado Miembro Efectivo de la Organización se deberá de cumplir los siguientes puntos.

- 1 - La calidad de Miembros Efectivos de la Organización es accesible a todos los Estados Soberanos
- 2 - Los estados cuyos organismos oficiales nacionales de turismo sean Miembros efectivos de la U.I.O.O.T. en la fecha de adopción de los presentes Estatutos por la Asamblea General Extraordinaria de la U.I.O.O.T. tendrán derecho de a ser Miembros Efectivos de la Organización sin necesidad de votación alguna, mediante la declaración formal de que adoptan los Estatutos de la organización, y aceptan las obligaciones inherentes a la calidad de Miembros.
- 3 - Otros Estados pueden hacerse Miembros Efectivos de la organización si su candidatura es aprobada por la Asamblea General por la mayoría de los dos tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes, a reserva de que dicha mayoría comprenda la mayoría de los Estados Miembros Efectivos de la Organización.⁶¹

h) - Miembros Asociados: Son territorios o grupos de territorios que no tienen responsabilidad de sus relaciones exteriores pero cuyo ingreso en la O.M.T. ha sido probado por el estado que ejerce esa responsabilidad.

El Artículo 6º indican que sigue determinada de conformidad a lo siguiente:

- 1 - La calidad de Miembros Asociados de la Organización será accesible a todos los territorios o grupos de territorios no responsables de la dirección de sus relaciones exteriores.
- 2 - Los territorios o grupos de territorios cuyos organismos nacionales de turismo sean Miembros Efectivos de la U.I.O.O.T. en el momento de la adopción de los presentes Estatutos por la Asamblea General Extraordinaria de la U.I.O.O.T. tendrán derecho de a ser Miembros Asociados de la responsabilidad de sus propias relaciones exteriores a prueba su ingreso como Miembro y declare en su nombre que dichos territorios o grupos de territorios adoptan los Estatutos de la organización y aceptan las obligaciones inherentes a su calidad de Miembros
- 3 - Los territorios o grupos de territorios pueden ser Miembros Asociados de la Organización, si su candidatura recibe la aprobación previa del Estado Miembro que asume la responsabilidad de sus relaciones exteriores, el cual deberá declarar en su nombre que dichos territorios o grupos de territorios o grupos de territorios adoptan los Estatutos de la Organización y aceptan sus obligaciones de Miembros. Esta candidatura deben ser aprobadas por la Asamblea por una mayoría de dos tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes, a reserva que dicha mayoría incluya una gran parte de los Miembros Efectivos de la Organización.
- 4 - Cuando un Miembro Asociado de la Organización se hace responsable de la conducta de sus relaciones exteriores, tiene derecho a hacerse Miembro Efectivo de la Organización mediante una declaración formal, por la cual notifica por escrito al secretario general que adopta los Estatutos de la organización y que acepta las obligaciones inherentes a la calidad de Miembro Efectivo.⁶¹

⁶¹ *Ibidem.* Páginas 7-8.

1.3.1. MIEMBROS ASOCIADOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

- | | |
|------------------------|---------------|
| 1 ARUBA | 2 MACAO |
| 3 ANTILLAS NEERLANDEAS | 4 PUERTO RICO |

1.3.2. OBSERVADOR PERMANENTE ANTE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

SANTA SEDE

c) - Miembros Afiliados. Son organismos internacionales de carácter intergubernamental o no gubernamental con intereses especiales en el sector turismo, o entidades y asociaciones cuyas actividades guardan relación con los objetivos de la OMT o entran en su ámbito de competencia.

En cuanto a los Miembros Afiliados en el Artículo 7º, menciona los siguientes requisitos.

- 1 - la calidad de miembros y afiliado de la organización será accesible a las entidades intergubernamentales, intergubernamentales y no gubernamentales ocupadas de intereses especializados en turismo y a las entidades y asociaciones comerciales cuyas actividades estén relacionadas con los objetivos de la organización o que son de su competencia.
- 2 - Los Miembros Asociados de la ULOOT en el momento de la adopción de estos Estatutos por la Asamblea General Extraordinaria de la ULOOT, tendrán derecho a ser Miembros Afiliados de la Organización sin necesidad de voto, mediante la declaración de que aceptan las obligaciones de Miembros Afiliados.
- 3 - Otras entidades internacionales, intergubernamentales y no gubernamentales, ocupadas de intereses especializados en turismo, pueden ser Miembros Afiliados de la Organización, a reserva de que su candidatura a la calidad de Miembros sea presentada por escrito al Secretario General y sea aprobado por la Asamblea por una mayoría de dos tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes, a reserva de que dicha mayoría incluya por lo menos la mayor parte de los Miembros Efectivos de la Organización.
- 4 - Las entidades o asociaciones comerciales con intereses definidos anteriormente en el párrafo 1, pueden ser Miembros Afiliados de la Organización, a reserva de que se presente por escrito sus solicitudes de ingreso al Secretario General, y estén respaldadas por el Estado donde se encuentre. La sede de los candidatos, dichas candidaturas deben ser aprobadas por la Asamblea, por una mayoría de dos tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes, a reserva de que dicha mayoría incluya por lo menos la mayoría de los Miembros Efectivos de la Organización.
- 5 - Podrá constituirse un Comité de Miembros Afiliados que establezcan su propio reglamento, que será sometido a la aprobación de la Asamblea. El comité podrá ser representado en las reuniones de la Organización podrá solicitar la inscripción de asuntos en el orden del día de esas reuniones también podrá formular recomendaciones en el momento de las reuniones.

6 - Los Miembros Afiliados podrán participar, a título individual o agrupados en el seno del comité de los Miembros Afiliados, en las actividades de la Organización.

El Reglamento del comité de Miembros Afiliados (C.M.A.), señala en sus primeros artículos que se compondrá de la Presidencia y de los Miembros Afiliados que participen en sus reuniones. La Mesa del C.M.A. se compondrá de una presidencia y cuatro vicepresidencias, cuya elección deberá realizarse durante una sesión plenaria.

Su mandato será de dos años y deberá de contar con la aprobación de más del 50% de los Miembros presentes y votantes.

Cabe resaltar que el Consejo Ejecutivo de la Organización podrá solicitar al C.M.A. que proceda a nuevas elecciones de los Miembros de su Presidencia (Artículo 4°), si las personalidades elegidas no cumplieran en forma satisfactoria las condiciones previstas por su mandato. Así mismo, los Miembros Afiliados estarán representados en las reuniones del Consejo Ejecutivo de la Organización por su presidente o, en su ausencia, por un vicepresidente o por uno o varios Miembros con poderes, para el C.M.A. SE deberá presentar un informe de actividades a la Asamblea General de la Organización e informar regularmente al Consejo Ejecutivo acerca del camino que siguen los trabajos en curso y de los problemas relativos a los Miembros Afiliados.

Hasta julio de 1994, la OMT contaba con 199 Estados Afiliados, teniendo al club Mediterráneo (Francia) como su representante, ante el Consejo Ejecutivo.

Finalmente, la Organización cuenta también con un observador permanente, que es la Santa Sede (Vaticano).

1.3.3. MIEMBROS AFILIADOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

(20 de octubre de 1993)

- 1 ACCOR (FRANCIA)
- 2 AEROPORTS DE MONTREAL (CANADÁ)
- 3 AFRICAN TRAVEL ASSOCIATION (ATA) (ESTADOS UNIDOS)
- 4 AGENCE GUADELOUPEENNE DE L'ENVIRONNEMENT, DU TOURISME ET DES LOISIRS (AGETEL) (FRANCIA)
- 5 AGENCE NATIONALE POUR LES CHEQUES-VACANCES (ANCV) (FRANCIA)
- 6 AGENCE REGIONALE DE DEVELOPPEMENT DU TOURSME ET DES LOISIRS DE LA GUYANA (ARDTEG) (FRANCIA)
- 7 AIR CANADÁ
- 8 AIR FRANCE
- 9 AIR INDIA
- 10 AIR ZAIRE
- 11 ALEXANDER ANOLIK A PROFESSIONAL LAW CORPORATON (ESTADOS UNIDOS)
- 12 ALIANZA INTERNACIONAL DE TURISMO (AIT)
- 13 ASIAN INSTITUTE OF TOURISM (FILIPINAS)
- 14 ASOCIACION DE MAYORISTAS DE VIAJES ESPAÑOLAS (AMAVE)

- 15 ASOCIACIÓN DE TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL (IATA)
- 16 ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE AGENCIAS DE VIAJES ESPAÑOLAS (AEDAVE)
- 17 ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE CÁMARAS DE COMERCIO (AICO)
- 18 ASOCIACIÓN INTERAMERICANA DE HOTELES (IAHA)
- 19 ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE HOSTELERÍA (AIH)
- 20 ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE UNIVERSIDADES PARA LA TERCERA EDAD (AIUTA)
- 21 ASOCIACIÓN INTERPARLAMENTARIA DE TURISMO (AIDT)
- 22 ASOCIACIÓN MUNDIAL PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL TURÍSTICA (AMFORT)
- 23 ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE ESTACIONES TERMALES (ESPAÑA)
- 24 ASSOCIATION DES HOTELS DU GRAND MONTREAL (CANADÁ)
- 25 ASSOCIATION INTERNATIONALE DES PALAIS DE CONGRES (AIPC)
- 26 ASSOCIATION INTERNATIONALE DES SKAL CLUBS (AISC)
- 27 ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LE TOURISME SOCIAL ET LES LOISIRS DES TRAVAILLEURS (AITSLET)
- 28 ASSOCIATION OF GREEK TOURIST ENTERPRISES
- 29 ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES (TURSAB)
- 30 ASSOCIAZIONE ITALIANA RELAZIONI INTERNAZIONALI CONGRESSUALI (ITALCONGRESSI)
- 31 AUSTRALIAN TOURISM INDUSTRY ASSOCIATION (ATIA)
- 32 HALJ HOTEL AND TOURISM TRAINING INSTITUTE (INDONESIA)
- 33 HALJC TOURISM COOPERATION (BTC)
- 34 BANDUNG HOTEL AND TOURISM TRAINING INSTITUTE (INDONESIA)
- 35 B.B.S. TOURISM AND TRAVEL INTERNATIONAL (PVT) LTD (SRI LANKA)
- 36 BELINTOURIST JOINT STOCK COMPANY (REPÚBLICA DE BELARUS)
- 37 BERMUDA COLLEGE FACULTY OF HOTEL AND BUSINESS ADMINISTRATION/CENTRE FOR TOURISM RESEARCH AND INNOVATION
- 38 BIMAN-BANGLADESH AIRLINES
- 39 BOGAZICI UNIVERSITY TOURISM PROGRAM (TURQUÍA)
- 40 BOURSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO (BIT) (ITALIA)
- 41 CABINET INFORMATION AND DECISION SUPPORT CENTER (IDSC) (EGIPTO)
- 42 CALGARY CONSORTIUM FOR TOURISM AND HOSPITALITY STUDIES (CCHS) (CANADÁ)
- 43 CARIBBEAN TOURISM ORGANIZATION (CTO)
- 44 CATERING AND TOURISM TRAINING INSTITUTE (ETIOPÍA)
- 45 CENTRAL CONCIL FOR TOURISM AND EXCURSIONS, S.A. (CCTE) (FEDERACIÓN RUSA)
- 46 CENTRE D'ETUDES DE TOURISME (CET) (CANADÁ)
- 47 CENTRE FOR HOTEL AND TOURISM MANAGEMENT, UNIVERSITY OF THE WEST INDIES (BAHAMAS)
- 48 CENTRE INTERNATIONAL DE PREVENTION ET PROTECTION (TÚNEZ)
- 49 CENTRO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (CET) (CHILE)
- 50 CENTRO PER GLI STUDI SUI SERVIZI DISTRIBUZIONE ET TURISMO (CESDIT) (ITALIA)
- 51 CENTRO TURISTICO STUDENTESCO ET GIOVANILE (CTS) (ITALIA)

- 52 CHR. HOGESCHOOL, NOORD NEDERLAND, SECTOR ECONOMIE (PAISES BAJOS)
- 53 CISET INTERNATIONAL CENTRE OF STUDIES ON THE TOURIST ECONOMIE (ITALY)
- 54 CLUB MEDITERRANEE (FRANCIA)
- 55 COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO (CET)
- 56 COMITATO NAZIONALE ITALIANO PER L'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DEL TURISMO
- 57 COMITE REGIONAL DU TOURISME D'ILE-DE-FRANCE
- 58 COMITE REGIONAL DU TOURISME MIDE-PYRENEES (FRANCIA)
- 59 COMITE REGIONAL DU TOURISME RIVIERA COTED D'AZUR (FRANCIA)
- 60 COMPAGNIA ITALIANA TOURISMO - INTERNATIONAL HOLDING
- 61 COMPAGNIE INTERNATIONALE DES WAGON LITES ET DU TOURISME (FRANCIA)
- 62 CONFEDERACION DE CÁMARAS NACIONALES DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO (CONCANACO - SERVYTUR) (MÉXICO)
- 63 CONFEDERACION DE ORGANIZACIONES TURISTICAS DE LA AMÉRICA LATINA (COTAL)
- 64 CONFEDERACION LATINOAMERICANA DE PRENSA TURÍSTICA (CLAPTUR)
- 65 CONFEDERATION INTERNATIONALE DE VOYAGES POUR ETUDIANTS (ISTC)
- 66 CONFEDERAZIONE GENERALE ITALIANA DEL COMMERCIO E DEL TURISMO (CONFCOMMERCIO)
- 67 CONSEIL NATIONAL DU TOURISME AU LIBAN (CNTL)
- 68 CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO (CCT)
- 69 CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURISTICO, A.C. (CNET) (MÉXICO)
- 70 CORPORATE LOCATION (REINO UNIDO)
- 71 CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITS ET MOYENNES ENTERPRISES (CEPME) (FRANCIA)
- 72 CYPRUS AIRWAYS LIMITED
- 73 CYPRUS HOTEL ASSOCIATION (CHA)
- 74 DA SILVA TRAVEL SERVICES (NIGERIA)
- 75 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE TURISMO UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
- 76 DEPARTEMT OF HOTELAND TOURISM MANAGEMENT - HONG KONG POLYTECHNIC
- 77 DEPARTEMENT OF MANAGEMENT STUDIES FOR TOURISM AND HOTEL INDUSTRIES- UNIVERSITY OF SURREY (REINO UNIDO)
- 78 DEVELOPMENT BANK OF TURKEY
- 79 DUBLIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY, COLLEGE OF CATERING (IRLANDA)
- 80 DUTKO AND ASSOCIATES (ESTADOS UNIDOS)
- 81 ECOLE DE TOURISME ET D'HOTELLERIE DU COLLEGE LASELLE (CANADÁ)
- 82 ECONOMIS RESERCH ASSOCIATES (ERA) (ESTADOS UNIDOS)
- 83 EGYPTIAN GENERAL COMPANY FOR TOURISM AND HOTELS (GOTI)
- 84 EGYPTIAN HOTELS COMPANY
- 85 EGYPTIAN TOURIST AUTHORITY (ETA)
- 86 EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO (BRASIL)
- 87 EMPRESA BARCELO (ESPAÑA)
- 88 ENTE NAZIONALE ITALIANO PER IL TURISMO (ENIT)

- 89 ESCUELA DE TURISMO DE ASTURIAS (SPAIN)
90 ESCUELA DE TURISMO VOX (SPAIN)
91 ESCUELA MEXICANA DE TURISMO. A C
92 ESCUELA OFICIAL DE TURISMO (SPAIN)
93 ESCUELA OFICIAL DE TURISMO DE CANARIAS (SPAIN)
94 ESCUELA SUPERIOR DE HOTELERÍA Y TURISMO (SPAIN)
95 ETUDES SUPERIEURES DE TOURISME ET D'HOTELLERIE
UNIVERSITÉ D'ANGERS (IUP - ESTHUA) (FRANCIA)
96 EURO DISNEY S.C.A. (FRANCIA)
97 EUROTER TOURISME EN EUROPE RURALE (FRANCIA)
98 EXPO '92 (ESPAÑA)
99 FEDERACIÓN AUTOMOVILÍSTICA INTERNACIONAL (FIA)
100 FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA - GASTRONÓMICA DE LA
REPÚBLICA DE ARGENTINA (FEIGRA)
101 FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS (FEMP)
102 FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE CAMPING Y CARAVANNING
(FICC)
103 FEDERATION DES GRANDES TOURS DU MONDE.
104 FEDERATION INTERNATIONALE DES BUREAUX DE VOYAGES DE LA
JEUNESSE (FIYTO)
105 FEDERATION INTERNATIONALE DES CADRES SUPERIEURS DE
L'HOTELLERIE.
105 FEDERATION INTERNATIONALE DU THERMALISME ET DU
CLIMATISME (FITEC)
107 FEDERATION NATIONALE DE L'INDUSTRIE HOTELIERE
(FNIH) (FRANCIA)
108 FEDERATION NATIONALE DES COMITES DEPARTEMENTAUX DU
TOURISME (FNCDT)
109 FEDERATION NATIONALE DES OFFICES DE TOURISME ET
SYNDICATS D'INITIATIVE (FNOSI) (FRANCIA)
110 FITUR-FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (ESPAÑA)
111 FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (ESPAÑA)
112 FORUM INTERNATIONAL DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR (FHPA)
113 FRANCE INTERNATIONAL SERVICE
114 FRANK - TOURISM CONSULTANT INTERNATIONAL (NIGERIA)
115 FUNDACIÓN JOSÉ MARÍA BLANC (ESPAÑA)
116 FUNDACIÓN MIGUEL ALEMÁN (MÉXICO)
117 FUNDACIÓN UNIVERSIDAD "PERITO MORENO" (ARGENTINA)
118 GENERAL ASSOCIATION OF TOURIST INDUSTRY OF YUGOSLAVIA.
119 GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY (ESTADOS UNIDOS)
120 GREENE BELFIELD - SMITH DIVISION, TOUCHÉ ROSS MANAGEMENT
CONSULTANTS (REINO UNIDO)
121 GROUPE D'ACTION DE TOURISME EUROPEEN (ETAG)
122 GRUPO GARGALLO HOTELES (ESPAÑA)
123 HAAGA INSTITUUTTI SCHOOL OF HOTEL, RESTAURANT AND
TOURISM MANAGEMENT (FINLANDIA)
124 HAVANATUR (CUBA)
125 HENTSCHE & CIE (SUIZA)
126 HORWATH CONSULTING LTD (REINO UNIDO)
127 HOTEL INVESTMENT BUREAU (JAMAHIRIYA ARABE LIBIA)
128 HOTELES ESCUELA DE CANARIAS, S.A. (SPAIN)
129 IBERIA, LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA
130 INDIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION LTD.
131 INDIAN AIRLINES.

- 132 INDIAN HOTELS CO LTD
- 133 INSTITUT MANAGEMENT HOTELIER INTERNATIONAL (IMHI)
(FRANCIA)
- 134 INSTITUT DE RECHERCHE ET D' ETUDES SUPERIEURES DU
TOURISME (IREST) (FRANCIA)
- 135 INSTITUT DE TOURISME ET D' HOTELIERIE DU QUEBEC (CANADÁ)
- 136 INSTITUT FÜR FREMDENVERKEHR - ENTWICKLUNG (IFE)
(AUSTRIA)
- 137 INSTITUT NATIONAL DE FORMATION DES ADULTES AUX METIERS
DU TOURISME ET DE L' HOTELIERIE (INFATH) (FRANCIA)
- 138 INSTITUTE OF HOTEL AND TOURISM MANAGEMENT (INDIA)
- 139 INSTITUTO DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA (VENEZUELA)
- 140 INSTITUTO SUPERIORE EUROPEA DI STUDI TURISTICI (ITALY)
- 141 INTER-AMERICAN EDUCATIONAL INSTITUTE (IEI)
- 142 INTERFACE GROUP, INC. (ESTADOS UNIDOS)
- 143 INTERNATIONAL BUENOS AIRES HOTEL AND RESTAURANT SCHOOL
(IBAHRS) (ARGENTINA)
- 144 INTERNATIONAL FEDERATION OF TOUR OPERATORS (IFTO)
- 145 INTERNATIONAL HOTEL AND TOURISM INSTITUTE OF ST KITTS
(SAN CRISTOBAL Y NIEVES)
- 146 INTERNATIONAL TOURIST HEALTH ASSOCIATION (ITHA)
- 147 INTERVAL INTERNATIONAL (ESTADOS UNIDOS)
- 148 INTOURIST HOLDING COMPANY (FEDERACION RUSA)
- 149 IRAN AIR
- 150 IRAQI AIRWAYS
- 151 JAPAN AIRLINES
- 152 JAPAN AIRLINES
- 153 JAPAN NATIONAL TOURIST ORGANIZATION (INTO)
- 154 JAPAN TRAVEL BUREAU
- 155 KENYA TOURIST DEVELOPMENT CORPORATION
- 156 KENYA UTALI COLLEGE
- 157 KENYA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION LTD (INDIA)
- 158 KEROUX & CANADÁ
- 159 KOREA NATIONAL TOURISM CORPORATION
- 160 KOREA TOURIST ASSOCIATION
- 161 LA MAISON DE L' ALSACE (FRANCIA)
- 162 LERF - ATOURIS & FRANCIA)
- 163 MAJESTIC TOURS (PERÚ)
- 164 MESSE BERLÍN (ALEMANIA)
- 165 MIDDLE EAST AIRLINES
- 166 MISR ASWAN TOURIST COMPANY (EGIPTO)
- 167 MIST TRAVEL (EGIPTO)
- 168 MONTENEGRO TOURIST (YUGOSLAVIA)
- 169 NETHERLANDS INSTITUTE OF TOURISM AND TRANSPORT STUDIES
(PAISES BAJOS)
- 170 NORKS HOTELHOGSKOLE, THE NORWEGIAN COLLEGE OF HOTEL
MANAGEMENT
- 171 NORTHERN ARIZONA UNIVERSITY, SCHOOL OF HOTEL AND
RESTAURANT MANAGEMENT (ESTADOS UNIDOS)
- 172 NORTHERN TERRITORY UNIVERSITY, FACULTY OF BUSINESS
(AUSTRALIA)
- 173 NOVA - OPERADORA DE TURISMO, LTDA (BRASIL)
- 174 OFFICE DU TOURISME ET DES CONGRES DE PARIS (FRANCIA)

- 175 OFFICE DES CONGRES ET DU TOURISME DU GRAND MONTREAL (OCTGM) (CANADÁ)
- 176 OFICINA INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL (BITS)
- 177 OFICINA INTERNACIONAL PARA EL TURISMO Y LOS INTERCAMBIOS DE JUVENTUD (BIJET)
- 178 PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA)
- 179 PAKISTAN INTERNATIONAL AIRLINES CORPORATION (PIA)
- 180 PAKISTÁN TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION
- 181 PALAIS DES CONGRES DE MONTREAL (CANADA)
- 182 PANNELL KERR FORSTER WORLDWIDE (PKF) (REINO UNIDO)
- 183 PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA, S.A.
- 184 PATRONATO MUNICIPAL DE TURISMO DE MADRID (ESPAÑA)
- 185 PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE GRANADA (ESPAÑA)
- 186 PATRONATO REGIONAL DE TURISMO DE CANTABRIA (ESPAÑA)
- 187 PHILIPPINE TOURISM AUTHORITY
- 188 PROMOTHEMES (FRANCIA)
- 189 RDE - EMPREENDIMENTOS PUBLICITARIOS LTDA (BRASIL)
- 190 RED NACIONAL DE LOS FERROCARRILES ESPAÑOLES (RENEFE)
- 191 REGINA TOUR (REPÚBLICA DE MOLDOVIA)
- 192 RESORT CONDOMINIUMS INTERNATIONAL INC (ESTADOS UNIDOS)
- 193 ROYAL JORDANIAN
- 194 ROYAL NEPAL AIRLINES
- 195 RUSSAN ASSOCIATION OF SOCIAL TOURISM (RAST) (FEDERACIÓN DE RUSIA)
- 196 SCORE CONSULTANTS (FRANCIA)
- 197 SCOTTISH HOTEL SCHOOL, UNIVERSITY OF STRATHCLYDE (REINO UNIDO)
- 198 SCUOLA SUPERIORE DEL COMMERCIO, DEL TURISMO E DEI SERVIZI (ITALIA)
- 199 SECRETARIA DE TURISMO DE RIO DE JANEIRO (BRAZIL)
- 200 SITA WORLD TRAVEL PVT LTD (INDIA)
- 201 SOCIETA INCREMENTO TURISTICO ALBERGHIERO VALDOSTANO (SITAV) (ITALIA)
- 202 SOCIETE FRANCAISE D'EXPORTATION DES RESSOURCES EDUCATIVES (SFERE)
- 203 SOCIETE INTERNATIONALE DE TELECOMMUNICATIONS AERONAUTIQUES (SITA)
- 204 SOCIETY FOR THE ADVANCEMENT OF TRAVEL FOR THE HANDICAPPED (SATH)
- 205 SOMEA S.P.A.-LA SOCIATA PER LA MATEMATICA ET L'ECONOMIA APPLICATE (ITALIA)
- 206 STUDIO ENRICO RAINERO (ITALIA)
- 207 SUPREME HOTEL MANAGEMENT AND CONSULTING, INC (TURQUÍA)
- 208 SYRIAN ARABIAN COMPANY FOR HOTELS AND TOURISM
- 209 TEXAS A & M UNIVERSITY, DEPARTMENT OF CREATION, PARK AND TOURISM SCIENCES (ESTADOS UNIDOS)
- 210 THE INTERNATIONAL (FRANCIA)
- 211 THE - ASESORES EN TURISMO, HOTELERÍA Y RECREACIÓN, S.A (ESPAÑA)
- 212 TOURCONSULT/INTERNATIONAL S.A (ITALIA)
- 213 TOURISM DEVELOPMENT AND EDUCATION FOUNDATION (TUDEV) (TURQUÍA)
- 214 TOURISM FINANCE CORPORATION OF INDIA, LTD (INDIA)
- 215 TOURISM HOTEL SECURITY WORLDWIDE MAGAZINE (SUJZA)

- 216 TOURISM ORGANIZATION OF THE BALTIC STATES
- 217 TOURISME ET HOTELLERIE (FRANCIA)
- 218 TOURISMPAN (EGIPTO)
- 219 TOURIST ASSOCIATION OF YUGOSLAVIA
- 220 TOURIST CONSULT (SUIZA)
- 221 TOURS BRASIL TDA
- 222 TOURS AGENTS ASSOCIATION OF PAKISTAN (TAAP)
- 223 TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICAN (ESTADOS UNIDOS)
- 224 TURKIYE TURING VE OTOMOBIL KURUMU (TURQUÍA)
- 225 UNIÓN DE CIUDADES CAPITALES IBEROAMERICANAS (UCCI)
- 226 UNIÓN INTERNACIONAL DE TRANSPORTES POR CARRETERA (IRU)
- 227 UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME ET DE PLEIN AIR (FRANCIA)
- 228 UNIVERSIDAD DE GRANADA. INSTITUTO DE DESARROLLO REGIONAL (ESPAÑA)
- 229 UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN (PUERTO RICO)
- 230 UNIVERSIDAD INTERAMERICANA (REPÚBLICA DOMINICANA)
- 231 UNIVERSITY OF DENVER SCHOOL OF HOSPITALITY MANAGEMENT AND TOURISM (ESTADOS UNIDOS)
- 232 UNIVERSITY OF MINNESOTA-TOURISM CENTER (ESTADOS UNIDOS)
- 233 UNIVERSITY OF QUEENSLAND. DEPARTMENT OF BUSINESS STUDIES (AUSTRALIA)
- 234 VAO "INTOURIST" (FEDERACIÓN RUSA)
- 235 VIA RAIL CANADÁ INC.
- 236 VILLAGES VACANCES FAMILLES (FRANCIA)
- 237 VISA INTERNATIONAL (ESTADOS UNIDOS)

MESA DE LOS MIEMBROS AFILIADOS

PRESIDENTE: CLUB MEDITERRANEE (FRANCIA)

VICE-PRESIDENTE: AIR FRANCE
COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO (ETC)

EGYPTIAN TOURIST AUTHORITY (ETA)
HORWATH CONSULTING LTD (REINO UNIDO)
IBERIA. LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA
KENYA TOURIST DEVELOPMENT CORPORATION
OFICINA INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL (BITS)
OFFICE TOURISME ET DES CONGRES DE PARIS (FRANCIA)
SOCIETY FOR THE ADVANCEMENT OF TRAVEL
FOR THE HANDICAPPED (SATI) (ESTADOS UNIDOS)

COMITÉ DIRECTO

PRESIDENTE: CLUB MEDITERRANEE (FRANCIA)

MIEMBROS: EGYPTIAN TOURIST AUTHORITY (ETA)
COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO (ETC)
HORWATH CONSULTING LTD. (REINO UNIDO)

KENYA TOURIST DEVELOPMENT CORPORATION
OBSERVADORES AIR FRANCE
IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPAÑA
OFICINA INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL (BITS)
OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DE PARIS (FRANCIA)
SOCIETY FOR THE ADVANCEMENT OF TRAVEL
FOR THE HANDICAPPED (SATH)(ESTADOS UNIDOS)

La bajada de estos Miembros Afiliados durante 1993 o 1994, será según las disposiciones del artículo 35.3 de los Estatutos de la O.M.T.

1.3.4. .- Órganos

Las funciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se compone de una serie de órganos que se ayudan para el buen funcionamiento de las labores que le han sido asignadas, las cuales se encuentran contempladas en sus Estatutos. Cada uno de los órganos de la OMT tiene funciones específicas, que permiten dar seguimiento a las actividades del organismo y proporcionan la información respectiva a los Miembros y a los organismos gubernamentales y no gubernamentales que guardan relación con la actividad de la organización

En el Artículo 8º de los Estatutos de la OMT¹⁰ ¹¹, los órganos principales de la Organización son:

- a) La Asamblea General,
- b) El Consejo Ejecutivo, y
- c) La secretaría.

Las reuniones de la Asamblea y del Consejo Ejecutivo se celebrarán en la sede de la OMT, a menos que los órganos respectivos lo determinen de otro modo.

Las funciones que cumplen cada uno de los órganos de referencia son las siguientes:

a).- Asamblea General

El Artículo 9 de los Estatutos, indica que la Asamblea General es el órgano supremo de la organización y estará compuesto de los delegados representantes de los Miembros Efectivos.

En cada reunión de la Asamblea, Cada Miembro Efectivo y Asociado será representado por cinco delegados como nado como Jefe de la Delegación por el Miembro

El comité de los Miembros Afiliados podrá designar hasta tres observadores y cada Miembro Afiliado puede nombrar un Observador que podrá participar en los trabajos de la Asamblea.

La Asamblea deberá reunirse en sesión ordinaria cada dos años y podrá hacerlo de manera extraordinaria cuando las circunstancias lo requieran, éstas podrán convocarse a petición de Consejo Ejecutivo o de una mayoría de los Miembros Efectivos de la Organización. Hay que mencionar que la Asamblea cuenta con s propio Reglamento. Las reuniones ordinarias o extraordinarias se celebrarán en la sede de la OMT o en otro lugar, si ella misma lo decide, siempre y cuando el País huésped le reembolse los gastos suplementarios ocasionados por la reunión.

La Asamblea puede examinar todas las cuestiones relativas al turismo y formular recomendaciones sobre cualquier tema que se encuentre en el marco de su competencia.

El Artículo 12 de los Estatutos de la OMT le otorga las siguientes atribuciones:

- 1 - Elegir al Presidente y Vicepresidente.
- 2 - Elegirá los miembros del Consejo

¹⁰ ¹¹ Ibidem Páginas 9.

- 3 - Nombrar al Secretario General por recomendación del Consejo
- 4 - Aprobar el reglamento Financiero de la Organización
- 5 - Fijar las directivas generales para la administración de la organización
- 6 - Aprobar el reglamento de personal referente al personal de la secretaría
- 7 - Elegir a los interventores de cuentas por recomendación del Consejo
- 8 - Supervisar la política financiera de la Organización y aprobar el presupuesto
- 9 - Aprobar el programa general de trabajo de la organización y aprobar el presupuesto
- 10 - Crear cualquier entidad técnica o regional necesaria
- 11 - Examinar y aprobar informes sobre las actividades de la Organización de sus órganos y tomar todas las disposiciones para la aplicación de las medidas que de ellos se desprendan
- 12 - Aprobar o delegar los poderes en vista a la aprobación de la conclusión de acuerdos con los gobiernos y las organizaciones internacionales
- 13 - Aprobar o delegar poderes en vista a la aprobación para concluir acuerdos con organismos o entidades privadas
- 14 - Preparar y recomendar acuerdos internacionales sobre cualquier cuestión que entre en el marco de competencia de la organización
- 15 - Decidir, de acuerdo con los presentes estatutos sobre solicitudes de admisión como miembro.^{11 12}

Dentro de la Asamblea General existen órganos subsidiarios que ayudan al desarrollo y aplicación de las decisiones y recomendaciones adoptadas por la Asamblea y el Consejo Ejecutivo en 1975. Hasta la actualidad a través de comisiones regionales para las seis regiones siguientes:

África.
 Las Américas
 Asia Meridional.
 Europa.
 Oriente Medio.
 Pacífico y Asia Oriental.

1.- Comisión de la OMT para África (CAF).

Presidente: Senegal

Vicepresidentes: Zimbabue.
 Kenia.

2.- Comisión de la OMT para las Américas (CAM).

Presidente: Chile.

Vicepresidentes: Venezuela.

Cuba.

^{11 12} Ibidem, Páginas 10 - 11.

3.- Comisión de la OMT para Asia Oriental y el Pacífico (CAP).

Presidente: Indonesia
Vicepresidentes: República Popular Democrática de Corea
Japón.

4.- Comisión de la OMT para Asia Meridional (CAS).

Presidente: India
Vicepresidentes: Maldivas
Sri Lanka

5.- Comisión de la OMT para Europa. (CEU).

Presidente: Suiza
Vicepresidentes: Grecia
Malta
Rumania.

6.- Comisión de la OMT para el Oriente Medio (COM).

Presidente: Egipto
Vicepresidentes: Jordania
Yemen

Las comisiones regionales velan por la aplicación de las decisiones y las recomendaciones de la Asamblea General y el Consejo Ejecutivo en sus regiones respectivas, funcionan y actúan del marco de la organización.

h).- Consejo Ejecutivo

Es un órgano de composición más pequeña y que cuenta con poderes para responder a la exigencia de una completa capacidad funcional, para que en consulta con el Secretario General de la Organización, adopte las medidas necesarias para el cumplimiento de sus funciones y a las recomendaciones de la Asamblea, informándole a ésta de su proceder.

Este se compondrá por los miembros electivos que haya elegido la asamblea general, a razón de un miembro por cada cinco miembros electivos, con la finalidad de lograr una distribución geográfica, justa y equitativa.

Por su parte, los miembros asociados de la O.M.T., elegirán un miembro asociado que podrá tener participación en los trabajos de consejo, pero sin derecho al voto.

De igual forma, un representante de comité de miembros afiliados, podrá participar en los trabajos de consejo, pero tampoco tendrá derecho a voto.

Por conveniencias de la organización, los miembros de consejo se elegirán por periodos de 4 años. Sin embargo, la mitad de los miembros del primer consejo, cubrirán sólo un periodo de dos años, realizando entonces elecciones cada 2 años.

Dicho consejo, tendrá reuniones 2 veces por año y entre sus miembros se elegirá a un presidente y un vicepresidente, por año.^{12, 13}

Actualmente cuenta con 24 Miembros Efectivos.

**COMPOSICIÓN DEL CONSEJO EJECUTIVO DE LA OMT
(1993-1997)**

MESA PARA 1994

PRESIDENTE: GRECIA
VICEPRESIDENTE: MARRUECOS
VICEPRESIDENTE: TÚNEZ

MIEMBROS

ARGENTINA	(1995)	KENIA	(1997)
CANADÁ	(1995)	LESOTHO	(1995)
CHILE	(1997)	MARRUECOS	(1995)
CHINA	(1995)	MÉXICO	(1997)
CIPRE	(1997)	NIGERIA	(1995)
EGIPTO	(1997)	PAKISTÁN	(1997)
FEDERACIÓN DE RUSIA	(1997)	REP. ARABE	
FINLANDIA	(1995)	SIRIA	(1997)
FRANCIA	(1997)	REP. DE COREA	(1995)
GABÓN	(1995)	REP. UNIDA DE	
GHANA	(1997)	TANZANIA	(1995)
GRECIA	(1995)	TÚNEZ	(1997)
INDIA	(1997)	TURQUÍA	(1995)
		ESPAÑA	MIEMBRO PRIVILEGIADO

REPRESENTANTE DE LOS MIEMBROS AFILIADOS: CLUB MEDITERRANEE

Las funciones del consejo serán:

- 1.- Tomar todas las medidas necesarias, con el secretario general para la ejecución de decisiones y recomendaciones de la asamblea informada de esto a la misma.

^{12, 13} *Ibidem*, Páginas 14 - 15.

- 2 - Recibir el Secretario General los informes sobre las actividades de la organización
- 3 - Someter proposiciones a la asamblea
- 4 - Examinar el programa general de trabajo de la organización preparado por el Secretario General, antes de ser sometido a la asamblea
- 5 - Presentar a la asamblea informes y recomendaciones sobre la confiabilidad y las previsiones presupuestarias de la organización
- 6 - Crear todo órgano subsidiario requerido por las actividades del consejo
- 7 - Desempeñar todas las funciones que le sean confiadas por la Asamblea

Corresponde también al consejo tomar decisiones administrativas y técnicas que sean necesarias, y en lo referente a las atribuciones y recursos financieros de la organización informando de cualquier decisión tomada a la asamblea para que sean aprobadas y darse cuenta de las medidas adoptadas. Teniendo siempre presente que dichas decisiones no deben ser contrarias a los Estatutos de la OMT

En el Artículo 9 del Reglamento del Consejo Ejecutivo ¹³ ¹⁴ indica que, el consejo establecerá comités: el comité técnico del Programa y la Coordinación (CTPC), el comité de presupuesto y finanzas (CPF), los cuales se reunirán previamente a la sesión del Consejo, para evaluar los documentos sobre cuestiones de su competencia y presentar al consejo los informes correspondientes. los comités se encuentran conformados por nueve miembros y un presidente, el cual es designado por el Consejo Ejecutivo.

El Consejo cuenta con órganos subsidiarios los cuales lo auxilian, para un mejor desempeño, de sus funciones. Adquirido también la calidad de comités, como los siguientes:

Comité de Facilitación (FAL).

Este Comité se compone actualmente de 21 Miembros, de los cuales Estados Unidos de América, surge Presidente y, Argentina y Camerún como Vicepresidentes para el periodo 1991-1995.

Los Objetivos para 1992-1995 en el campo de facilidades y de las liberalización por parte de la OMT, fueron los siguientes:

Preparar y distribuir una lista de medidas prácticas y programas encaminados a eliminar los obstáculos a los viajes internacionales.

Desarrollar un marco mundial para liberalizar el comercio de servicios turísticos.

Tratar de conseguir la normalización de los requisitos sanitarios, al tiempo que se promuevan unas prácticas y una información óptima en relación con la salud de los turistas.

Comité del Medio Ambiente (CMA).

El comité del Medio Ambiente se encuentra conformado actualmente por 22 miembros, ocupando la presidencia los Países Bajos y las Vicepresidencias Egipto y México, para el cuatrienio 1994-1995.

¹³ ¹⁴ Ibidem, Páginas 17 - 18.

El campo de acción de la organización sobre Medio Ambiente y Desarrollo para 1992-1995 se estableció en torno a cuatro objetivos:

Lograr los niveles de calidad medioambiental más altos posibles en el desarrollo del turismo.

Dar al turismo una importancia crucial en el debate mundial sobre medio ambiente.

Fomentar la planificación integrada para un desarrollo turístico sostenible, y Facilitar a los Miembros la información sobre fuentes de financiación para el desarrollo del turismo.

En este renglón el Secretario General formuló el compromiso de la OMT para dar seguimiento al programa 21 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el desarrollo (CNUMAD) en todo el sector turístico mundial, compromiso que cuenta con el seguimiento del comité del Medio Ambiente en sus programas de trabajo actual y futuro.

Comité de Seguridad en Turismo

El comité de referencia se encuentra conformado por nueve miembros de los cuales Egipto y Japón ocupan la Presidencia y la Vicepresidencia, respectivamente, para el periodo 1992-1995.

La Organización se encarga de publicar diversos folletos sobre la seguridad y la salud del Mundo tales como: Medidas recomendadas para la Seguridad en Turismo, para un turismo Accesible para los Minusválidos en los años 90's, y Salud de los Viajeros en el Extranjero.

En cuanto a la seguridad del turismo, la OMT preparó una carpeta de Seguridad del Turismo para permitir su aplicación por los Miembros, dicha Carpeta contiene las medidas recomendadas al respecto, un documento de autorrevisión para las administraciones de turismo y un cuestionario para conseguir las investigaciones en este campo.

c).- Secretaría

La secretaria u órgano burocrático con carácter administrativo se encuentra constituida por el Secretario General y el personal que la Organización pueda necesitar. El Secretario General es el encargado por la Asamblea General prever recomendación del Consejo Ejecutivo, el cual debe de contar con una mayoría de los tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes en la Asamblea para un periodo cuatro años, mismo que es renovable.^{11 G)}

El Secretario General será el responsable ante la Asamblea y el Consejo, en cuanto a la dirección de las directrices enajenadas de estos órganos atrás de las funciones del Secretario General es enviar al Consejo informes sobre las actividades de la Organización, las cuentas y el proyecto del programa general de trabajo, así como las previsiones presupuestarias de la OMT. Además de que deberá asegurar la representación jurídica del organismo.

^{11 G)} Ibidem, Páginas 20 - 21.

Por otra parte el Secretario General fungirá como Secretario de la Asamblea y del Consejo, en tanto de sus órganos subsidiarios

En cuanto al personal de la Organización, el Secretario General podrá nombrar al personal de su secretaría de conformidad con el Reglamento de Personal aprobado por la Asamblea, de la cual será responsable para la selección de dicho personal se deberá considerar que el mismo garantice a la O.M.T. con las más elevadas normas de eficiencia, competencia técnica e integridad, a reserva de que el citado funcionamiento personal tendrá que efectuarse sobre una base geográfica tan amplia como posible

El Secretario General y el personal se comprometerán a no buscar ni aceptar instrucciones de ningún gobierno de ninguna otra autoridad ajena a la Organización. Además se abstendrá de todo lo incompatible con su situación de funcionarios internacionales, siendo responsable únicamente ante la O.M.T.

d).- Secretarías Regionales.

Son parte integrante de la secretaría de la O.M.T., pero colaboran con las Comisiones Regionales de la Organización y de la celebración de sus conferencias y reuniones

e).- Publicaciones periódicas.

Es un órgano que se dedica a la publicación de estadísticas sobre viajes internacionales, Estudios Económicos del Turismo Mundial y sobre el ejercicio de una vigilancia constante para la protección del medio ambiente y la calidad de vida.

1.4. ESTADOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
(20 de octubre de 1993)

AFGANISTAN	ALBANIA	ALEMANIA
ANGOLA	ARGENTINA	ARGENTINA
AUSTRIA	BANGLADESH	BÉLGICA
BENIN	BOLIVIA	BOSNIA Y HERZEGOVINA
BRASIL	BURUNDI	BURKINA FASO
BURUNDI	CAMBOYA	CAMERÚN
CANADÁ	COLOMBIA	CONGO
COTE D'IVOIRE	CROACIA	CUBA
CHAD	CHILE	CHINA
CIPRE	ECUADOR	EGIPTO
EL SALVADOR	EMIRATOS ARABES UNIDOS	ESLOVENIA
ESPAÑA	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	ETIOPÍA
FEDERACIÓN DE RUSIA	FILOFINAS	FINLANDIA
FRANCIA	GABÓN	GAMBIA
GEORGIA	GHANA	GRANADA
GRECIA	GUATEMALA	GUINEA
GUINEA BISSAU	HAITÍ	HUNGRÍA
INDIA	INDONESIA	REPÚBLICA ISLÁMICA DE IRÁN
IRAQ	ISRAEL	ITALIA
JAMAHIRIYA ARABE LIBIA	JAMICA	JAPÓN
JORDANIA	KAZAJSTAN	KENIA
KIRGUISTAN	KUWAIT	LESOTHO
LIBANO	MADAGASCAR	MALASIA
MALAWI	MALDIVAS	MALI
MALTA	MARROCOS	MAURICIO
MAURITANIA	MÉXICO	MONGOLIA
NEPAL	NICARAGUA	NIGER
NIGERIA	PAÍSES BAJOS	PAKISTÁN
PARAGUAY	PERÚ	POLONIA
PORTUGAL	REPÚBLICA ÁRABE SIRIA	REPÚBLICA CHECA
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA POPULAR LAO	REPÚBLICA DE COREA	REPÚBLICA DE MOLDOVIA
REPÚBLICA DOMINICANA	REPÚBLICA ESLOVACA	REPÚBLICA POPULAR DEMOCRÁTICA DE COREA
REPÚBLICA UNIDA DE TANZANIA	RUMANIA	RWANDA
SAN MARINO	SANTO TOMÉ Y PRÍNCIPE	SENEGAL
SEYCHELLES	SIERRA LEONA	SRI LANKA
SUDÁN	SUIZA	TOGO
TUNEZ	TURKMEENISTAN	TURQUÍA
UGANDA	URUGUAY	UZBEKISTÁN
VIETNAM	YEMEN	ZAIRE
ZAMBIA	ZIMBABWE	

Fuente: Documentos básicos de la OMT, Madrid 1991, Pág. 57

CAPITULO II

EL TURISMO EN MÉXICO

El turismo en México ha experimentado un crecimiento constante y sostenido durante las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional. Este fenómeno se debe a una combinación de factores, entre los que destacan la diversidad cultural y natural del país, así como la mejora de la infraestructura turística y el fortalecimiento de los servicios. El sector turístico mexicano ha logrado atraer a millones de visitantes internacionales, generando importantes ingresos y creando numerosas oportunidades laborales. Sin embargo, también enfrenta desafíos como la estacionalidad y la necesidad de una mayor sostenibilidad ambiental y social. En este capítulo se explorará el desarrollo del turismo en México, sus características, impactos económicos y sociales, así como las estrategias para su crecimiento futuro.

CAPITULO II

EL TURISMO EN MÉXICO

En el fenómeno del turismo ha pasado por diversas fases evolutivas y de desarrollo, ya que ha sido considerado a partir de múltiples interpretaciones puesto que las condiciones de vida y las necesidades sociales han sido totalmente diferentes en cada época.

Durante el presente capítulo no se analizará el desarrollo evolutivo del turismo en el mundo, ni en México por cuestiones de metodológicas pero se deberá resaltar que por algún tiempo el turismo desde sus primeros inicios representaba una actividad común para peregrinos y demás personas que con un sentido religioso realizaban grandes desplazamientos humanos. En otro sentido el turismo era ejercido por viajeros atrevidos (pues no existían medios de transporte) que lanzados por un espíritu de aventura llamados por la curiosidad les motivaba explorar lugares desconocidos para ellos. Otras veces el viaje era emprendido, sobre todo el mundo helénico para participar o presenciar las competencias deportivas que se presentaban cada cuatro años en Olimpia.

También por cumplir alguna misión como embajadores o enviados especiales de sus gobiernos. Y así poco a poco a partir del siglo XVII el movimiento migratorio fue acrecentándose aunado a un interés personal o cultural por conocer idiomas, costumbres regiones del mundo.

El turismo como actividad novedosa e interesante, comenzó a adquirir relevancia a fines del siglo XIX, pues ya no tan sólo las personas que visitaban lugares dentro de su propio país, sino ya fuera de él, por lo que el desarrollo y el posterior crecimiento del turismo comenzó a presentar importancia económica, social y cultural para todos los pueblos del mundo. Es así como se dividió al turismo, en nacional e internacional^{15, 16}

De lo anterior, el turismo general se fue constituyendo hasta considerarse como uno de los fenómenos sociales más significativos de nuestro tiempo, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura, o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.^{16, 17}

Hay que tomar en cuenta que en su primer época el turismo fue novicio, ya que la práctica turística quedaba reservada a grupos minoritarios, que disponían del tiempo para viajar, o de espíritu de aventura, o bien que disfrutaban de recursos económicos elevados y que en su segunda época de transición, se empezaban a desarrollar el transporte y los motivos de recreación, descanso y cultura, con una naciente apertura legislativa de libertades para los trabajadores de diversos países del mundo, siendo hasta la tercera etapa, cuando el turismo cobra un real desarrollo masivo, en la segunda mitad del siglo XX, cuando la manera conjunta se presentaron una gran gama de factores tales como

¹⁵ ¹⁶ Molina Sergio, Conceptualización del Turismo Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, México 1989, Página 21

¹⁶ ¹⁷ Ramírez Blanco, Manuel Teoría General Del Turismo, Editorial Diana, México 1981, Pág. 29.

- 1 - Los adelantos industriales alcanzados por algunos países y por consiguiente el incremento en los ingresos económicos de amplios sectores populares.
- 2 - La promulgación de las leyes más equitativas que adopten el derecho de los trabajadores de disfrutar de vacaciones pagadas
- 3 - El incremento en el índice educativo, que despertó el interés por conocer otros lugares y sus manifestaciones culturales
- 4 - La aplicación de técnicas avanzadas a los transportes, que permiten recorridos cómodos a mayores distancias y en un menor tiempo
- 5 - El crecimiento y diversificación de los servicios turísticos, que favorecieron la práctica de los viajes
- 6 - Las disposiciones de crédito, que permiten a los individuos de los sectores sociales más vastos las posibilidades de viajar

El fenómeno turístico es la resulta de las condiciones tecnológicas, económicas, políticas y sociales de un contexto histórico determinado, que tiene a su desarrollo a pedir del creciente número de individuos que son favorecidos por el tiempo libre resultante de aquellas condiciones. Su realización y evolución es el efecto y no la causa que lo explica. De ahí que las respuestas a las interrogantes sobre su evolución y funcionamiento, se encuentren fundamentalmente en áreas que se localizan fuera del fenómeno en sí

El final de la Segunda Guerra Mundial es el inicio de la primer etapa del turismo internacional moderno (1945-1958). Las condiciones económicas, políticas y sociales de la posguerra favorecerán el que las turísticas estadounidenses, principalmente, inicien un periodo de viajes que se expanda rápidamente en volumen. Y en todo ese desarrollo, el transporte aéreo es un factor de primer orden. El antecedente inmediato y más importante para el papel que desempeña en esa época - y en nuestros días - ese medio de transporte, fue el potencial bélico que le ven los países desarrollados y que servirá para los fines de supremacía en el contexto de la lucha por el poder y el control político - económico del mundo.¹⁷ ¹⁸

Hasta la introducción del Jet, el turismo es una posibilidad reservada básicamente a los ciudadanos del país que se encuentra más apto en lo económico y cuyo comercio y producción se expande con rapidez, favorecido por la reconstrucción de Europa, aún en proceso en este tiempo: Estados Unidos.

En ese momento nacen uno algunos de los agentes que intervienen en el proceso funcional del turismo, en su forma internacional o transnacional. Este es, sobre todo, el caso de los hoteles, que son tomados como instrumentos para enfrentar una concepción del mundo que en principio, se considera opuesta a la concepción occidental: el "comunismo". Es así como en la guerra fría, las cadenas internacionales de hoteles con el apoyo del gobierno de Estados Unidos - se expanden a lo largo y ancho del mundo, con el objeto de crear un "cordón sanitario" donde se instale una ventana a través de la cual se muestre los "beneficios de mundo libre" y que sirva para detener los avances del "comunismo".¹⁸ ¹⁹

En México, el periodo de posguerra también tiene repercusiones directa, en la economía y en la política turística que se seguirá en el campo. Al fin de la guerra, en Estados Unidos se va iniciando el proceso de normalización de la economía y con ello, se empieza a desplazar la competitividad que hasta esos momentos tenía la incipiente industria

¹⁷ ¹⁸ Ocio y Turismo. Biblioteca Salva T. de Grandes Temas No. 21 Salva I. Editores. Barcelona, 1979. Página 17-19.

¹⁸ ¹⁹ Ibidem, Pág. 22-23

nacional en el exterior y que ha sido resultado directo de la situación de guerra que prevalecía. Así la industria estadounidense va desplazando los productos mexicanos en el exterior y se inicia un periodo de inversión extranjera, en el sector secundario principalmente, que tendría a sustituir la industria nacional. El modelo de desarrollo elegido favorece esta situación: se trata de promover, diversificar y fortalecer el sector secundario de la economía.

En estos momentos se encuentra el primer gran argumento para el apoyo y fomento del Turismo en México: dada la precaria situación de la industria nacional y a la necesidad de realizar crecientes volúmenes de importancia de bienes de capital y de otros insumos necesarios para la industrialización, Miguel Alemán ve en el turismo una fuente de financiamiento que equilibre la salida de las divisas con que se adquieren los medios necesarios para la industrialización.

Durante el periodo de Ruiz Cortines mantiene las mismas concepción económica del turismo, no así la concepción social, porque se vislumbra parte de la problemática que el turismo conlleva. Esta problemática ha sido ejemplificada por el caso cubano anterior a la Revolución y por las actividades predominantes que se verifican en las ciudades fronterizas, principalmente Tijuana y Ensenada, donde el juego y la prostitución deforman socavan la sustentación misma de la sociedad.

En la concepción de Ruiz Cortines la contraparte se encuentra en el fortalecimiento del turismo nacional, aún muy incipiente, al cual tratar de promover, a pesar de que no se lleven a cabo medidas prácticas y efectivas para cristalizar. La situación socioeconómica del país tampoco ofrece el marco apropiado para ello.^{19 20}

En este primer periodo, coincidente con el que se verifica en el ámbito internacional, el turismo no constituye aún un fenómeno masivo, a pesar de la importancia que tiene para México y que deriva de la cercanía del mercado emisor más importante de mundo en este periodo: Estados Unidos. Esta cercanía como en muchos otros aspectos de su vida económica, política, social y cultural, le determinarán también en el turismo.

El desarrollo de la hotelería nacional es aún incipiente y a la internacional instalada en México es la más importante, no solo por la necesidad de ofrecer instalaciones adecuadas al viajero internacional, sino porque en el contexto bipolar del mundo se muestra como la ventana a los beneficios del "mundo libre".

En la promoción del turismo hacia México en este periodo, se pone énfasis en la publicidad pero fundamentalmente en la creación de infraestructura terrestre que permita el acceso de los viajeros del norte. En cuanto al transporte aéreo, se dan los primeros pasos para convertirlo en uno de los más importantes para la comunicación del territorio nacional. Se inauguran rutas aéreas a diferentes países del Continente y al otro lado del Atlántico, y se hace patente la dificultad para que las líneas aéreas nacionales se beneficien de la expansión, las extranjeras aprovecharían más tales rutas y serían las bases de la futura dependencia en el control de las corrientes de turistas extranjeros.^{20 21}

También se hacen patentes en este periodo las dificultades para la firma de un convenio aéreo bilateral entre México y Estados Unidos, sobre todo para el desarrollo de la aviación comercial es requisito indispensable para que la aviación militar de ese país

^{19 20} Departamento de Turismo, Memoria de Labores, 1971-1976 Página 20

^{20 21} ibidem, Pág. 21-22

continúe expandiéndose, en una retroalimentación constante. Por lo tanto, la definición de las rutas, y las libertades inherentes, son puntos de neurálgico de las negociaciones.

El segundo periodo del turismo internacional moderno (1958-1973) se caracteriza por el desarrollo propiamente masivo. Así lo permite la introducción del jet y el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los países que estuvieron en guerra.²¹ ⁶²

Al iniciar la década de los sesenta también llega a su punto más álgida la confrontación Este - Oeste. No por casualidad, el turismo será tomado como instrumento de ayuda económica y de cooperación internacional en un momento en el que la efervescencia de la situación internacional y el deterioro de las relaciones de intercambio en el comercio exterior de los países subdesarrollados, animado al nacionalismo prevaleciente en la década, pueden llevar a ridiculizar las posturas ideológicas de aquellos, con la posibilidad de que tengan signos contrarios a los intereses del mundo capitalista. El ejemplo más claro que este fenómeno lo representa la Revolución Cubana.

Además, al argumento de auxilio económico a través del turismo como forma de cooperación internacional en la llamada Década del Desarrollo, se añadirá la argumentación de que el turismo, como fenómeno que fomenta y lleva implícita la interrelación y el contacto de personas, puede y debe ser un vehículo de comprensión y paz internacional, la cual está amenazada constantemente por los acontecimientos de la guerra fría.

Es así como el turismo será tomado como un vehículo de paz que, dentro del contexto político, puede penetrar también culturalmente, junto con otros medios de comunicación masiva- en las diferentes sociedades locales y nacionales, mostrando y reforzando los estereotipos "deseables" de las ciudades industrializadas y en contraposición a otros modelos existentes (socialismo).

Paralelamente a este desarrollo, se inicia un proceso de integración vertical y horizontal de la estructura funcional del turismo internacional, que tendría a consolidar el control del mercado por parte de las empresas situadas en los países industrializados -emisores-. La creciente importancia de la modalidad de los viajes en paquetes es un reflejo directo tanto en la integración verificada como el control del mercado que, a estas alturas, manifiesta incrementos importantes en su volumen.

La integración de la estructura funcional es propiciada, básicamente, por el medio de transporte que ha sido uno de los agentes directos de la expansión y manifestación del turismo internacional: el transporte aéreo.

En México, por su parte, existen coincidencias entre los sucesos que se verifican en el ámbito internacional y las acciones que el gobierno toma para que el turismo sirva como instrumento de desarrollo. A fines de 1958 se crea el Departamento de Turismo que representaría al reconocimiento expreso de la importancia paulatinamente ya adquiriendo el fenómeno en México, ya con un perfil masivo. Y con el ámbito internacional, en la concepción gubernamental del turismo, se encuentra durante este periodo, la idea de que es un vehículo que contribuye a la comprensión entre los pueblos y a la paz internacional.

La peculiar coyuntura que vive México al inicio de la década (derivada del apoyo al proceso de la Revolución Cubana) sería el suceso que originaría el énfasis en esa concepción que, por lo demás, ya no abandonará más durante todo este periodo.²² ⁶³

²¹ ⁶² *Ibidem*, Pág. 23-25.

Aunque el turismo sería solo un instrumento económico complementario en la concepción gubernamental, merece la atención suficiente para que se emprendan las primeras acciones sistemáticas orientadas a darle un cuerpo orgánico y planificado. El Primer Plan de Turismo se Realizaría 1962.

Este plan se haría evidente la filosofía gubernamental que tiene por objeto ofrecer a los turistas las tradiciones y la historia de México en un marco que prefiere retradadamente el nacionalismo característico de la época. De esta manera, las obras realizadas para el renglón de turismo, se encuentran en la remodelación, reconstrucción y recuperación de los centros arquitectónicos, prehispánicos y coloniales que afirman la vocación nacionalista del gobierno en este periodo. Durante los años de este segundo periodo, se le da preeminencia al desarrollo del transporte aéreo y su infraestructura, y se margina considerablemente la del transporte terrestre.

También en este tiempo se sientan las bases del control extranjero en las corrientes del turismo hacia México, en tanto el avión y su tecnología, conjuntamente con la hotelería internacional, irán teniendo creciente importancia en el incremento de aquellas corrientes.

El apoyo estatal para el desarrollo del turismo se centra en la infraestructura de acceso aéreo, en el limitado apoyo que se da a la hotelería nacional a través del crédito, y en las recuperación del patrimonio histórico y su divulgación (publicidad y promoción en el exterior). Esto último tiene dos propósitos: la afirmación de la identidad nacional y la consolidación de la imagen de México en el ámbito internacional que, con el caso cubano, había alcanzado prestigio.

Paralelamente al desarrollo del turismo extranjero hacia México, se empieza a desarrollar el turismo nacional - principalmente agresivo que por primera vez es objeto de atención por el efecto que tiene en la balanza de pagos, deteriorando el beneficio del turismo receptivo, no se toma ninguna medida para reducir detener este flujo porque la coyuntura de México en el segundo lustre del decenio (con las Olimpiadas y el Campeonato Mundial de Fútbol) no es propicia para ello, además porque medidas efectivas para retenerlo hubieran podido significar una reacción en un mateo situado más allá de la actividad meramente turística.

El cambio más importante para el turismo del país en este periodo lo constituye el papel que el Estado se adjudicará como promotor del turismo hacia México. Muy acorde a la promoción que se ha hecho en el campo internacional, y que subraya los beneficios económicos derivados de esta actividad, se inicia la planeación de grandes centros turísticos orientados a satisfacer la demanda extranjera y a competir en el mercado internacional.

Nacen así los primeros macrodesarrollos turísticos de México e Ixtapa. Este suceso marcaría el final del segundo periodo del turismo moderno en México (1958-1969) y el inicio del tercero.

En la Tercera etapa del turismo internacional moderno, a partir de 1973, se entra en un periodo de crisis económica mundial que, naturalmente, se refleja en el comportamiento de los viajeros en el mundo cuya corriente se ve disminuida.

11 ¹² Octavio Moreno Tavasco "Turismo y Política Exterior", Servicio enero - febrero 1976
Pág. 10-11

En los años setenta se entra también en una etapa de ponderación de la actividad turística internacional, donde se observan muy claramente los fenómenos de dependencia y de neocolonialismo en este campo. Estos momentos están enmarcados por la distensión política de la confrontación Este - Oeste y el surgimiento y consolidación de nuevos centros de comercio y de poder en el mundo. El turismo no será visto más como un instrumento inocente de cooperación internacional sino será ya tratado dentro del marco de la política de poder que define las relaciones de los diferentes países en el ámbito internacional.^{13 43}

En estos momentos, se empiezan a evaluar con más profundidad y sentido crítico los aspectos relacionados con este fenómeno, tan en las esferas económicas como en las social, poniéndose de manifiesto los efectos colaterales, positivos y negativos, de sus repercusiones.^{13 44}

Sin embargo, muchos países se han lanzado a la competencia por capturar el turismo internacional, creando los mecanismos y las condiciones (fiscales, crediticias, infraestructurales, etc.) que favorecerán a los grandes operadores internacionales cuyas actividades se han integrado aún más (habiéndose extendido al interés de grandes grupos financieros y comerciales), con lo que consolidan su función principal: el control del mercado de viajes.

Los paquetes, como producto directo de las condiciones del mercado y de la integración de la estructura funcional del turismo internacional, se ven afectados en el segundo lustro del decenio por la liberación de las tarifas en la ruta del Atlántico del Norte que fue, a su vez, el reflejo de la precaria situación en la que se vio el transporte aéreo después de la crisis del petróleo de 1973-1975 y donde la competencia de los paquetes, con el uso de líneas aéreas no regulares, amenazaba considerablemente la operación de las líneas aéreas Regulares. Aquí se observa, una vez más, el estratégico papel que ha tenido el transporte aéreo en el desarrollo del turismo mundial y la importancia que le han asignado los países que se encuentran al frente en la lucha por el poder.

En la década de los años ochenta la situación se refuerza aún más. La desregulación de la industria aeronáutica es de vital importancia para los países que la tienen (en gran escala sólo es el caso de los Estados Unidos y de Europa), porque se continúan reciclando a las esferas civiles los avances derivados de la industria bélica y espacial, que desarrollan actividades de punta en la ciencia y tecnología del mundo moderno y que se pueden relacionar fácilmente con la política del poder político y militar. El mercado mundial de aeronaves continúa dominada desde mediados de los años cincuenta por las empresas Boeing y Douglas. El avasallador poderío bélico de Estados Unidos en la guerra del Pérsico, confirma la importancia del sector aéreo en el razonamiento de la estrategia bélica.

Con la desregulación se acentúa la lucha por el mercado de viajes en la ruta del Atlántico del Norte, cuyos resultados no parecen muy claros todavía, pero donde los países subdesarrollados sólo parecen ser espectadores. Esta lucha se incrementa con la implantación y el uso de los Sistemas Computarizados de Reservaciones por parte de las líneas aéreas principalmente, que impone nuevas condiciones de operatividad en la industria y que tienden a un mayor control de los flujos turísticos por parte de las empresas de los países desarrollados.

^{13 43} Ibidem, Páginas 12 - 13.

^{13 44} Ibidem, Julio - Agosto 1976, Páginas 12 - 13.

A raíz de la liberación, en un primer momento se multiplican las aerolíneas en Estados Unidos, sin embargo, de la feroz competencia se derivan quiebras, fusiones y adquisiciones de muchas aerolíneas que lleva, ya que a fines de los años ochenta, a la concentración de fuerza en unas cuantas empresas que, por los movimientos integracionistas de las aerolíneas a escala planetaria, se prevé como descomunal de cara al siglo XXI.

Del movimiento liberalizador se derivó otro fenómeno paralelo que tiende a consolidar el control mundial de viajes. Este se refiere a los usos de los Sistemas Computarizados de Reservas (SRC), que si bien no son nuevos en la operación de las aerolíneas, son un auxiliar muy importante para la competencia entre ellas: aquellas que tienen un sistema más avanzado, pueden poseer un canal de distribución (agentes de viajes) y en la pantalla misma, lo que les permite mejorar la comercialización de sus rutas.

La lucha por colocar sus respectivos sistemas se verifican entre las empresas europeas (Galileo y Amadeus) y norteamericanas (APOLLO, SABRE, WORLDSPAN, entre las más importantes) donde estos últimos se encuentran a la cabeza. Como en el caso de las aerolíneas, también se prevé una concentración significativa, lo que reducirá a unos cuantos los SRC en operación mundial para el próximo siglo.^{25 41}

En lo sucesivo, la identificación de un nombre comercial, familiar para el público, tendrá ventajas evidentes sobre aquellos que no los tengan, favoreciendo así a las empresas internacionalmente más conocidas, en un mundo globalizado y reducido a la Machhuatiana "aldea global".^{26 41}

En la década de los años setenta, las peculiaridades operativas de la hotelería internacional habían verificado un cambio en la forma en las que participan dentro del mercado de turismo, en cuanto a su relación con los países subdesarrollados: de la inversión directa, las cadenas internacionales habían pasado a operar hoteles bajo la forma de contratos de administración, desplazando el riesgo y la carga financiera a los inversionistas locales (con los que celebra los contratos) y, última instancia, el gobierno, que en la mayoría de los casos (por lo menos en el caso de México) había aportado una buena proporción de los recursos necesarios para el desarrollo de las instalaciones a través de los créditos hoteleros. En los años, la hotelería inicia un nuevo movimiento que, al menos parcialmente, se derivan de la creciente problemática de su rentabilidad y de la reducción o endurecimiento de las líneas de crédito que lo conduce a nuevas estrategias y tácticas de acción: se inicia un periodo que convierte la venta de franquicias en la forma preferente de vinculación, al requerirse más un hambre y una imagen poseionada, reforzada por las nuevas formas de reservación y por la extensión en el uso de los Sistemas Computarizados de Reservas (SRC) en el mundo. Cada vez más, estos procesos parecen favorecer la acción de las empresas transnacionales, ya en un marco de acción planetario y globalizado.

Otros resultados de este contexto, que además de verificar en un marco de cambios dentro de los gustos y preferencias de viaje de los turistas, es el significativo incremento en la aceptación de otras modalidades de alojamiento y diversión, que hacen crecer el concepto vacacional de tiempo compartido y los viajes en cruceros.

^{25 41} Connors, James I. *Traveling Survey*, 1990 Páginas. 25-27.

^{26 41} *Ibidem*. Páginas. 29-30.

El marco de política liberal se extenderá por el mundo durante la década de los ochenta, tiempo en el que la crisis económica se encuentra en su punto más alto. La Perestroika y la Glasnost en lo que fue Unión Soviética, eliminará totalmente los vestigios de la guerra fría y producirá un acercamiento paulatino hacia Estados Unidos. El estrepitoso fracaso de las economías del bloque oriental y su fin resquebrajamiento, consolidarán la posición occidentalizadora de la economía en el mundo.

La promoción de esa política por parte de Estados Unidos verifica en los foros más importantes del comercio y las finanzas internacionales (Banco Mundial, FMI y GATT) y en el debilitamiento deliberado de los organismos internacionales como la UNESCO y la UNCTAD, por no mencionar a la misma ONU. La retórica de la cooperación internacional se ha mostrado al descubierto con los fines últimos que le animan: el control y el poder. El fracaso de la Conferencia Mundial de Turismo, auspiciada por la Organización Mundial de Turismo en 1980, reflejan las características, y mecanismos básicos que controlan el mercado de viajes.^{27 14}

La tendencia mundial redefine el papel del Estado en la economía y alcanza la privatización de muchas empresas de todo tipo, incluidas las aéreas, en el mundo.

Ya en los ochenta, muchas de las líneas de crédito se restringen y/o endurecen en este sentido: las críticas condiciones de la economía mundial y el relajamiento de la tensión Este - Oeste, parece haber modificado el contexto en el cual el turismo ha de ser tratado, forzando por el ambiente de ponderación las repercusiones que también trae consigo, entre las cuales una muy importante se refiere a la necesidad de conservación del medio ambiente. En esta década, el turismo deja de ser considerada dentro del discurso de la cooperación internacional y se acepta que sus particulares operativas también pueden resultar contaminantes.

Las empresas hoteleras, por su parte, se encuentran pasando de los contratos de administración a la venta de franquicias (es decir a la venta del nombre comercial con o sin operación) que, se espera, será la forma más importante de vinculación en el futuro. La tecnología de los SRC y la familiarización de los nombres transnacionales serán el instrumento poderoso de sus futuros éxitos.

La redefinición de la geopolítica mundial, cuyo momento culminante sería la reunificación alemana, causa inquietud en el ámbito turístico al abrir a las corrientes de viajeros este viejo y apetitoso nuevo mundo, constituido por la Europa del Este.

La competencia por el turismo internacional se incrementa tanto por la apertura de estas nuevas ofertas, como por la impresión creciente de que el mercado turístico mundial, sobre todo en países desarrollados, se encuentra próximo a sus límites superiores.

Los países subdesarrollados, que continúan confiando en el turismo como instrumento auxiliar o determinante (según sea el caso) para la generación de divisas, de empleo y la última instancia para su desarrollo, parece insistir en la visión que cubre el turismo con un manto de inocencia. Inocencia de la que ahora más que nunca, se encuentra despojado. Las apremiantes, necesidades económicas y la falta de claridad en los caminos, justifican los esfuerzos de muchos países por continuar promoviendo la creación y la apertura de nuevas e indeferenciadas ofertas, que otorgan un mayor poder de negociación y de control a los países emisores.

^{27 14} Molina, Sergio, Conceptualización del Turismo, Editorial Limusa, Páginas 29 - 30.

En México durante el tercer periodo (1969-1981) se agudizan los problemas económicos derivados del modelo de desarrollo elegido. La incapacidad para desarrollar una planta industrial (sobre protegida por las políticas económicas) que sea competitiva en el mercado internacional donde, además, se deterioran sucesivamente los términos de intercambio, acentúa más la problemática socioeconómica del país.^{29 41}

Se entra en una nueva etapa que se caracteriza por intentar el mejoramiento del sector externo de la economía nacional y donde el turismo desempeñará un papel de primer orden. El rol asignado tiene como sustento el desarrollo de macrocentros turísticos (que se añaden a los centros turísticos tradicionales como Acapulco, Puerto Vallarta, etc.) que serán la base y la culminación de la política internacional del decenio anterior.^{29 42}

El turismo se considera a todos sus beneficios económicos (efecto multiplicador, generador de empleo, etc.) además al de servir como instrumento de desarrollo regional. Además durante el sexenio de Luis Echeverría se intenta, sin éxito, incorporar a los campesinos, a la actividad turística, con lo que, se argumenta, se ampliarían sus posibilidades económicas.

La idea de la inversión extranjera en turismo es necesario para asegurar la corriente de viajeros del exterior hace que se instrumenten mecanismos jurídicos que la propicien en las zonas de donde hasta ese momento se encuentra vedadas por el artículo 27 constitucional. Nacen así los fideicomisos de inversión. El primer lustro de periodo 1970-1980, se dan acciones gubernamentales que permiten el apoyo financiero, a mayor escala, en el sector, aunque orientado básicamente al renglón inmobiliario, hotelero. Se crea FONATUR, que aglutina a las dos instituciones gubernamentales existen evocadas a esos fines (INFRATUR y FOGATUR), que se convertirá en una de los promotores más eficaces de la expansión hotelera en México. La elevación del Departamento de Turismo al rango de Secretaría de Estado subraya la importancia que se le concede al turismo en ese sexenio.

Estas acciones se dan en un momento en que los problemas de la economía internacional se agudizan con la crisis del petróleo. Poco tiempo después, esos conflictos coincidirán con la postura internacional de México en el sentido de considerar el sionismo como una forma de racismo, de los resultados un boicot de parte de la poderosa comunidad judía de Estados Unidos.

A través de la estructura funcional del turismo, se pondría en evidencia la fragilidad del sector y de los mecanismos básicos de los agentes que lo fomentan y controlan.

A consecuencia de estos acontecimientos, que convergen, México ve disminuir considerablemente su corriente de viajeros del exterior y con ello el sector turístico del país se suma en una crisis cuya importancia no tiene antecedentes.

El contexto político nacional e internacional de confrontación propia es Estado crítico de la situación. Todo este marco se ve reflejado en la concepción que tiene José López Portillo en relación al turismo. En el segundo lustro del decenio se buscarán otras opciones para hacerse de las diversas requeridas para el desarrollo (petróleo básicamente).

⁴¹ ⁴¹ Torrico M. Miguel, Historia Institucional de Turismo en México 1986-1988, México, Asociación Nacional de Egresados de Turismo A.C. 1988 Página 86

⁴² ⁴² *Ibidem*, Página 88.

A pesar de que la actividad turística atraviesa por una profunda crisis, no se margina de la política económica de México, por el contrario, se tratará de aprovechar la planta turística ya instalada, buscando la consolidación del sector a través de la expansión de la oferta (construcción de 97 mil nuevos cuartos). Sin embargo, se pretende que el turismo ayude de forma rápida a la obtención de divisas, en vista de que, conjuntamente con la agricultura, es la única opción posible. Se pretende así que el turismo asuma a la recuperación mientras el sector petrolero no se encuentre en posición de aumentar su producción y los volúmenes de exportación, sustituyendo al turismo con el papel que anteriormente se le había asignado en la obtención de divisas.

Paradójicamente, la "Petroización" de la economía lleva una inflación acelerada que, unida a la sobrevaluación de la moneda, socava la competitividad de los centros turísticos nacionales, tanto en el ámbito interno como en el externo. Auspicado por esa situación, el turismo agresivo mostraría un dinamismo superior al de la corriente de turismo interno.

En este contexto, en el segundo quinquenio del periodo se inicia un cambio en la política turística del país, que cada vez con mayor fuerza se reorienta hacia el mercado nacional que hasta el momento había tenido una importancia relativa en el ánimo de los prestadores de servicio. Esa reordenación interna compensa la desfavorable conjuntura por la que atraviesa el sector en la recepción del turismo extranjero que, además, muestra su fragilidad de hipersensibilidad a los acontecimientos de la política interna y la diplomacia nacional, por otra parte, se intenta aprovechar el dinámico crecimiento del turismo nacional que prefiere los centros turísticos de extranjeros, socavando, a su vez, los beneficios económicos del turismo receptivo. Ya para el inicio de la década de los ochenta, el mantenimiento de esa tendencia coadyuva a la devaluación del peso en febrero de 1982. Durante ese periodo se reactiva la construcción de la importante infraestructura terrestre (principalmente durante el régimen de Luis Echeverría) y se continúa fortaleciendo y expandiendo la del transporte aéreo en la política de poder y en el desplazamiento de la corriente de viajeros al país. Para la firma del Convenio Aéreo Bilateral con Estados Unidos se vuelve a encontrar que impide realmente un mayor beneficio y equilibrio para México.¹¹⁴

La política turística de México puesta de manifiesto en los planes para el desarrollo del turismo y en las dos leyes federales que se promulgan en este tercer periodo, se concentra básicamente en la promoción y desarrollo de la planta física (instalaciones) y territorial (declaración de innumerables zonas de interés para el desarrollo turístico) que tiende a marginar los otros elementos que le hacen posible, sobre todo el transporte.

A partir de segundo lustro del decenio se ven aumentar las organizaciones que fomenta la demanda interna, ya dentro del nuevo contexto político que supone la reordenación de la oferta turística nacional hacia el mercado interno, dirección que tuvieron la mayor parte de las acciones de la Política Turística de México al final del sexenio y de este tercer periodo.

Para el cuarto periodo (1983 a la fecha), la deteriorada política interna del país y la caída de los precios del petróleo, problemas a los que se les suma el endeudamiento externo, hacen aún más al país en la crisis. Este es el concepto más claro para la promoción del turismo tanto en el sexenio de Miguel de la Madrid, como el inicio de Carlos Salinas de Gortari. En este último caso, está presente el deseo de evitar alguna de las manifestaciones más perniciosas del crecimiento incontrolado, y que se han manifestado

¹¹⁴ ¹¹⁵ *Ibidem* 90 - 93.

en el creciente deterioro del medio ambiente de los centros Turísticos, pero también en la problemática de orden económico y social que se pone de manifiesto entre la población residente en esas localidades. El marco de acción de la política turística del país durante la mayor parte de esta década es, sin embargo, diferente. La posición negociadora de México frente a los acreedores obliga una recomposición y reconsideración de criterios que, entre las paritarias, abre a México a la competencia con el exterior, planeándose el adelgazamiento y abandono paulatino del papel del Estado en la economía, muy dentro del contexto neoliberal promovido internacionalmente. Esas políticas se traducirán en el ingreso de México al GATT, en la modificación del Estado como propietario de instalaciones Turísticas y también como promotor de centros integrales, macro omega Huatulco se convertirá en el último centro del viaje "estilo", es decir, el último donde el Estado asumirá las funciones de inversión y promoción del desarrollo.

A partir de mediados de la década de los ochenta el gobierno federal, inicia un proceso de desincorporación de empresas e instalaciones, enajenándolas al sector privado. Entre las empresas enajenadas se encuentra tanto hoteles y campos de golf, como las aerolíneas troncales de México: Aeroméxico y Mexicana. El sistema de la aviación nacional también se forma para tomar el cauce de la liberación de las operaciones, dándole relevancia al crecimiento de las aerolíneas regionales y alimentadoras, que se expanden el número y radio de acción.

En el contexto de la renegociación de la deuda externa se instrumenta la aplicación de Swaps. Concomitantemente con el ingreso de México al GATT - que hace a muchas industrias incompetentes para enfrentar las nuevas condiciones del mercado-, se inicia una ola de incorporación de inversionistas de diversos sectores en el turismo, donde se supone que se cuenta con experiencia y condiciones para ser competitivos internacionalmente.

La convergencia de todos esos factores hace que la oferta turística se incremente en forma desproporcionada alguno de los centros de la playa más importante del país, que empiezan a sentir problemas de sobreoferta.

Con base a la operación de swaps se capta inversión extranjera para el desarrollo de los mega - centros turísticos planeados, ya con una política estatal que hace hincapié en la promoción y las facilidades para ella, más que la inversión directa, se promueve la esfera de acción privada tanto nacional como extranjera. Esta última se ve favorecida por el tratamiento de los swaps a los que, finalmente, hasta el fin de la década, también acceden los mexicanos.

En la hotelería, de la manera coincidente con el nivel internacional y por las mismas razones y problemáticas, se extienden de manera significativa las nuevas formas de hospedaje, concretamente el tiempo compartido, que verifica en México una importante expansión en este decenio y apunta a cambios en la operación tradicional de los centros turísticos, orientándose muy particularmente el mercado nacional.

La firma del Tratado de Libre Comercio en Estados Unidos y Canadá, apunta a cambios relevantes para la planta y la política turística del país, por la dependencia del mercado norteamericano y la influencia de su industria turística en el país. Los cambios están ya a la vista.

El desarrollo y la expansión del Turismo es el resultado natural de las sociedades que se encuentran en vías de maduración ya que, trata de encontrar en esa "actividad industrial sin chimeneas", una forma de acrecentar su presupuesto nacional y encontrar el cauce económico que conlleva al desarrollo armónico de cada país.

La mayoría de los países trata de incrementar la contribución de turismo en sus respectivas económicas, especialmente la del turismo internacional que genera divisas para los países receptores de este. No hay ningún país que restrinja con medidas activas el crecimiento del turismo internacional, como no sea por razones políticas, e incluso en este último caso, las restricciones suelen ser de carácter selectivo y no globales.

Cada día es mayor la aceptación de que los Gobiernos y los pueblos otorguen privilegios al turismo, ya que a veces las ventajas reales que el turismo reporta se ven todavía subordinadas a sus inconvenientes, más evidentes o manifiestos.

2.1.- Clasificación del Turismo.

Se concebía erróneamente al Turismo como el viaje o desplazamiento en plan de vacaciones, de un lugar a otro, sin embargo el Profesor de la Universidad de Madrid, Luis Fernando Fuster, en su teoría del Turismo, hace notar que el concepto de turismo es más amplio, es por un lado conjunto de turistas que cada vez son más numerosos; y por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce como consecuencia de sus viajes. Turismo es todo equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transporte, espectáculos, guías, intérpretes, etc., que el núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden y que no promovería si no las recibiera. Turismo son las organizaciones privadas o públicas que sirven para fomentar la infraestructura y la expansión de servicios; las campañas de propaganda que hay que definir, ejecutar y difundir; la creación de oficinas de información; la creación de escuelas para la enseñanza del Turismo; el estudio del Turismo para redimir las líneas generales de la política a seguir y la promoción del turismo social.

También son turismo los efectos negativos o positivos que se produce en las poblaciones receptoras, turismo es también paradójicamente el efecto que se produce en un núcleo receptor, cuando se corta afluencia turística.

Una clasificación del Turismo puede ser la siguiente:

- a).- **Turismo Interior:** Es el que realizan los nacionales de un país sin salir de su propio territorio.
- b).- **Turismo Exterior:** Es el que se cumple cuando las naciones cruzan las fronteras para visitar otros países.
- c).- **Turismo Receptivo:** Formado por aquellas corrientes extranjeras que entran al país, considerando la diferencia entre las tres clases de Turismo no solo es el ámbito geográfico, si no fundamentalmente, es factor económica el que determina el turismo receptivo, el ingreso de divisas procedentes de los países de origen de los visitantes con ello, se crea riqueza y el núcleo receptor puede contar con monedas extranjeras que permitan, a su vez, reforzar su comercio internacional.

El turismo interior por su parte, no aporta divisas ni gasta moneda nacional en otros países, pero difunde el capital nacional por el propio país, produciendo un consumo que contribuye al desarrollo económico.

2.2 .- Situaciones que intervienen para la evolución del Turismo.

La determinación de situaciones que intervienen en la evolución del turismo se presentan, desde el momento en el que se conceptualiza el turismo en su forma más simple, como una corriente de masas que se desplazan desde un mercado de origen, hacia un núcleo receptor. Intervienen en este fenómeno tres elementos: mercado, corriente, y núcleo receptor, sobre los que se despliega un cúmulo de acciones positivas y negativas de una indudable trascendencia. La propaganda en los mercados, por ejemplo, presenta características de auténtica lucha comercial para conseguir la "venta" de núcleo

Las corrientes turísticas se desplazan siguiendo las rutas aéreas, marítimas, ferroviarias o carreteras, siguen tendencias en las que intervienen tanta psicología como la económicas, crediticias, fiscales, legislativas, sociales y culturales.

Si el turismo posee actualmente tal trascendencia, si los gobernantes le conceden máxima atención, si los financieros se lanzan a promover empresas turísticas es, en primer lugar, por que el Turismo se ha relevado como potente fuerza económica que auxilia de un modo a otro el desarrollo general del ámbito receptor

En la raíz de la evolución del turismo surge como principales causas, con relación al grupo que se desplaza: la situación internacional, la situación política interna tanto del país de origen como del país receptor, la estabilidad de los precios y el ritmo de inversiones en centros turísticos de segunda y el comportamiento de los ingresos del primero; la mayor o menor libertad para salir o introducirse en los diferentes países, la promoción del ámbito receptor y la situación del transporte internacional o interno del país del destino

- a) - La situación internacional es uno de los principales factores que condicionan la existencia o no de un flujo constante de turismo. Es evidente que una conflagración mundial o sectorial, en el seno de un continente que incluya dos o varios países, redundaría en una situación de inseguridad para el viajero, independientemente de los problemas internos que la guerra acarrea a los países actuales y que hace imposible la salida y entrada de turismo.
- b) - La situación política interna debe tomarse en cuenta también para que las corrientes turísticas se manifiesten en forma ininterrumpida, en un país con guerras civiles, cambios constantes de gobierno o simplemente con un pueblo no acorde con su régimen, mantiene una situación que no puede ser incentivo para que el turista llegue y se pueda hacer inversiones en este campo, esta situación influye incluso en la propia economía que por sus condiciones inestables, no esta en posibilidad de favorecer al turismo y viceversa.

Sin embargo, al aspecto más revelante en la determinación del movimiento turístico, es la situación económica, tanto del país de origen como el destino. Es precisamente el ingreso principal factor condicionante en un país, para que de él se desplacen las corrientes turísticas; parece ser que la demanda de viajes al extranjero ha sido muy elástica en función de ingresos, especialmente en los principales países de origen de la gran mayoría de los turistas, a medida que el ingreso nacional aumenta, los gastos en viajes al extranjero crecen a un ritmo aún mayor.

Es importante mencionar, que hace falta estudiar mas a fondo de que la elasticidad de la demanda de viajes extranjeros, en función de ingreso nacional, aumenta con mayor rapidez cuando se ha alcanzado un cierto nivel de ingreso por capital, a partir del cual

la elasticidad de la demanda con respecto al ingreso nacional, debería comenzar a descender

Al parecer no hay ningún país que haya llegado todavía a ese nivel. No hay duda que la demanda global de viajes al extranjero en un país resulta afectada por numerosos factores, alguno de los cuales están relacionados con la elasticidad en función del ingreso nacional. Entre esos factores, uno de los más importantes es la distribución de ingresos. Es evidente que una distribución desigual de ingreso tiende a limitar la proporción de la población cuyos ingresos están por encima del nivel al que es financieramente posible que exista demanda de viajes al extranjero.

- c) - En la situación económica misma, del país receptor únicamente, los precios son un factor importante, ya que se ha demostrado que la demanda turística corresponde en un alto grado a las variaciones de los precios, tal y como sucede en la compra de artículos. En este aspecto, los dos factores que incluyen en el costo de los viajes al extranjero son: el precio de los pasajeros y los gastos que efectúan en el país de destino

2.3. - Participación del Turismo en la Economía Nacional.

Para determinar la participación que el turismo tiene en la economía nacional, hay que señalar la significación económica del turismo en México.

La forma en que se destaca dentro de la economía nacional el fenómeno turístico, hace necesario recordar que la corriente turística, que es una fuente que propicia la actividad económica. Debido a que se genera empleos y estimula un desarrollo próspero para la economía de un país que lo sabe encauzar y explotar adecuadamente.

Además de que, la rama industrial y el comercio entre otros aspectos del país se ven beneficiados con el turismo. La clasificación general es la siguiente: Turismo Interior o Nacional y Turismo Exterior o Extranjero (Véase punto 2.2.)

La corriente turística extranjera debe ser subdividida en turística fronteriza y al interior del país.³¹

*La corriente turística nacional se subdivide en interna y egresiva**

La corriente turística extranjera fronteriza: visita única y exclusivamente las ciudades fronterizas, permanecen menos de 72 horas en dichas ciudades, realizan una serie de transacciones de tipo económico, pago de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, centros de diversiones, espectáculos, etc...), compra de mercancías y objetos varios. Dichos gastos son cuantificados en un renglón específico de la balanza de pagos. Hanado

³¹ ³¹ Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo. Página 113. Editorial: Diana.

*Interna:..."La que permanece más de 72 horas dentro del Territorio Nacional internándose más allá de las Ciudades Fronterizas..."

*Egresiva:..."La que sale fuera de nuestras fronteras"...

transacciones fronterizas, las realiza el turista y son de carácter bilateral, ya que también nuestros connacionales, visitan y compran objetos en el exterior (aunque no son muy significativas), resultando por ello un saldo positivo, de ahí pues que sea necesario que las autoridades y los directamente interesados euiden este renglón de transacciones fronterizas

Hay que tener en cuenta, que no todo el volumen de divisas captado a través de esta línea es de tipo específicamente turístico, ya que dentro de ella se incluyen la compra de multitud de mercancías y de bienes de consumo ordinario (ropa, alimentos, etc.), de ahí se deba evitar la fuga de estas divisas y motivar a la corriente turística extranjera fronteriza para que se consuma el mayor número de productos nacionales y además de interne al interior del país, ya que esta corriente es la que mayores gastos realiza y por ende la que más beneficios aporta a la economía nacional

La corriente turística extranjera al interior del país. Es aquella que permanece más de 72 horas en el territorio nacional, es la que tiene mayor trascendencia desde el punto de vista turístico y presenta mayores características de estabilidad y beneficio económico. Cabe mencionar que, la corriente turística al interior del país no solamente se encuentra formada por extranjeros, sino también por nacionales residentes en el exterior que vienen a México en calidad de visitantes, tal sería el caso de los mexicanos que residiendo en el exterior de Estados Unidos, por ejemplo, vienen a su país de origen en forma temporal porque para tales efectos son precisamente turista.

Esta, ha sido casi siempre norteamericana, sin embargo, la política promocional que ha llevado a cabo nuestro país en los últimos años ha intentado diversificándose para evitar el que depende de un solo mercado, tal es el caso de la corriente turística de Centros y Sudamérica, Canadá, Europa y Oriente.^{31 32}

La significación económica de la corriente turística al interior del país se manifiesta en dos campos fundamentales.

- 1).- Por el gasto de dichas corrientes realiza, lo que significa una fuerte aportación de divisas con sus consecuencias saludables para la economía nacional, ya que esas divisas son indispensables para propiciar el desarrollo económico de nuestro país, al permitir pagar nuestras importaciones de bienes de inversión (maquinaria y equipo).
- 2).- Por mayor ocupación para los nacionales a través de la creación de empresas turísticas, de mayor consumo de productos nacionales, ya que el turismo es una población flotante que consume bienes en cierta distribución de ingreso nacional, toda vez que la derrama del gesto turístico se suele hacer en diversos lugares del territorio visitado.

El gasto turístico realizado por la corriente, proporcionara un monto determinado de divisas las cuales tienen una alta productividad y una singular economía que la hace presentarse como especial aceptación factor de desarrollo para la economía nacional, porque revitaliza diferentes factores de la producción, fortalece determinadas situaciones económicas generales, tales como la estabilidad de la moneda, incrementa el índice de ocupación, acelera el proceso de inversión productiva, eleva el nivel económico etc..

Turismo Nacional Interno: Es aquel que circula dentro de nuestras fronteras.

^{31 32} Ibidem, Páginas 114 - 115

Siempre que hace referencia al turismo, casi, siempre se piensa en el turismo extranjero por ser este el que presenta mayor significación y trascendencia a las economías nacionales. sin embargo, también el turismo nacional o interno, tiene una función económica representativa y trascendental, toda vez que lo que origina el fenómeno en el plano internacional se repite cuando un conjunto de naciones se desplaza por todo el interior del país, haciendo una distribución de gasto que es una forma de distribución de ingresos de zonas con alto nivel económico otras que no lo tienen, fortaleciendo la red de servicio y provocando con ello la aparición de empresas que van a elevar el índice ocupacional. Por otra parte, la corriente turística nacional, evita en forma indirecta el viaje al exterior, evitando con ello la fuga de divisas y lográndose que el saldo nacional sea más positivo.

Además de que actúa como complementario y equilibradora los servicios turísticos son especial en las épocas de ausencia de la corriente turística extranjera.

Turismo Nacional Egresivo Es aquel viaje más allá de las fronteras por ende gastos que significa salida de divisas y que aparecen como renglón negativo de la balanza de pagos, puede ser fronterizo y al interior de otros países.

El turismo Egresivo de carácter fronterizo, es bastante fuerte es aquel que se traslada al otro lado de nuestras fronteras, en muchas ocasiones con el objeto de adquirir bienes de consumo ordinario, lo que puede ser evitado ofreciéndoles esos mismos productos de carácter nacional en forma adecuada.

El turismo nacional Egresivo al interior de otros países, no resultan de gran volumen, razón por la cual el saldo resulta aun favorable, de ahí que la preocupación de nuestras autoridades sea la intensificar el movimiento de la corriente turística interna. Hay que tomar en cuenta que son muchos los países turísticos que están realizando una fuerte e intensa campaña publicitaria en nuestro país, con objeto de atraerlo, y es factible que en el futuro ello aumente la corriente turística egresiva de manera considerable, fenómeno que podría ser contrarrestado con un mayor incremento de la corriente turística y mediante una adecuada promoción del turismo interno, con programas semejantes a los de:

"Visite México"
"Viajes nacionales todo pagado"
"Primera conozca México, etc..."^{33 62}

Con el objeto de retener en lo posible la corriente turística egresiva, y para que sus viajes los realice en el interior del país.

a) - Balanza de Pagos y Turismo.

Es difícil que un país tenga una economía cerrada, es decir que no lleven a cabo intercambios de mercancías y servicios con el exterior en su afán de allegarse recursos que permitan satisfacer las necesidades que le impone el crecimiento económico. Estas transacciones con el exterior se registran en un elemento contable denominado "balanza

^{33 62} Labastida Garza, Rene. La actividad turística en México. Ediciones: otra vez, Tlaxco, Gro. México, Páginas 37 - 38.

de pagos", donde se anota el valor monetario de las entradas y salidas de bienes y capitales, representadas en cuentas corrientes y de capitales¹⁴

La cuenta corriente la integran a su vez la balanza comercial y a la balanza de servicios. Esta última comprende a las llamadas exportaciones e importaciones invisibles, o sea aquellos mercaderías intangibles de servicios, donde destacan los conceptos de turismo interior y fronterizo

El tema de la balanza de pagos, y en particular el de la obtención de divisas, ha sido uno de los pretextos más usados para justificar la promoción del turismo internacional en los países dependientes, por lo que el caso de las empresas privadas del ramo, principales beneficiarias del recurso- ha servido, para afianzar políticas gubernamentales de promoción turística, créditos inversiones en infraestructura y servicios, etc

Rara vez, sin embargo, se olvide al turismo como un actividad de doble sentido. Es decir, aquella a través de la cual todo país emite y recibe, datos imprescindible para comprenderlo en su dimensión integral. No se trata ya de enfocarlo solamente los aspectos positivos y negativos presentes en cada una de sus áreas sino abordar su carácter dual como actividad importadora y exportadora a un mismo tiempo. En el primer caso, con la importación de flujos turísticos y en el segundo, mediante la exportación de los mismos. El saldo de esa relación es lo que permite tener una idea clara de la utilidad posible dejada en el país por dicha actividad

La balanza turística de México ha sido siempre positiva, el saldo resultante no aparece como un significativo, a menos no lo es tanto como lo quiere pintar las empresas privadas dedicadas a comercializar con el turismo receptivo.

Si en 1976 los viajes de mexicanos al exterior fueron de 1.9 millones de personas, en 1981- antes de las bruscas devaluaciones experimentadas con la moneda local durante 1982- alcanzaron un volumen de 3.8 millones. Asimismo, las salidas económicas por turismo Egresivo crecieron de 423 millones de dólares en 1976 a 1,571 millones en 1981.¹⁵

Finalmente, el porcentaje de los egresos en relación a los ingresos denuncia claramente esa tendencia al crecimiento: 46 por ciento en 1970, 55 por ciento en 1975, 61 por ciento en 1980 (tabla 1)

Siendo México el país más importante de la región en cuanto al aprovechamiento del turismo, las cifras y saldos referidos constituyen un claro indicativo de la sobrestimación con la que a veces se incurre al analizar el impacto de dicho recurso en la balanza de pagos. Un claro dato de que dicha actividad no ha crecido comparativamente en relación a la cuenta corriente de dicha balanza.

En la tabla 2 se observa que la participación del recurso en la cuenta corriente no ha sufrido modificación alguna desde hace 35 años, aunque se haya multiplicado por diez el volumen de los ingresos.

Por otra parte, el saldo obtenido a través de la relación ingresos - egresos tampoco puede considerarse como un ingreso neto, ya que del mismo deben deducirse las inversiones

¹⁴ Llanos Martínez Jame, Apuntes de la Materia de Relaciones Económicas Internacionales, 18-06-1992, ENEP - ARAGÓN.

¹⁵ SECTUR, Op. Cita, Documentos Básicos sobre Turismo, 1982, Páginas 73 - 74.

efectadas por los gobiernos y los sectores a cargo del recurso, sea para promoverlo o para facilitar su utilización: carreteras, transportes, comunicaciones, promoción, etc., es decir, que parte de las monedas extranjeras debe cubrir los costos de diversos rubros, como son:

Tabla 1.1. Ingresos, egresos, porcentaje de egresos en relación a Ingresos y saldo de turismo internacional en México, años 1970-1982.

Años	Ingresos en MDD.	Egresos en MMD	(%) Egresos en relación con los Ingresos	Saldo en MMD
1970	415.0	191.4	46	223.6
1971	461.0	201.6	43	260.1
1972	562.6	259.7	46	302.9
1973	724.2	303.0	42	421
1974	842.0	391.6	46	450.5
1975	800.1	445.8	55	354.3
1976	835.6	423.1	51	412.5
1977	866.5	396.1	46	470.5
1978	1,121.0	519.0	46	602.0
1979	1,443.3	692.0	48	750.5
1980	1,671.4	1,045.2	62	626.2
1981	1,759.6	1,571.1	89	188.5

Fuente: Secretaría de Turismo "Estadísticas básicas 1982" México.

Tabla 1.2. México: Participación Del Turismo En La Cuenta Corriente De La Balanza De Pagos, Años 1950-1983.

Años	Cuenta corriente	Ingresos Turístico	(%) de Participación
1950	994	111	11.2
1960	1,444	139	9.6
1970	3,255	415	12.7
1980	15,498	1,671	10.8

Fuente: "Estadística básica de la actividad turística" Secretaría de turismo, febrero, 1984 No. 1

- 1.- Programas de inversión de obras de infraestructura cuyo costo aparece como la carga más pesada que debe soportar el país ofertante del recurso.
- 2.- Importación de bienes y servicios para uso de los turistas (máquinas, automóviles, hotelería, etc.).
- 3.- Pagos a los agentes de viajes extranjeros, regalías, etc..

4 - Promoción y publicidad en el extranjero ³⁶ G)

h) - Producto Interno Bruto y el Turismo.

Desde el momento en que las corrientes turísticas alcanzaron la resonancia internacional requerida en todos los países, ha existido una constante preocupación por conocer y analizar sus repercusiones económicas y su significación en el conjunto de las economías nacionales.

Por su incidencia en los grandes agregados económicos de nuestro país y por la influencia creciente en las demás sectores y ramas de actividad económica, el sector turismo es uno de los más dinámicos en el contexto de la economía nacional.

Hay que mencionar que el ingreso turístico crece a un ritmo más rápido que el producto nacional bruto.

Considerando los datos existentes, dedicados a destacar el papel del turismo receptivo, se puede apreciar un panorama que, aunque parcial, puede dejar de serlo si se le enfoca a partir de lo antes expuesto. El primer término, los efectos económicos de los ingresos procedentes del turismo receptivo no pueden ser valorados de manera comparativa entre un país y otro -dada la diversidad de situaciones existentes- sino en relación al PNB de cada nación.

A manera de ejemplo, en México y en los países del Caribe continental los ingresos del turismo receptivo se encuentran por lo general en niveles que oscilan entre el 1 y el 3 por ciento anual de los respectivos PNB (en México es de aproximadamente el 3 por ciento) ³⁷ G)

En México su dependencia del turismo para ingreso de divisas, segunda fuente de exportación después del petróleo, se justifica mucho menos que en los países carentes de recursos. El potencial agrícola e industrial mexicano podría haberle permitido una diversificación de las exportaciones sin necesidad de que su economía quedase atrapada, en lo que a ingreso de divisas se refiere, por un recurso tan vulnerable como el turismo receptivo.

La debilidad de la estrategia económica, y particularmente turística de México, ha quedado en claro durante 1985 con motivo de las diferencias existentes entre la administración de Reagan y la política exterior mexicana en relación Centroamérica. Bastaron algunas compañías en E.E.UU. -que tienen más de 3,000 kms de fronteras compartidas con México-, sobre presunta inseguridad de las carreteras mexicanas, así como hipotecas falta de garantías a los turistas de la nación de norte para que el turismo se redujera drásticamente, afectando con ello una fuente vital de ingresos (recuérdese que el 90% de 30 al 50 por ciento en algunas islas Caribeñas. Las conclusiones a que ha llegado anteriores estudios de Banco Mundial, si bien se exponen en forma diferente, son generalmente análogas: según ellas, los ingresos netos de divisas en países subdesarrollados pueden ser de alrededor del 45 por ciento de los ingresos brutos. Si dichos ingresos son a su vez comparados con las exportaciones de bienes, podemos observar que ellos son particularmente destacados en algunos países de los que se poseen

³⁶ G) Arrillaga, José Ignacio de, El Turismo en la Economía, Madrid, Editorial, Selecciones Gráficas 1990 Páginas. 33-35

³⁷ G) Ibidem Páginas. 40-42.

datos, incluidos algunos como México, donde el porcentaje es mucho menor si se lo compara con PNB

c) .- El Turismo aumenta el nivel de empleo.

La actividad turística como otras actividades tiene peculiaridades muy significativas para llevar a cabo su proceso operativo, la más notable es la intensidad de mano de obra que requiere para su funcionamiento; de ahí que una de las más procuradas repetidamente del turismo en el marco socioeconómico de un país sea la generación de empleos.^{38 41}

Además de que el turismo es uno de los renglones que menos inversión requiere para la creación de empleos de comparación con otras ramas como lo son: petróleo, productos metálicos, electricidad, etc.

El turismo propicia un crecimiento equilibrado de las regiones que permite llevar a cabo cambios cualitativos necesarios para lograr que los beneficios del desarrollo económico lleguen a todos los mexicanos, ya que la actividad turística contribuye en gran medida al desarrollo de los sectores primarios, secundarios y terciarios de los sitios cercanos a los centros turísticos.

Este es un tema sin duda fundamentalmente si se observa el impacto del subdesarrollado en el deterioro de los ingresos y del empleo de la mayor parte de la población latinoamericana.

Para atender esta situación del turismo parece ser una receta favorable, ya que resulta menos costoso incorporar a los desocupados a la nueva actividad -se estima que hasta veinte veces menos- que hacerlo con el sector industrial clásico, que a su vez vive momentos de grave deterioro.

Las actividades de turismo demandan de uso intensivo de fuerza de trabajo debido al elevado número de servicios y a que los mismos no son susceptibles de automatización. Entre tales servicios se pueden contar los del sector de hotelería y alojamiento (hospedaje, comidas y bebidas), ventas al detalle (tiendas orientadas al turista), transportes (aéreos, marítimos, autos de alquiler), y gobierno (planificación y administración del turismo, aduanas, licencias, investigación). El turismo genera también empleos indirectos o secundarios en la construcción, la agricultura, la pesca, producción manufacturera, etc., contribuyen además a mantener la producción y el comercio de artesanías locales, o las actividades de tipo socio-cultural (folklore, recreación, deportes, etc.).

Los estudios sobre el empleo en el sector turístico muestran que, además de la creación de puestos de trabajo para mujeres, se han generado empleos para ciertos grupos sociales no especializados que tienen dificultades en encontrar actividades estables a causa de recesión económica como son, los grupos integrados por población juvenil o procedentes de las áreas rurales.

El volumen del empleo en el turismo parece depender, según la OMT, de la estructura de los servicios prestados, lo cual está condicionado a su vez por el volumen de los flujos turísticos y de la duración en el tiempo de disfrute del recurso. En zonas de gran densidad turística, todas las estructuras económicas y sociales evolucionan para adaptarse a los

^{38 41} Tronca Marquez, Miguel y Ramirez Blanco, Manuel, Servicios turísticos Editorial Diana, México 1991. Páginas: 57-58.

bienes y servicios ofrecidos con el fin de satisfacer la demanda creada por la población huésped¹²⁴

En la mayor región, México es el país con mayor número de personal dedicado a la actividad turística, habiendo incrementado en 1983 dicho número en relación al existente diez años atrás (tabla 1.3)

Se afirma que, términos generales, el turismo proporciona empleo a un sector de la fuerza de trabajo regional que asciende del 1 al 30 por ciento, según la amplitud de la base económica y la etapa de desarrollo turístico, sin embargo, la verdadera importancia del empleo generado no puede ser determinada en abstracto, antes bien, obliga a considerar la situación que vive cada país en relación con los niveles de desempleo y con las oportunidades alternativas de trabajo

Por otra parte, debe destacarse que la generación de empleo propiciada por el turismo tiene características muy distintas a las de otras actividades productivas o de servicios, pues éstas están marcadas por la temporalidad o estacionalidad de la oferta y de la demanda. Excepcionalmente en aquellos espacios donde la actividad pueda ser permanente - un ejemplo son las razones climatológicas la mayor parte del país posee características de estacionalidad turística, lo cual implica un considerable desnivel de la demanda de empleo entre las estaciones de auge y de reducido turismo. Aunque la variación correspondiente a la ocupación de fuerza de trabajo es menos marcada que la observable en los flujos turísticos, ésta cambia de un país a otro, así como su duración, acrecentándose al promedio del 25 por ciento del total empleado durante el período de auge. Los afectados son principalmente los que ganan menos y aquellos que tienen una calificación menor en su empleo. Y aun cuando en las naciones más industrializadas han aparecido legislaciones tendientes a impedir que la estacionalidad del turismo se refleje plenamente en los niveles de ocupación, éstas se desconocen en la mayoría de los países que más requieren de la generación de empleos.

Tabla 1.3 - Evolución Del Empleo Turístico En México, Años 1974-1983 (Miles)

PERSONAL EMPLEADO	1974	1976	1978	1980	1982	1983
TOTAL	1,197	1,369	1,424	1,570	1,622	1,655
DIRECTO	342	391	407	446	463	473
INDIRECTO	855	978	1,017	1,122	1,159	1,182

Fuente: Secretaría de Turismo, México "Estadísticas básicas de la actividad turística", No. 1, febrero, 1984.

Cabe agregar también que conforme la actividad turística se transnacionaliza la generación de empleo estable en hoteles, agencias de viajes, guías turísticas, etc., se va reduciendo a los sectores menos especializados y calificados. En la medida que los servicios se concentran, en el poder de decisión se afirma en los países emisores de los flujos turísticos, aquellos requieren cada vez menos de la participación de los países emisores del recurso; es lo que está ocurriendo de algún modo con los charter y con los cruceros marítimos, o lo que podría suceder con proyectos como el Hover Craft, destinados a introducir turistas desde gigantescos medios de transporte aéreo o marítimo con el correspondiente equipamiento de casas móviles y lo más necesario para el disfrute del recurso.

¹²⁴ A.G. La France "The Impact of Tourism", En *Annals of Tourism Research*, Vol. 3 Núm. 2 1979.

Pese a todo, no se puede negar que la actividad turística genera ingresos, faltaría precisar en cada circunstancia nacional si ese mismo tipo de ingresos no hubiese sido posible con el empleo de otro recurso tanto o más beneficioso que el turismo, o bien si dicho recurso actúa como verdadero redistribuidor de la renta nacional dentro del territorio del país para beneficio del conjunto de la población, incluidos los sectores sociales marginales y los espacios geográficos más relegados.

Tampoco se pone en duda el efecto de generación de fuentes de trabajo, sin embargo, también correspondería evaluar cuál es el costo que dicho logro implica en otras actividades económicas vitales para el desarrollo nacional como la producción agrícola y de alimentos, los proyectos industriales, etc.

De igual modo se hace obligatorio relacionar esos efectos cuantificables con otros que no lo son necesariamente, como los del tipo social, cultural o político, aparezcan ellos a corto, a mediano o a largo plazo.

El aumento del gasto turístico y su incidencia en el PNB o en la generación de empleo no constituyen nunca indicadores suficientes para medir el progreso socioeconómico, dada la interdependencia de los mismos con otro tipo de indicadores difíciles de cualificar y que son tan vitales como aquellos para confirmar el desarrollo real de un país, hecho que obliga a ampliar el número de criterios básicos y considerar las consecuencias sociales de la actividad turística, así como las nuevas responsabilidades que recaen sobre los Estados, cuando se trata de adoptar decisiones en materia de planificación turística.

Al analizar los efectos que se esperan de determinado tipo de ordenación turística, los planificadores no pueden limitar su análisis a los resultados previsibles de esa ordenación, señala un documento de la OMT y el PNUMA. Por ejemplo, tendrá que comparar las posibilidades que ofrece el desarrollo turístico con la de otras vías posibles de desarrollo. También deben definir objetivos específicos para cada zona de recepción turística, teniendo en cuenta tanto sus estructuras socioeconómicas como sus características geográficas y de decidir qué tipo de desarrollo se ajustará mejor a esos objetivos. Así, el criterio de las consecuencias económicas mensurables del desarrollo del turismo tendrá que subordinarse a las diferentes limitaciones sociales y económicas propias de la región.⁴⁰ ⁴¹

2.4 .- SECTORES Y ACTIVIDADES VINCULADAS AL TURISMO.

LOS FACTORES DEL TURISMO

En sociología, factor se define como un hecho, causa determinante o condición necesaria de un acontecimiento o cambio social. En consecuencia, por factor del turismo debemos entender:

El conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta, se relacionan necesariamente para conjugar el fenómeno turístico, proporcionándole su característica peculiar y específica.⁴¹ ⁴²

⁴⁰ ⁴² OMT/PNUMA, op. cit. Páginas. 80-82 Madrid, España 1979.

⁴¹ ⁴³ Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, "Curso General de Turismo", México 1964, pág. 100

Los factores del turismo como todos factores de los fenómenos sociales, constituyen una red de concatenaciones mutuas, de interacciones y relaciones reciprocas. Su aislamiento o separación, imposible en la realidad de la estructura social, económica, es recomendable y debe utilizarse sólo con fines de clasificación y estudio sistemático.

Los mencionados factores, en sus aspectos más generales, se han denominado indirectos y directos.

FACTORES INDIRECTOS

Los factores indirectos del turismo se caracteriza por las siguientes consideraciones sociológicas:

- a) - Constituyen la base económica, cultural e institucional de una comunidad nacional, regional o local.
- b) - Su desarrollo es condicional indispensable, necesaria y previa para el proceso de turismo.
- c) - Se relacionan, no obstante, en forma indirecta con el fenómeno turístico, porque procuran fundamentalmente la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades materiales y culturales de la población asentada en la comunidad (nacional, regional o local).
- d) - Su existencia puede por tanto considerarse independiente, según lo afirmamos en el punto anterior, al fenómeno turístico, especialmente si en una nación, región, o localidad, no se presentan los factores directos o se carece de una planeación integral.
- e) - No obstante, presueta la existencia de los factores directos del turismo, aún cuando no se realice planeación integral, o ésta sea suficiente desde el punto de vista científico y técnico, los factores indirectos sólo son independientes en forma relativa, porque todo aumento o disminución (cambio social) de la base económica, cultural o institucional de un grupo, repercute y modifica las condiciones estructurales y dinámica del turismo, así como los cambios del turismo influyen en la transformación de los grupos e instituciones.
- f) - Por último, el turismo es un fenómeno social que sólo puede existir real y objetivamente, por la relación necesaria entre los factores indirectos y directos.

FACTORES DIRECTOS

Los factores directos del turismo constituyen, una superestructura social cuya base son los factores indirectos. Se caracterizan por los aspectos que a continuación se mencionan:

- a) - Son esenciales para que pueda realizarse el fenómeno turístico. Su inexistencia produce ausencia institucional del turismo, a pesar de que una comunidad, como es de suponerse, incide los factores indirectos.
- b) - El desarrollo de los factores directos depende de la evolución de los factores indirectos.

- c) - El fenómeno del turismo se relaciona directamente con los factores directos. Los recursos, servicios y promoción turística, están en función de las necesidades e intereses de la corriente de turistas.
- d) - Los factores directos se relacionan en forma concomitante con los indirectos. Estos quieren decir que las modificaciones y cambios de unos factores influyen recíprocamente en la transformación de los otros.

CLASIFICACIÓN DE LOS FACTORES

Los factores indirectos y directos, se han considerado a su vez, como estructurales y dinámicos por sus características predominantes, aunque ambos constituyen estructuras en movimiento y que por tanto, a juicio de algunos, no cabría tal separación. Sin embargo, consideremos que los conceptos vertidos para cada uno, justificarán suficientemente esta clasificación metodológica.

Los factores indirectos 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 ésta 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, industriales conexas y servicios públicos, y por otra, institucional, es decir configurante de la conducta, integrada y organizada, mediante la que se ejerce un control social y se satisface deseos, intereses y necesidades del turismo.

El segundo aspecto mencionado como factor indirecto estructural, es el ambiente turístico, cuyos elementos componentes serán explicados con detenimiento y profundidad posteriormente.

Los factores indirectos dinámicos del turismo, pueden explicarse por la definición sociológica de dinámico que significa: **INTRODUCCIÓN DE UN FACTOR CONSIDERADO COMO AJENO O EXTRAÑO A UNA SITUACIÓN O CONDICIÓN SOCIAL, QUE REQUIERE DE UN NUEVO EQUILIBRIO, PORQUE MODIFICA O CAMBIA LAS ESTRUCTURAS DE LA SOCIEDAD.** Este factor novedoso, lo constituye la corriente turística potencial, mediata o inmediata, que tiene capacidad ineluctable para dar origen y génesis necesaria a los factores directos del turismo.

Los factores directos estructurales del turismo. Son 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, transportación, comercios, etc.); y la promoción institucional (pública y privada). Cada uno de los factores mencionados, están a función especial de la actividad turística.

Los factores directos dinámicos de turismo es el conjunto de personas (hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos) que realizan la actividad turística en un tiempo y espacio determinado, integrado un grupo social con características transitorias.

Para conocer el fenómeno turístico en sus aspectos sociológicos generales, se requieren la investigación social, de los factores indirectos y directos, con todos sus componentes y variables.

LOS FACTORES INDIRECTOS DEL TURISMO

Estos factores son como vientos, la base socioeconómica general sobre la que se sustenta el desarrollo de fenómeno turístico, condicionantes estructurales y dinámicos

2.4.1 - LOS FACTORES INDIRECTOS ESTRUCTURALES.⁴² ⁽¹⁾

Dentro de la estructura socioeconómica que constituyen estos factores, destacan aquellos que influyente en forma decisiva en el desarrollo de la actividad turística, han sido creados para satisfacer necesidades propias de la comunidad nacional regional o local. Ellos son las comunicaciones y transportes, las finanzas las industrias conexas y los servicios públicos y de urbanización generales.

a) - LAS COMUNICACIONES Y LOS TRANSPORTES

Es difícil concebir el surgimiento y desarrollo de la industria turística de un sitio determinado, sin una adecuada red de comunicaciones y transportes, que no ha sido creada en función de desplazamiento turístico a no ser excepcionalmente sino atención a necesidades de enlace geográfico, de intercambio económico y de integración social y cultural de los centros urbanos y comunidades rurales con un cierto nivel mínimo de población. Es decir, obedecen a la vida socioeconómica de la comunidad respectiva. No obstante la mejoría, incremento y modernización de este sistema, lo mismo que su limitación y abandono, repercuten en su caso, en el aprovechamiento favorable del fenómeno social de desplazamiento turístico.

Es muy importante señalar que, debido al enorme progreso científico y tecnológico en materia de infraestructura del transporte en general y en especial de los medios aéreos a la movilización de persona, en acceso a los lugares turísticos ha experimentado una notable transformación y hoy día se basa más en el costo que en la distancia a cubrir. Aspecto este último, que antes de las aplicaciones técnicas de la ciencia moderna, constituía una ley cuya vigencia plena imposibilitaba el desplazamiento de grupo numerosos de población entre puntos relativamente distantes del globo terráqueo.

Dentro del aspecto hoy preponderante del costo, la calidad representa un factor importante, especialmente en lo que se refiere a determinados requisitos, tales como puntualidad, frecuencia, regularidad, comodidad y velocidad. La puntualidad, la frecuencia y la regularidad son indispensables y debe ser inseparables.

En los desplazamientos a grandes distancias lo que más interesa es la velocidad y la comodidad, mientras que en las conexiones cortas, es la frecuencia lo más apreciado. Ambos dentro de un presupuesto de seguridad.

⁴² ⁽¹⁾ Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo" México 1974. Pág. 119.

b) .- SISTEMA FINANCIERO

Como todo factor indirecto el sistema financiero incluye de manera indirecta en el desarrollo turístico, aunque no deje de cooperar favorablemente en él, mediante la realización de funciones crediticias para el surgimiento y operación de nuevos servicios turísticos así como la facilitación de las operaciones cambiarias (de moneda) y en resguardo de fondos en todos los centros turísticos. No obstante todo ello, los mecanismos financieros están orientados conforme al movimiento económico general que se lleve a cabo en la localidad, región o nación.

c) .- INDUSTRIAS CONEXAS

La economía de una comunidad tiene para la propia satisfacción de sus necesidades, de casa sustento y comida, una diversidad de actividades que contribuyen en forma directa o indirecta de el desarrollo turístico de la propia comunidad, al proporcionar los medios, instrumentos y materias primas necesarias para la creación, funcionamiento y buen servicio de los establecimientos turísticos. Tal es el caso, entre otros muchos, de la industria de la construcción, la mueblera, de decoración, alimenticia, vitivinícola, loza, sábanas y mantelería, enchillería, cristalería, maquinaria diversa y hasta actividades educativas para prestar con conocimiento un mejor servicio; actividades todas ellas que no obedecen únicamente a causas provenientes del turismo.

d) .- SERVICIOS PÚBLICOS GENERALES

Al igual que los demás factores y en su medida respectiva, los servicios urbanos (agua, drenaje, pavimentación, electricidad, bosques, parques y jardines, etc.) y de la organización de la comunidad (servicios administrativos, de auxilio y protección jurídica y de salubridad y asistencia, etc.) no han sido creados en función de la industria turística, pero ésta se sirve de su creación perfeccionamiento y desarrollo. Su implantación corre casi siempre a cargo el sector público, aunque en ocasiones el sector privado representativo de la Industria Turística se ve requerido o contribuir a su creación.

A los fines didácticos y para el conveniente y preciso manejo de la terminología turística común en el medio, debe señalarse que los servicios urbanos y el sistema de vías de conexión, incluidas las terminales aéreas, marítimas y terrestres, constituyen de las llamadas infraestructuras turísticas.

e) .- AMBIENTE TURÍSTICO

El ambiente turístico es un factor que a diferencia de los anteriores, es esencialmente subjetivo, por cuanto depende en relación directa de la formación individual y social de la comunidad receptora, a través del tiempo.

Se entiende por ambiente turístico el clima especial de seguridad tranquilidad, amabilidad y cordial hospitalidad que ofrece un lugar, zonas o región determinada y que

se traduce en un conjunto de actividades y comportamiento personales y colectivos del sector público y privado, referidos a la favorable recepción de las corrientes turísticas.¹³ 14

Se aprecia que este factor representa un comportamiento humano, determinado en gran medida por la idiosincrasia de cada pueblo, misma en que opinión sociológicas autorizada se aprecia de difícil alteración en sus aspectos básicos. No obstante que las relaciones que trae consigo el turismo. Consideradas a partir de las repercusiones culturales tanto al turismo individual como del afluente masivo sobre las comunidades sociales que visitan, derivan en un fenómeno denominado de "aculturación" que entra en contacto para producir en ocasiones una tercera resultante de ambas.

Por lo anterior y para que el clima o ambiente turístico sea posible, aún en lugares de distintas costumbres sociales, se requiere que éste se base en la "conciencia turística", entendida como "la comprensión que la comunidad receptora tenga de los beneficios que le derivan del aprovechamiento económico del fenómeno del desplazamiento turístico".

Por consiguiente el positivo clima humano de recepción al turista debe lograrse a tres diferentes niveles: el técnico, el oficial y el social.

EL TÉCNICO - Es la actividad favorable que tiene todo prestador de servicios turísticos para el manejo y recepción del viajero, ya que son los servidores turísticos los que en gran número de ocasiones configuran en el viajero la imagen de la zona turística o de un país en su conjunto. Ejemplo. En casi todos los países hay sanciones oficiales para el cumplimiento de servicios turísticos contratados.

EL OFICIAL - Es la actividad favorable de las autoridades gubernamentales y demás sectores del servicio pública, hacia el desplazamiento turístico. Este ambiente procura la simplificación de los trámites migratorios o aduanales, la seguridad de que gozan los turistas en su persona y en sus bienes, la calidad de los servicios públicos generales (salubridad, asistencia, alumbrado, agua, drenaje, etc.) y los que se prestan propiamente al turista (informativos, preventivos, de auxilio, etc.) Ejemplo. La adaptación casi internacional de "0" en los teléfonos para auxilio e información.

EL SOCIAL - Es la actividad favorable que la comunidad social en general, brinda al turista para que éste satisfaga en convivencia social el propósito de viaje. Su logro puede alcanzarse conjugando los dos siguientes aspectos.

- a) - El grado de conciencia turística de la comunidad receptora, en cuanto sea ésta abierta o cerrada a relacionarse con personas procedentes de otras áreas geográficas y de actitudes y costumbres diferentes. A este respecto destaca el uso en ciertos países de las llamadas cartillas turísticas para crear y fomentar la corriente turística.
- b) - La adopción de medidas y la realización de campañas adecuadamente orientadas que ayuden a respetar y adecuar costumbres no autóctonas. Ejemplo: Los restaurantes franceses tienen los menús en dos idiomas y los horarios han sido modificados para adaptarlos a las costumbres sajonas.

¹³ ¹⁴ Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, Apuntes para el curso de "Introducción al Estudio del Turismo, México, 1974, Pág. 127

2.4.2. - EL FACTOR INDIRECTO DINÁMICO

f) - LA CORRIENTE TURÍSTICA POTENCIAL.

La corriente turística potencial, constituye un factor dinámico por su capacidad de generar factores directos al introducir nuevas condiciones y situaciones, en el fenómeno turístico.

La corriente turística potencial surge gracias a un determinado nivel de desarrollo socioeconómico en el lugar donde se origina, haciendo posible que un número determinado de personas puedan disponer de los medios económicos y de tiempo necesaria para viajar.^{14 15}

La corriente turística, elemento esencial para el surgimiento y desarrollo del turismo, puede concebirse en su forma potencial como el conjunto de personas que tiene una actitud de disposición para realizar un viaje.

Esta corriente turística potencial influye de manera decisiva en desarrollo de la actividad turística, según que las personas que la forman tengan el hábito o deseo de viajar y conozcan en parte el lugar a visitar (corriente turística inmediata). O si por el contrario no han roto la estructura de su actividad cotidiana y movilidad interna y que teniendo las condiciones necesarias para viajar es preciso influir en ellas para estimular su disposición al desplazamiento (corriente turística mediata).

La llamada Ley de la distancia está siempre presente en la posibilidad de convertir la corriente turística mediata en inmediata y a su vez ésta en efectiva, pero su importancia como limitante de un viaje depende de las vías y medios de comunicación que se utilice, velocidad y confort, y por tanto del costo - distancia.

g) - LOS RECURSOS TURÍSTICOS

En un sentido amplio, recurso turístico es aquel elemento natural, objeto, media o bien, susceptible de satisfacer ciertas necesidades, a través de su consumo, al cual el ingenio humano le da la aplicabilidad de función según sea el ámbito de satisfacción deseado.

Por lo tanto, aquellos elementos que se denominan como recursos turísticos serán los que motivan la ejecución de un viaje realizado por razones de utilización del tiempo libre.

Las anteriores permiten enunciar una definición aproximada de recursos turísticos.

LOS RECURSOS TURÍSTICOS SON AQUELLOS ELEMENTOS NATURALES, OBJETOS CULTURALES O HECHOS SOCIALES QUE MEDIANTE UNA ADECUADA Y RACIONADA ACTIVIDAD HUMANA PUEDE SER UTILIZADOS COMO CAUSA SUFICIENTE PARA MOTIVAR EL DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO.

Cabe recordar que los recursos son fenómenos vivientes que expanden y se contraen de acuerdo con el esfuerzo y comportamiento que el hombre ejerce sobre ellos, de ahí que su

^{14 15} Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas "Curso General de Turismo" México 1964. Pág. 112

adecuado estudio y manejo tienen una gran significación en las tareas de promoción y planeación turística, dada que su tipo, calidad, cantidad y aprovechamiento, son los que determinan la clase de servicios y de corrientes turísticas que los utiliza.^{15 16}

La definición anterior nos permite establecer una clasificación general de recursos turísticos en:^{15 16}

- 1 - Naturales
- 2 - Socio - culturales

h) .- GRADO DE APROVECHAMIENTO

Sobre la base del inventario y clasificación de los recursos turísticos, procede la determinación del grado y posibilidades de aprovechamiento de cada uno de ellos como una necesidad para establecer, operar y promover tanto los recursos como servicios turísticos; y por ende, para el mejor desarrollo de la actividad turística.

i) .- VALORACIÓN TURÍSTICA DE LOS RECURSOS

Igualmente es necesario cuando se trata de recursos de la misma índole, fijar una valoración convencional, que permita establecer una comparación acerca de su calidad turística.

j) .- JERARQUIZACIÓN PARA EFECTOS DE OFERTA

La jerarquización de los recursos turísticos deben hacerse con base en las preferencias y categorías turísticas manifestadas por las corrientes turísticas reales y potenciales.

Quizá una de las cosas más difíciles, pero más necesarias, es establecer a través del anterior análisis, los criterios directivos para el adecuado manejo de los recursos turísticos en el proceso de oferta demanda, esto es, señalar con base en qué recursos o tipo de recursos, se piensa promover el desencadenamiento de corrientes turísticas, con probabilidades de éxito. Como ya se indicaba anteriormente, no basta con saber que el recurso natural o socio - cultural, tiene una calidad turística extraordinaria, sino que deben además tomarse en cuenta las condiciones, actitudes e intereses de la corriente turística potencial y real, donde se piensa promover dicho recurso. En otras palabras, el recurso turístico es materia prima de una oferta que se ofrece como excitante del viaje. Por ello, la acertada jerarquización de los mismos, servirá de base para organizar la promoción turística en forma técnica, sistemática e institucional.

^{15 16} Erlich Zimmermann. "Recursos de Industrias del Mundo". Fondo de Cultura Económica México 1957. Pág. 7

^{16 17} Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo". México 1974. Pág. 130.

k) .- LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Dentro de los aspectos que presenta el turístico moderno, destaca muy especialmente el referente a los servicios turísticos. Esta afirmación tiene su fundamento en los estudios comparativos que se han realizado entre los diversos factores o elementos que constituyen el complejo socioeconómico al que hemos denominado turismo.

Procede ahora hacer un análisis tanto general como específico de tales servicios en cuanto cuentan con sus respectivos campos de acción, motivaciones, mecanismos operativos y objetivos propios dentro del fenómeno turístico en general.

ORIGEN AL ESTABLECIMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

El turista es ante todo un ser humano y por lo tanto está sujeto a las necesidades de la casa, vestido y sustento, satisfacción de necesidades vitales que es un medio distinto, generalmente extraño a aquel en que transcurre habitualmente su existencia. Esta circunstancia, constituye el inicio de un proceso que da origen a la aparición de una estructura de servicios turísticos. Cabe señalar, que las etapas de dicho proceso corresponde a una presentación práctica de análisis teórico, que permite una mejor comprensión del problema, de acuerdo a una secuencia lógica y no temporal que puede ser enumerada como siguiente:^{47 48}

1a. ETAPA: PRESENCIA DE LA CORRIENTE TURÍSTICA

Es lógico pensar que la existencia de los servicios turísticos exige la presencia efectiva de un grupo numeroso de turistas, demandantes de múltiples satisfactores para sus necesidades primarias y secundarias.

2a. ETAPA: EXISTENCIA DE NECESIDADES ESPECÍFICAS

Las características socioeconómicas de ese grupo numeroso de turistas, derivan de una compensación particular del mercado que plantea necesidades específicas de satisfacción.

3a. ETAPA: RESPUESTA DE LA COMUNIDAD RECEPTORA

La comprensión de los beneficios socioeconómicos, producto de la presencia de la corriente turística, induce a la comunidad receptora a crear actividades que atiendan en forma eficaz e inmediata las demandas de dicha corriente.

4a. ETAPA: CONFIGURACIÓN DE UNA RED ESTRUCTURADA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

La presencia de la corriente turística su composición socioeconómica y la respuesta activa de la comunidad receptora, permiten la configuración de la red estructura de servicios turísticos en un determinado espacio geográfico. Esta red integrará un grupo de empresas que por su funcionamiento constituyen la estructuras económicas de la

^{47 48} Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo". México 1974. Pág. 139.

industria turística a diferencia de sus instalaciones que representan las estructuras físicas.

De las etapas indicadas, se desprende que en la red de servicios turísticos opera como una estructura organizada, permanente y especializada de servicios al turista que puede definirse como

EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES, PERFECTAMENTE DIFERENCIADAS ENTRE SI, PERO ÍNTIMAMENTE RELACIONADAS QUE FUNCIONAN EN FORMA ARMÓNICA Y COORDINADA CON EL OBJETO DE RESPONDER A LAS EXIGENCIAS DE SERVICIO PLANTEADAS POR LA COMPOSICIÓN SOCIOECONÓMICA DE UNA DETERMINADA CORRIENTE TURÍSTICA

En consecuencia por servicio turístico entenderemos

TODA ACTIVIDAD REALIZADA POR UNA PERSONA FÍSICA O MORAL, PÚBLICA O PRIVADA TENDIENTE A SATISFACER NECESIDADES ESPECÍFICAS DIRECTAMENTE PLANTEADAS POR EL DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO

La clasificación de los servicios turísticos puede hacerse con un arreglo a distintos criterios, que comprenda tanto a los servicios turísticos básicos (alojamiento y alimentación, agencias intermediarias del desplazamiento turístico y transportación de pasajeros), como a otros complementarios que se apreciarán posteriormente. Para los fines del curso se pretenderá abarcar a todas las actividades que proporcionan un servicio directo al turista y cuya importancia para la industria turística depende de la asociación que tenga con ella.

Los servicios turísticos así comprendidos, pueden clasificarse de acuerdo a ciertas características comunes para su obtención, en dos grandes grupos:

- 1 - Servicios turísticos generales
- 2 - Servicios turísticos específicos.

LOS SERVICIOS TURÍSTICOS GENERALES:

Son todos aquellos servicios que se ofrecen en forma gratuita al turista por el simple hecho de serlo y los proporciona tanto al sector público como el sector privado y en algunos casos en forma conjunta.

A manera enumerativa y no limitativa, se puede señalar como servicios turísticos generales a los siguientes:

- a) - Las Oficinas de información turística públicas y privadas, localizadas en el propio país o en el extranjero.
- b) - Las Oficinas o Centros de Convenciones, que son privados, oficiales o mixtos. Estos promueven la reuniones masivas de turistas de negocios y facilitan los lugares y medios apropiados.
- c) - El servicio exterior, diplomático o consular, cuya actuación es muy importante, sobre todo cuando existe una política turística orientada hacia el fomento de las corrientes turísticas potenciales.

- d) - El servicio de tramitación aduanal, y migratorio que en razón de su mayor simplificación, facilitan la internación del turista en general y de los objetos u enseres necesarios para un mejor disfrute de su estancia
- e) - Los servicios en los aeropuertos, puertos marítimos y en las terminales de autobús y ferrocarril, que hacen más placentera la estancia temporal del turista: salas de estar, bares, restaurantes, bancos, tiendas duty free, etc.
- f) - La radio patrullas de auxilio turístico, las señales en las carreteras y los mapas-guías en las mismas que facilitan el desplazamiento del turista en automóvil
- g) - Los policías políglotas, de gran auxilio para el turista al facilitar y gozar su movimiento en una ciudad especialmente cuando son diversas las nacionalidades de la corriente turística
- h) - Los guías oficiales que en recintos culturales y sociales de acceso público, transmiten valiosas informaciones al turista
- i) - Los espectáculos y eventos artísticos y deportivos que las autoridades gubernamentales o empresas privadas ofrecen gratuitamente en forma eventual o periódica, en los centros públicos de reunión parques, ferias y exposiciones.
- j) - La publicidad impresa y documental que recibe gratuitamente el turista sobre atractivos y servicios turísticos de una localidad, región o nación.

LOS SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS:⁴⁸ ⁴⁹

Son los que proporciona generalmente el sector privado o aquellos turistas que reúnen ciertos requisitos, entre los que prevalece, la capacidad de corresponder a la prestación con una remuneración económica. Las empresas que proporcionan estos servicios son las de alojamiento y alimentación, agencias de viajes, guías de turistas, transporte especializado, recreación, comercios especializados y otros complementarios provenientes de la rama bancaria, financiera y de seguro, etc.

EL SERVICIO DE HOSPEDAJE

El servicio de hospedaje le satisface al turista una necesidad básica. Por el grado de asociación que tiene con el desplazamiento turístico se le considera como una unidad de servicio esencialmente turística.

Los establecimientos primarios que prestaban estos servicios (mesones, posadas o fondas), se han ido transformando frente a las exigencias cuantitativas y cualitativas que la corriente turística les ha impuesto

- 1.- La de ofrecer facilidades ad-hoc mínimas para albergar viajeros en forma temporal
- 2.- La de ofrecer al turista no solo un sitio para alojarse si no recibirlo y atenderlo como huésped. Condición ésta, que contempla la existencia de una organización tanto más compleja cuanto más variable sean las necesidades que el turista requiere satisfacer y más técnica y especializada en la medida que demanda una mayor

⁴⁸ ⁴⁹ Instituto Mexicano de Investigaciones TURÍSTICAS " Apuntes para el Curso de Introducción de Turismo" México 1974. Pág. 141.

eficiencia y refinamiento en el servicio. De ahí que sean los servicios de hospedaje, en especial los hoteles, los que concentran una gama de servicios complementarios al cuarto, dentro de la misma estructura física de operación.

2.4.3 .- FUERZA DEL TURISMO

La fuerza del turismo se ve reflejada en el beneficio económico que tiene sobre el lugar visitado, es que incrementa las entradas de divisas y el crecimiento.

A través de los siguientes elementos:

- a) - **Generación de Empleos:** Aunque la industria requiera de fuertes inversiones en superinfraestructura, una vez que esté en operación también proporciona empleos para un elevado número de obreros semiespecializados. En una industria intensiva de alta mano de obra y por tanto es un medio eficiente de generar empleos.
- b) - **Estimula la inversión:** La industria turística tiene una estructura única. Se caracteriza por ser un conjunto formado por un elevado número de unidades muy pequeñas, que cubren una variedad de diferentes servicios: pequeños restaurantes, hoteles, casas de huéspedes, Lavanderías, galerías de arte, artesanías y otras. Por tanto, las inversiones que realiza el gobierno en infraestructura y a veces en superestructura costosa estimula la inversión de muchos negocios más pequeños. Debido al tamaño de éstos, las necesidades de capital son relativamente pocas y la inversión generalmente avanza a un ritmo rápido. A este respecto, los gobiernos también consideran al turismo en términos bastante favorables. La inversión inicial en turismo trae consigo una fuerte inversión en las industrias terciarias y de asistencia.
- c) - **Como un Medio de Redistribución de la Riqueza:** Esto está muy relacionado con el efecto de los ingresos (que trató en una sección anterior). Cuando un turista obtiene ingresos en un lugar, los gastos en otros para propósitos de viaje, ha tenido lugar una distribución de la riqueza. Los ingresos "escapan" de lugar de origen y se "inyectan" en el lugar de destino.

Por medio del turismo, la transferencia se lleva a cabo de una manera bastante conveniente. El turista se beneficia por su experiencia de viaje y puede obtener un conocimiento de primera en cultura y los problemas de la población visitada. Esta última, por otra parte, se siente más satisfecha con tal transferencia, ya que no se trata de una limosna, ha compartido sus recursos culturales y de otros tipos con el turista. Por tanto, la transferencia se realiza de manera conveniente, armónica, y benéfica para ambas partes.

El turismo beneficia a gran parte de la población anfitriona ya que como se menciona anteriormente, el turismo se caracteriza por la existencia de un elevado número de comercios muy pequeños que asisten y auxilian a la industria. Cuando el turismo florece, sucede lo mismo con esas empresas pequeñas. Los ingresos por turismo se filtran rápidamente hasta una parte de la población, de modo que toda la comunidad comparta los beneficios del turismo. El diagrama siguiente, basado en un ejemplo hipotético, ilustra con exactitud la rapidez con la cual los ingresos por turismo se diseminan por toda la economía, y la diversidad de los comercios que se benefician del mismo. Como lo indica la figura 12 el dólar turístico lo comparten más de setenta tipos perceptibles de empresas, en sólo dos vueltas de los gastos que se hacen.

LOS VISITANTES HACEN GASTOS EN	LA INDUSTRIA TURISTICA GASTA EN	BENEFICIARIOS FINALES:
	CONTADORES PUBLICIDAD RELACIONES PUBLICAS TIENDAS DE APARATOS ELECTRICOS ARQUITECTOS	
ALOJAMIENTO FABRICANTES DE OBJETOS ARTISTICOS, ARTESANALES SUELDOS Y SALARIOS AGENCIAS DE AUTOMOVILES PROPINAS, GRATIFICACIONES, PANADEROS BANCOS ALIMENTOS	AROGADOS	
BENEFICIENCIAS FARMACIAS BEBIDAS	ACCESORIOS DE PLAYA IMPUESTOS POR NOMINA DE PAGOS COMISIONES	CARNICEROS CARPINTEROS CAJERAS
CONTRATISTAS COCHEROS ENTRETENIMIENTO	MUSICA Y ENTRETENIMIENTO GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES	DEPENDIENTES ALMACENES DE ROPA
DENTISTAS ALMACENES DE DESCUENTO	SERVICIOS LEGALES Y PROFESIONALES	CLUBES ORGANIZACION CULTURAL
ELECTRICISTAS ROPA ETC.	COMPRA DE ALIMENTOS BEBIDAS ETC.	DOCTORES TINTORERIAS
PESCADORES AGENCIAS DE TRANSPORTE DE MERCANCIA	COMPRA DE ARTICULOS PARA VENTA	INGENIEROS GRANJEROS
REGALOS Y RECUERDOS TIENDAS DE REGALOS GOBIERNO	COMPRA DE MATERIALES Y SUMINISTROS	REPARACION DE AUTOMOVILES
SALUBRIDAD	REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	GOBIERNO
FOTOGRAFIA, DESARROLLO Y OTRAS ALMACENES DE MUEBLES	ANUNCIOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD SERVICIOS ELECTRICIDAD, GAS, AGUA, ETC. TRANSPORTE	EDUCACION CARRETERAS Y VIAS FERREAS TIENDAS DE ABARROTES
IMPORTADORES		AGENCIAS ASEGURADORAS ARRENDADORAS

CUIDADO PERSONAL MEDICINA Y COSMÉTICOS LICENCIAS AGENTES INDUSTRIALES PRIMAS DE SEGURO SALAS CINEMATOGRAFICAS PERIÓDICOS, RADIO ETC., TRANSPORTE INTERNO	GERENTES	LAVANDERÍAS
INTERESES Y PAGOS PRINCIPALES POR PRÉSTAMO DE FONDO IMPRESORES, PINTORES DE CARTELES EXCURSIONISTAS Y RECORRIDOS	ALQUILER DE INSTALACIONES Y EQUIPOS PINTORES Y GANADEROS	CLUBES NOCTURNOS, EQUIPOS DE OFICINA
INMUEBLES Y LUGARES DE TEMPORADA	IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	GASOLINERAS, PLOMEROS, PORTEROS
DIVERSOS	RESTITUCIÓN DE ACTIVO FIJO	EDITORES, CORREDORES Y URBANIZADORES DE BIENES E INMUEBLES, RESTAURANTES
	UTILIDADES A LOS INVERSIONISTAS	RECAMARAS EVENTOS DEPORTIVOS ACCIONISTAS TRANSPORTES AGENTES DE VIAJES TAXIS SERVICIOS DE ALQUILER DE AUTOMÓVILES SINDICATOS ESTABLECIMIENTOS DE VENTAS DE MAYOREO

Fuente: Harris, Kerr, Forster &, Belt Collins & Associates, 1970, Página 129.

Es importante mencionar que el turismo incrementa los ingresos públicos; debido a que los turistas deben pagar impuestos al igual que muchas otras personas. Como provienen de otras regiones o países, sus gastos representan una mayor base de impuestos para el gobierno anfitrión. Aparte de los impuestos por ventas, los turistas a veces pagan impuestos en forma menos directa. Los impuestos de los aeropuertos, las cuotas de salida, los derechos de aduana, y las cantidades que se cobran por otorgar visas son unos cuantos ejemplos de los métodos que se usan para gravarlos a los turistas. La conveniencia de imponer esos impuestos especiales es para ponerse en duda, ya que sólo sirve para reducir la demanda. En algunas naciones la tarifa de hoteles puede ser distinta para los turistas (por lo general más alta) que por los residentes. Esta es una práctica incorrecta, ya que hace sentir al turista que lo han engañado.

Aparte de estos casos especiales, los impuestos que se recaban de los turistas y de los residentes se incrementan debido a los gastos turísticos.

Tomando como referencia lo expresado en el presente capítulo podemos concluir que, el Turismo, como fuente de captación de divisas y de crecimiento, muestra sus

peculiaridades al insertarse en los países en vías de desarrollo, pues los subdesarrollados se encuentran frente a una realidad en el cual el mercado turístico, con sus componentes de oferta y demanda, está estructurado y activado por grandes corporaciones que se benefician de la eficacia y las técnicas en materia de definición y promoción del producto turístico.⁴⁹ 42

Por todo ello, los núcleos receptores se encuentran en una situación de dependencia relativa, y compiten entre sí por los mercados cautivos. De ahí que, ante los imperativos del mercado internacional turístico, las autoridades nacionales se vean relapsos muchas veces a un segundo plano y sus decisiones sobre materia turística sean limitadas e insuficientes para lograr un desarrollo cuyos efectos alcancen amplios sectores de la población, y no solo a un sector favorecido. Un claro ejemplo de la aserción anterior la da Marie Françoise Laufant, al afirmar:

Las causas del incremento del turismo internacional casi siempre adjudicadas a la reducción en los costos de las tarifas aéreas, a descuento de los turistas de visitar otros países y a las políticas e incentivos de los países anfitriones. Empero, casi nunca se toma en consideración el papel de las organizaciones involucradas dentro de la promoción turística internacional, a las que les atañe el desarrollo del turismo mundial. De tal manera, el fracaso o triunfo de una determinada política turística es vista como el resultado de decisiones nacionales únicamente.⁵⁰ 42

Al igual que no todo lo que brilla es oro, según Rosario Molinero, la industria turística no debe visualizarse como la panacea económica, pues esta actividad obtiene sus beneficios del juego de disparidades económicas entre los países. No obstante, la llamada "industria de la hospitalidad" se puede considerar como un complemento de la economía, dado que es fuente generadora de divisas y empleos, así como articuladoras de otras ramas de la economía, en especial del sector servicios.⁵¹ 42

El análisis minucioso del funcionamiento y mecanismo del sistema turístico internacional y sus efectos económicos en una nación deberá ser un objeto inmediato. Por ello, el Banco Mundial y la UNESCO señalan la necesidad de que los países en vías de desarrollo adquieran experiencia del conocimiento turístico y tratan de poner en marcha planes globales para el sector turístico. En efecto, el turismo ha dado a los países de mediano y bajo desarrollo -como a México en un pasado no lejano- mayor capacidad de importación que la otorga simplemente por las divisas por concepto de exportación de petróleo y mercancía.⁵² 42

La participación de México en el turismo internacional es, en turistas (promedio): de 1970 a 1975: 1.48%, de 1976 a 1980: 1.42%. En ingresos (promedio): de 1970 a 1975: 2.33%; de 1976 a 1980: 1.76%. Fuente: Banamex, op. cit., 109.

⁴⁹ 42 Rosario Molinero Molinero, Mitos y Realidades del Turismo en México, El Colegio de México, tesis para obtener la Licenciatura en Relaciones Internacionales, 1967-1981, Pág. 6

⁵⁰ 42 Ibidem, Pág. 7

⁵¹ 42 Ibidem, Pág. 8

⁵² 42 Mario Ojeda, Alcances y Limitaciones de la política Exterior de México Pág. 91.

Principales Variables Económicas Generadoras De Divisas:

ACTIVIDADES EN PORCENTAJES	1970	1973	1975	1977	1980
MAQUILADORAS	3.0	6.3	7.5	6.6	3.7
PRODUCTOS AGROPECUARIOS	23.5	20.5	14.8	16.6	7.4
PETRÓLEO Y DERIVADOS	1.4	0.4	7.2	12.6	47.2
MANUFACTURAS	16.8	21.7	25.3	26.9	16.2
TURISMO	15.7	16.4	33.3	11.0	8.2
TRANSACCIONES FRONTERIZAS	39.6	34.7	31.9	26.3	17.5
TOTAL:	100	100	100	100	100

p = preliminar

Fuente. Elaborado con datos de Banamex, op. cita., Pág. 108

CAPITULO III

POLÍTICA TURÍSTICA DE MÉXICO

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un crecimiento constante en México, convirtiéndose en uno de los sectores más dinámicos de la economía. Este crecimiento se debe a una serie de factores, entre los que destacan el aumento del poder adquisitivo de la población, el desarrollo de la infraestructura turística y la promoción de destinos atractivos.

En el contexto de la política turística de México, es fundamental considerar los aspectos económicos, sociales y culturales que influyen en el desarrollo del sector. La política turística debe estar orientada a promover el turismo sostenible, que genere beneficios económicos para el país, mejore la calidad de vida de la población y preserve el patrimonio cultural y natural.

Una de las principales estrategias de la política turística de México es la promoción de destinos turísticos que ofrezcan experiencias únicas y auténticas. Esto implica fomentar el turismo cultural, el turismo de naturaleza y el turismo de negocios, entre otros. Además, es importante fortalecer la infraestructura turística, incluyendo el transporte, el alojamiento y los servicios turísticos, para mejorar la experiencia del turista.

En conclusión, la política turística de México debe estar basada en un enfoque integral que considere los aspectos económicos, sociales y culturales. A través de la promoción de destinos atractivos y el fortalecimiento de la infraestructura turística, se puede impulsar el crecimiento del sector turístico y contribuir al desarrollo económico del país.

CAPITULO III.

POLÍTICA TURÍSTICA DE MÉXICO

México posee vocación turística bien definida en razón de los factores geográficos, condiciones geopolíticas y patrimonio cultural atractivos. Su territorio se encuentra en el hemisferio septentrional, área en la que se concentra la mayor parte de la población mundial y que aloja la más alta densidad demográfica y la mayoría de los países industrializados.

La ubicación de México en la porción Norte del Continente Americano determina su carácter de enlace físico, político, económico y cultural entre América del Norte, Centro y Sudamérica.

El hecho de tener costas en el océano Atlántico, en el mar Caribe y océano Pacífico, le concede valor estratégico de primer orden, en especial a la zona sur del territorio con el estrechamiento istmico de Tehuantepec.

La localización ventajosa del país en el Continente se expresa en la posición aquí distante de varios puntos geográficos de singular importancia económica y política como son las distancias (cerca de 3,500 Km.), a San Francisco, Nueva York, Winnipeg, Caracas, Bogotá y Quito.

En su extensa frontera norte, México colinda con Estados Unidos, país que concentra el mayor mercado de demanda turística del mundo.

Las condiciones que favorecen la estabilidad general de los climas en México, proceden de la ubicación del territorio entre las zonas templadas y cálidas; de la irregularidad de su topografía; de la disposición variada de las tierras referentes a los vientos dominantes y de la abundancia o escasez de lluvia. "Un régimen térmico de esta naturaleza más los 10,143 Km. de litorales determinan que México disponga de gran número de playas con agua tibia durante todo el año. Esa cifra es de 11,500 Km. aproximadamente si se incluyen los litorales de las islas."⁶³

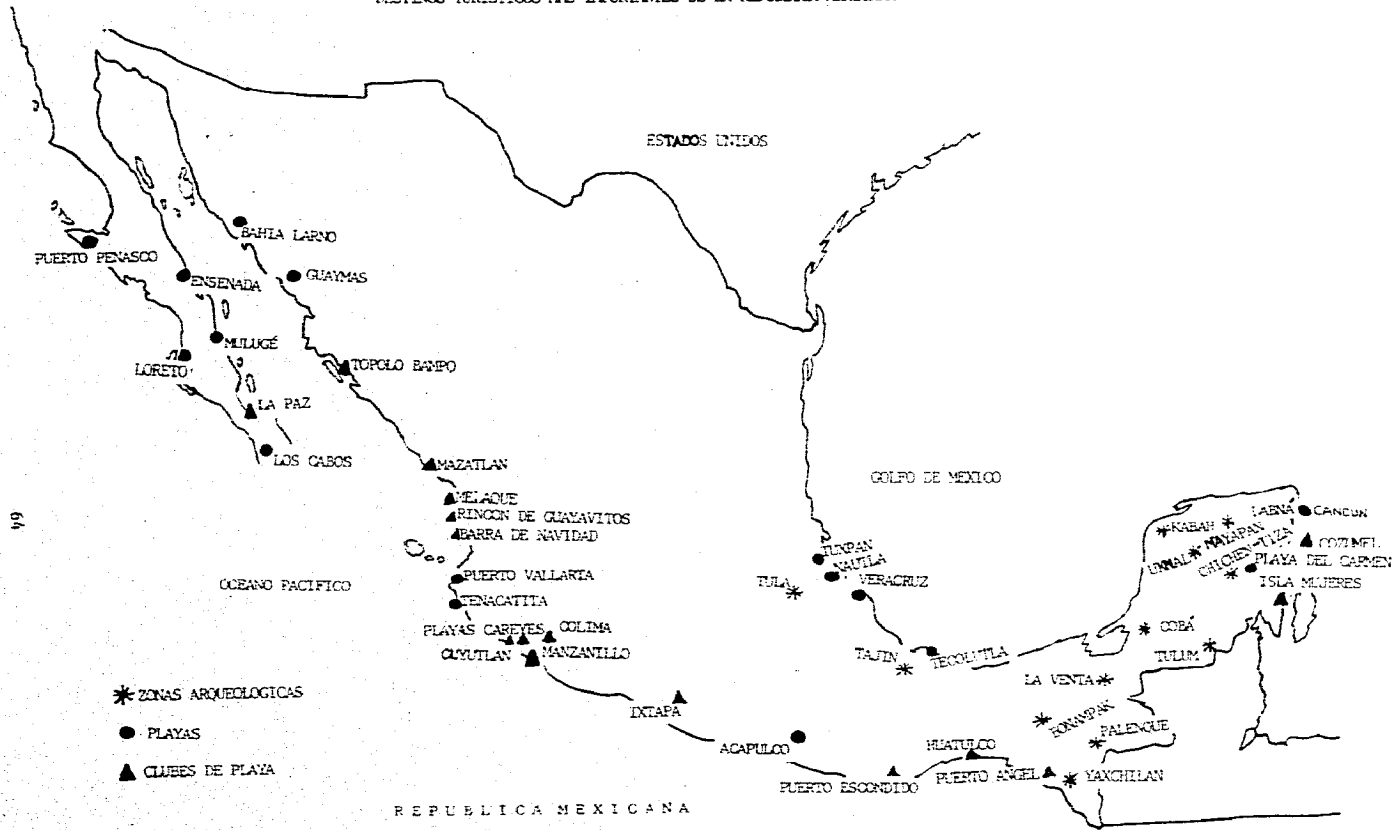
A lo largo del tiempo, México ha acumulado un vasto patrimonio cultural que procede tanto de sus comunidades nativas como del intercambio con las civilizaciones de occidente y oriente que dio lugar al mestizaje, este a su vez, ha creado sus propias formas culturales de expresión.

Todas ellas forman parte importante y distintiva de haber histórico y cultural del país que enriquece el inventario de atractivos turísticos. Se estima en varios miles el número de zonas de interés arqueológico del país, y la importancia y volumen del patrimonio arqueológico colonial puede evaluarse al considerar durante el siglo XVI se construyeron 3,100 inmuebles religiosos, civiles y militares; 6,450 en el siglo XVII y 1,700 en el siglo XVIII.

En este capítulo se presenta un análisis de las estrategias de Turismo en México, señaladas en los planes y programas respectivos, para posteriormente evaluar sus resultados.

⁶³ ⁶⁴ Sectur. Programa Nacional De Turismo 1989-1994, México, Pág. 7

DESTINOS TURISTICOS MAS IMPORTANTES DE LA REPUBLICA MEXICANA



FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, GEOGRAFIA E INFORMATICA
(INEGI) 1994.

3.1.- Antecedentes

El turismo es una industria vasta y complicada. Cada fase y cada zona de un país están directamente relacionadas a él y deberán intervenir en el éxito de su fomento.

Las metas del fomento turístico deben dirigirse a:

- 1.- Proporcionar una estructura para elevar el estándar de vida mediante los beneficios económicos del turismo
- 2.- Crear una infraestructura y proporcionar instalaciones recreativas para los visitantes y los residentes.
- 3.- Asegurar que los tipos de desarrollo dentro de los centros y lugares de recreo para los visitantes sean los apropiados a los propósitos de esas zonas.
- 4.- Establecer un programa de fomento congruente con la filosofía cultural, social y económica del gobierno y de los habitantes de la nación o lugar visitado.^{44 45}

Sabemos que es importante que exista una entidad u organización turística que esté permanente informada acerca de los logros socioeconómicos en los diversos países o áreas de mercado, para proporcionar así pronósticos razonables sobre el tamaño, tipo y estructura de la probable demanda turística. Y las avances en la industria turística en centros o zonas de oferta, y sobre las actividades y proyectos que se llevan a cabo para promover el turismo.

Debido a la complejidad del fenómeno turístico, existen diferentes departamentos gubernamentales responsables de encontrar soluciones óptimas a distintos problemas de fomento. La coordinación deberá intensificarse de forma que los estudios y recomendaciones se incrementen una vez que se hayan decidido.

La Organización Institucional del Turismo en México se encuentra dividida de la siguiente manera:

ORGANIZACIÓN JURÍDICA:

México es un estado de derecho perfectamente estructurado, de allí que las actividades tendientes a desarrollar cualquier aspecto de nuestra realidad social o económica, requiere siempre de un claro y objetivo apoyo jurídico para poder realizarse, que en última instancia encuentran siempre su base en las directrices marcadas por la Constitución Mexicana.

Lo anterior explica el hecho de que no obstante ser reciente la aparición del fenómeno turístico en México, exista sin embargo una abundante historia legislativa al respecto, que ha venido a cristalizar en la promulgación de la Ley Federal de Turismo de fecha 15 de enero de 1980.

Gracias a esta legislación ha quedado evidenciado que la actividad turística mexicana es básica para el país, y por que ende se trata de una materia de interés público.

Por otra parte, este cuerpo legislativo ha servido de base para poder cimentar, en forma institucional, la organización turística.

^{44 45} Mishra, Robert Shashikant Gupta, **TURISMO Planeación, Administración y Perspectivas**, NORIEGA, Limusa Páginas, 221 - 223.

En razón de la organización administrativa nacional, y en razón de que la realidad turística es sumamente compleja y se interfiere con otros múltiples aspectos de la realidad socioeconómica mexicana, la organización jurídica del turismo se apoya también en otros dos cuerpos legislativos de vital importancia para el turismo.

*La Legislación Migratoria (Ley General de Población) y
La Legislación Aduanera*

La Ley General de Población en sus últimas reformas hechas con la intención de facilitar el movimiento turístico, señala cinco tipos diferentes de los cuales puede ejecutarse las necesidades requeridas por el viaje turístico.⁶⁴

- 1 - La categoría turística general, que encuadra las necesidades del viajero que se desplaza por las más variadas motivaciones, de recreación, salud, paseo, deporte, etc. por lo que a ella respecta se han procurado simplificar el máximo los requisitos que los turistas deben llenar, otorgando un sinnúmero de facilidades para la obtención de su documento migratorio (F.M.T.). Se concede una temporalidad de seis meses a esta visa, y una misma visa puede servir para la realización de varios viajes sucesivos durante su vigencia. (F.M.14.)
- 2 - La categoría de visitante, se otorga a los viajeros cuyas motivaciones son diferentes a las comprendidas en la categoría anterior, tales como la realización de trabajos temporales, de operaciones mercantiles, de negocios en general, de investigación científica, artística o deportivas. A ello se debe que la temporalidad concedida a esta categoría, si bien originalmente es de seis meses, puede ser prorrogable por un período igual a simple petición del viajero, y en casos excepcionales hasta por dos periodos iguales. Esta categoría también participa en un sinnúmero de facilidades para su concesión (F.M.3.)
- 3 - La categoría del que pudiera ser llamado "Turista estudiantil" dentro de la cual queda comprendidas todas aquellas personas que por motivo de estudio desean realizar un viaje al país. La duración de la estancia para esta categoría, no tiene límite de tiempo fijo, toda vez que se concede una temporalidad igual a la duración de los estudios que se pretenden realizar. (F.M.6.)
- 4 - La categoría de transmigrante, que satisface las necesidades del viajero que por razones múltiples tiene la necesidad de permanecer en el país un tiempo máximo de 30 días. Esta calidad es concedida con suma facilidad.
- 5 - La categoría de "Visitante Fronterizo", que comprende aquellas personas que desean permanecer en el país solamente un escasísimo lapso de tiempo, fundamentalmente en ciudades fronterizas. La temporalidad máxima de este permiso de internación es de 72 horas. Las facilidades para su obtención son máximas.

En los últimos años, y a raíz de la existencia de determinadas prestaciones sociales otorgadas por la llamada seguridad social, se ha perfilado un nuevo tipo de "viajero", que por las características que presenta puede quedar incluído por analogía dentro del fenómeno turístico; se hace referencia a los llamados "pensionados" o "retirados", que se trasladan al país con el deseo de radicar una temporada larga, que muchas veces puede llegar a ser definitiva. También en este caso nuestra legislación ha previsto señalamiento

⁶⁴ Ley General de Población. Diario Oficial de la Federación México 1974, pág. 4

de categorías especiales (inmigrantes técnicos), que permiten su obtención con cierta facilidad (F.M. 2)

La Secretaría de Gobernación, órgano encargado de vigilar el cumplimiento de las disposiciones migratorias, ha dictado varias disposiciones administrativas, tendientes a facilitar al máximo la obtención de estas visas y a simplificar los trámites administrativos para documentación e internación de estas categorías migratorias

Las posiciones legislativas y administrativas en materia migratoria se han siempre fundamentado en el principio de libertad de viajar, sostenida por nuestro gobierno, y en la reciprocidad del Derecho Internacional

Legislación Aduanera - Las disposiciones en materia de revisión de equipajes han sido simplificadas al máximo para los viajeros que tienen las categorías turísticas antes mencionadas. La Secretaría de Hacienda, encargada del cumplimiento y aplicación de dichas normas, se han interesado por ejecutar las directrices generales de la política turística del ejecutivo. Inmutado al máximo la revisión y vigilancia aduanera para el turista que nos visita

Mediante la natural coordinación que ejerce el Ejecutivo Federal, se ha logrado una armoniosa simplificación, y la concesión de múltiples facilidades que hacen ágil y expedita al necesario control que todo país debe ejercer en materia de extranjeros, siempre de un ámbito de justicia, de cordialidad y reciproca correspondencia

A ello se debe que la organización turística de México descansa a la vez sobre instituciones de carácter público, de carácter privado o finalmente en instituciones en las que forma armónica y positiva concentran los esfuerzos del sector público y privado. Esta es la razón por la cual para exponer sistemáticamente la estructura de la organización de México, se haga una convencional división

- a) - Organismos Oficiales del Gobierno de México
- b) - Organismos Técnicos
- c) - Organismos de Servicio Social
- d) - Organismos de Iniciativa Privada
- e) - Organismos Financieros
- f) - Industria de Servicios

a) - Organismos Oficiales del Gobierno de México

1 - Secretaría de Turismo

2 - Consejo Nacional de Turismo

3 - Secretarías de Estado especialmente conectadas con el ramo (Hacienda, Relaciones Exteriores, Gobernación), Oficinas de Turismo de carácter estatal y Oficinas de Turismo en el Extranjero

SECRETARIA DE TURISMO

Por decreto de fecha 29 de diciembre de 1971, el que habia venido fungiendo como Departamento Autonomo de Turismo dependiente del poder Ejecutivo fue elevado a la categoría de Secretaría de Estado, lo que indica la preocupación de Ejecutivo por impulsar el desarrollo de esta actividad, y la importancia concedida por el turismo a esta materia.

La Secretaría de Turismo es el órgano del Poder Ejecutivo mediante el cual en forma permanente, el gobierno de México atiende el desarrollo de las actividades turísticas. Bien sea en el aspecto de reglamentación de servicios, planeación general de actividades, vigilancia del cumplimiento de la legislación, así como ejecutar las directrices y disposiciones de política turística dictadas por el Ejecutivo. Igualmente es el organismo encargado de desarrollar las actividades permanentes y normales de fomento de la actividad turística, bien sea en su aspecto de promoción o incremento de corrientes turísticas nacionales y extranjeras, o bien en su aspecto de promoción y fomento de los servicios públicos y privados de carácter turístico.

La Secretaría de Turismo es pues, el organismo permanente mediante el cual se atiende y satisfacen las necesidades normales y naturales de desarrollo de actividad turística en nuestro país.

CONSEJO NACIONAL DEL TURISMO

El Ejecutivo que rigió los destinos del país en el periodo constitucional que va de 1958 a 1964 tuvo especial interés en acelerar el ritmo de desarrollo e incremento de las actividades turísticas, debido a la relevancia económica y social que tiene el turismo dentro de nuestro país, ello explica el porque de la creación de una organización especial que viniera a coadyuvar con los planes de fomento y desarrollo de la actividad turística, sea en el aspecto de planeación, sea como órgano consultivo, sea órgano de promoción con la misma concreta de acelerar el ritmo de desarrollo e incremento de tan importante actividad. Como dicho organismo depende directamente del Ejecutivo, siendo éste quien señala la competencia de acción de este organismo especial, es el Ejecutivo el que armoniza las actividades tanto de la Secretaría y del Consejo Nacional de Turismo que por esta circunstancia resulta complementarios y coordinados.

Por otra parte, una reiterada práctica de política administrativa en materia de turismo, ha puesto de manifiesto la necesidad de que existe un organismo oficial de carácter especial, dependiente siempre del Ejecutivo, en el cual concurre el sector privado, y se armonice en forma colegiada las actividades de las diferentes Secretarías de Estado que por razón de su natural competencia desarrollan actividades dentro del campo del turismo, lográndose en esta forma una coordinación eficaz, para impulsar en todos sus aspectos al desarrollo del turismo.

A estas razones obedeció la disposición del ejecutivo de la nación de crear el Consejo Nacional de Turismo, como un organismo de planeación y consulta, de promoción y fomento, que había de concurrir armónicamente con la Secretaría de Turismo a acelerar el desarrollo y eficacia de los esfuerzos del ejecutivo en materia del turismo. Los planes concebidos por la actual administración, eran de tal manera importantes que exigían la presencia de un organismo de este tipo, cuyo establecimiento por otra parte, como ya se indicó, ha venido aconsejado por una reiterada práctica de política administrativa, que

permite concretar la armonización de actividades y esfuerzos entre las diferentes Secretarías de Estado interesadas directamente en la materia turística y del sector privado del turismo

A ello se debe la especial estructura que configura este organismo que se encuentra presidido por una persona designada por el Ejecutivo, y por Representantes de la Secretaría de Hacienda, de la Secretaría de Gobernación y por una vocal representante del Sector privado, y para efecto de organización administrativa de un Secretario de Dicho Consejo, éstos últimos designados con la aprobación del Presidente de la República, toda vez que se trata de un organismo de carácter oficial

En la estructura de este organismo figuran los organismos más importantes interesados en materia de turismo, toda vez que en él está presente el Ejecutivo a través del Presidente de dicha entidad, las Secretarías más directamente interesadas en el ramo, en el caso los vocales representantes de las Secretarías de Hacienda y Gobernación, y el sector privado, a través del vocal que designen.

La eficacia de esta medida solo puede ser juzgada a la luz de los resultados obtenidos y es obvio, por los estudios llevados a cabo, que evidentemente dicho organismo ha cumplido con la finalidad que le fue encomendada y que motivó su establecimiento. El crecimiento en el ritmo de desarrollo y crecimiento de tipo activo, a raíz de la creación del Consejo Nacional de Turismo demuestra su eficacia y la necesidad de su existencia

b) - Organismos Técnicos.

Tanto el sector privado como el sector público se percataron de que un sólido desarrollo y especialización de la actividad turística en el país, requería de la aplicación de la técnica moderna en la materia, ello obedeció en que en forma conjunta concurren los esfuerzos del sector oficial y del privado para crear organismos de carácter técnico en materia turística, encargados de acelerar el proceso de tecnificación de las actividades turísticas. Igualmente a ello obedeció el apoyo concedido a organismos de carácter técnico oficial que se encuentran directamente involucrados con nuestro turismo, tal es el caso del Instituto Nacional de Antropología e Historia, que aun que con objetivos distintos o razones de competencia, tiene directa aplicación en el desarrollo de las actividades turísticas

Dos eran los aspectos técnicos fundamentales que tenían que ser impulsados para lograr una estabilización y firme desarrollo en materia de turismo, la investigación sistemática y técnica integral del fenómeno turístico y la capacitación y preparación que en forma sistemática y permanente del personal que realice las actividades turísticas. Ello determinó que en forma armónica y unitaria el sector público y el sector privado concurren en la creación de dos organismos de carácter técnico, el patronato de la Escuela Mexicana de Turismo y el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas en los cuales en forma armónica y eficaz concentran los esfuerzos del sector público y del sector privado

c) - Organismos Técnicos de Servicio Social.

Están representados por la Asociación Mexicana de Turismo, el Club de Viajes PEMEX, la Asociación Mexicana de Caminos y las Asociaciones Automovilísticas AMA y ANA

Dichos organismos, constituidos fundamentalmente por el sector privado les esta encomendado velar por una ayuda eficaz al turismo y no tienen en si una finalidad económica. Los servicios que ofrecen al turista son los que hemos llamado generales

d) .- Organismos de Iniciativa Privada.

En ellos se agrupan la Asociación Mexicana de Hoteles, de Restaurantes, de Agencias de Viajes, de Guías de Turistas, etc. Los organismos fundamentales valen por los intereses de sus agremiados, para orientar las actividades de tipo gremial. Sin embargo es indudable, o por lo menos así debe ser, que los esfuerzos de cada servicio en particular concurren a mejorar los servicios turísticos, y con ello al incremento del turismo en nuestro país

e) .- Estructura Financiera.

Esta constituida fundamentalmente por los siguientes organismos:

El fideicomiso donado FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR), cuyo objetivo principal es el de ASESORAR Y FINANCIAR LOS PROGRAMAS TURISTICOS. En este nuevo organismo se fusionan el FONDO DE GARANTÍA O FOMENTO DEL TURISMO y el FONDO DE PROMOCIÓN DE INFRAESTRUCTURA en una sola entidad jurídica.

El sistema Bancario Privado, que entre sus operaciones crediticias puede tener parte de ellas encaminadas al fomento de la industria turística.
Banco Oficial, fundamentalmente representada por el banco de México y Nacional Financiera, S.A.

f) .- La Industria de Servicios.

Esta constituida por las empresas en nuestro país pertenecientes a la iniciativa privada, casi en su totalidad cuya función es el otorgar servicios a los turistas hoteles, restaurantes, guías de turismo y agencias. Son los organismos que propiamente constituyen la industria turística.

Gracias a esta organización institucional ha sido posible lograr óptimos resultados y rendimientos económicos y sociales, ya sea del turismo un vehículo de paz y solidaridad internacional.

Durante el tercer periodo del turismo moderno en México (1969-1982). La política de "Sustitución de importaciones" y de "desarrollo estabilizador" esta llegando a su fin. Estos se han caracterizado por el fuerte proteccionismo industrial, el fomento a la inversión y los recursos de capital exterior en un marco de estabilidad cambiaria y precios, mediante empréstitos internacionales y el turismo⁸⁶ ⁸⁷

Las desigualdades socioeconómicas impuestas por este modelo de desarrollo se empiezan a manifestar fuertemente, agravando los problemas sociales del país. La industria ha sido la pieza clave en la estrategia de desarrollo y demuestra su incapacidad para expandirse

⁸⁶ ⁸⁷ Dominguez Roman, Luz de Carmen, La Fragilidad del sector externo en el desarrollo Mexicano: El Caso del Turismo, 1970-1976, Pag. 1-2.

paralelamente a las necesidades del país. Los resultados se traducen en desempleo, subempleo y la creciente estrechez del mercado interno, la sobrevaluación del peso mexicano y el creciente déficit en la balanza de pagos. Este déficit obedece, además, al incremento de las importaciones de bienes de capital y a un proteccionismo estatal que se refleja en la falta de dinamismo en las exportaciones.

A partir de 1970 se replantea el esquema de la política de desarrollo nacional, el cual evoluciona del "desarrollo estabilizador" al "desarrollo compartido". El nuevo esquema tiene por objeto difundir entre la población, y de manera equitativa, el beneficio del progreso económico nacional, mejorando la situación del sector externo de la economía y haciendo más dinámicas las exportaciones y el turismo.^{57 61}

Este cambio de concepción hace que a su vez se replantee el marco en el que es Estado actúa dentro del turismo, expandiendo las acciones requeridas que, a su juicio, impulsaran su desarrollo. El cambio significativo lo constituye el hecho de que el Estado se adjudicará la función de desarrollar nuevos centros turísticos (macroproyectos), con los que se intenta mejorar la competitividad en el mercado turístico internacional y con ello, elevar la captación de divisas. Además, de que se concibe al turismo como instrumento de desarrollo regional por el potencial atribuido al impacto económico de la actividad.

Los elementos de atracción turística fundamentales son los que se encuentran de modo en la oferta turística internacional en esos momentos: el sol, las playas y el mar, que implícitamente se consideran productos comercializables y de consumo.

El folklore y la cultura, así como las artesanías, son elementos complementarios en la promoción del turismo, que sin restarles importancia, se subordinan a la existencia de condiciones favorables para que se fomente de manera activa.

El signo económico es un argumento básico de la promoción del turismo ya que fundamenta y da fuerza a todas las acciones que realiza el gobierno para dar impulso al turismo.

La concepción de Luis Echeverría Álvarez acerca del Turismo. Lo considera como un instrumento económico orientado al mercado externo y factor de desarrollo regional. Durante este régimen, el turismo alcanza gran relevancia en el desarrollo económico y social del país y así con fecha 28 de enero de 1974 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la Nueva Ley Federal de fomento al Turismo, con el objeto de incorporar al desarrollo núcleos de población marginales, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número y tiempo de estadía de los visitantes al país.

El crecimiento de la actividad turística requería de un financiamiento que apoyara la realización de los planes y proyectos, para lo cual la ley ordena la creación de un fideicomiso del gobierno, llamado Fondo Nacional de Fomento al Turismo, (FONATUR). En efecto, en enero de 1974, el presidente Echeverría Álvarez, promulgó "La Ley Federal de Fomento al Turismo". En esta misma fecha, 28 de enero se creó "El Fondo Nacional de Fomento al Turismo" (en adelante mencionado con las siglas FONATUR), mismo que fue entregado en fideicomiso a la Institución Fiduciaria Nacional Financiera.

Los objetivos establecidos para este fondo fueron, elaborar estudios y proyectos, ejecutar obras de infraestructura, de urbanización y realizar verificaciones e instalaciones turísticas, dotar y promover el equipamiento urbano en centros turísticos, adquirir,

^{57 61} *Ibidem*, Pág. 7-15.

operar, administrar, mantener, fraccionar, vender o arrendar bienes inmuebles turísticos; construir empresas dedicadas a la actividad turística; y gestionar, obtener y otorgar financiamiento para el fomento y desarrollo de la actividad turística.^{59 64}

Este organismo, hasta la fecha, impulsa con apoyo financiero preferencia la construcción, ampliación y remodelación de establecimientos de hospedaje, bebidas y alimentos. Otros proyectos relacionados con la actividad turística.

Asimismo, ha promovido polos planeados integralmente para activar el crecimiento turístico, el empleo y el desarrollo regional.

En un primer momento (1970-1976), se promueve el turismo todos los atributos económicos mencionados, cuyos antecedentes promocional se encuentra en la escena internacional. Además los desequilibrios estructurales internos derivados del modelo de desarrollo, imponen cambios que llevan a considerar al turismo como una alternativa viable para utilizarlo como instrumento de desarrollo.

Se promueve entonces la creación de grandes centros de turismo que sean congruentes con la política básica que intenta mejorar al sector exterior de la economía. Otros atributos del turismo (intensivo en mano de obra semicalificada, tradición histórica de México como país turístico e importancia, calidad y cantidad de sus atributos turísticos potenciales o en operación, etc.) consolidan esa concepción. No parece que en estos momentos se le preste suficiente importancia a los cambios que se están gestando en la estructura turística internacional y que perfilan el control de la actividad a nivel mundial.

En un segundo momento (1977-1982) que se inicia con el agravamiento de la crisis internacional y la postura diplomática de México en el aspecto político, se observa claramente la fragilidad del sector turismo y la influencia de su estructura funcional ya consolidada que, aunadas a la gravedad de los problemas internos, llevan al replanteamiento de las prioridades nacionales.

Así a partir de 1977 los alimentos y los energéticos tendrán prioridad nacional -aunque en este último caso las expectativas se verán defraudadas al inicio de los años ochenta por los acontecimientos suscitados en el mercado mundial del petróleo, retomando el turismo su papel estratégico.

Como factor de desarrollo regional, pero se verifica un cambio derivado de la crisis experimentada y del crecimiento del turismo nacional al exterior.

La Alianza para la producción, en la que José López Portillo propone el sector turismo la creación de 97 mil nuevos cuartos, supone que la construcción de habitaciones incrementará paralelamente la demanda de instalaciones. Sin embargo, la insuficiencia de instalaciones no parece haber sido el motivo casual de la crisis y se manifiesta en la disminución relativa de la participación de México en el turismo internacional, a pesar de la elevada construcción de cuartos. Estas acciones también parecen marginar los mecanismos básicos con los que se opera en el mercado internacional de turismo.

Al final de decenio, cuando existe ya una oferta amplia y diversificada, la política consiste en la reorientación del destinatario de las instalaciones turísticas.

⁵⁹ ⁶⁴ FONATUR Convenio para el cambio Estructural, Ordenamiento Integral y Rehabilitación Financiera. México, Agosto 1989, pág. 2

La demanda del exterior ha demostrado su fragilidad, no exenta de razones, y ahora será necesario prestar atención al turismo nacional si se quiere que la gran planta turística desarrollada trabaje adecuadamente (lo que apostado significaría elevar la tasa de desempleo).

La importancia del turismo nacional se manifiesta cuando al iniciarse el decenio de los años ochenta, el turismo agresivo crece rápidamente mientras que algunos centros turísticos nacionales tienen problemas para lograr tasas de ocupación adecuadas. Los factores que convergen son varios (sobreevaluación de la moneda, inflación acelerada, descenso de la demanda nacional por parte de los prestadores de servicios, incremento el costo de transporte aéreo nacional, etc.) pero el efecto es el mismo. La industria del turismo en México se encuentra en crisis. Por esto, se diseña una nueva estrategia. La captación y fomento de la demanda interna permitiría subsanar las deficiencias y la fragilidad del mercado externo, permitiendo que los centros turísticos y las instalaciones, conjuntamente con las inversiones nacionales, puedan ser productivos y se amortice la grave crisis que atraviesa la actividad. Es así como en la declaración del Plan Nacional de Turismo y el Plan Global de Desarrollo, se tiene como objetivo número uno incrementar el turismo nacional, promoviendo el turismo social ("derecho al descanso creativo y recreativo del trabajador como complemento al derecho del trabajo", cuyo antecedente internacional se encuentra en la Conferencia Mundial de Turismo de Manila, auspiciada por la OMT y verificada en 1980, a la que asiste la Secretaría de Turismo de México) orientando el apoyo gubernamental hacia la modificación de la estructura de la oferta turística nacional, apoyo que hasta el segundo quinquenio de los años setenta estuvo dirigido básicamente a la captación del turismo internacional y nacional de altos ingresos.

No obstante, en estos años la política se apoya y se continuará centrando en la promoción de nuevas zonas de turismo (zonas de interés de desarrollo turístico), crédito inmobiliario y estímulos fiscales al sector de alojamiento. Al inicio de la década de los ochenta se empezará a considerar el apoyo de los otros elementos que hacen posible el desplazamiento de los viajeros desde el punto de vista práctico: los medios de transporte y los organizadores de viajes.

Además, fomenta la creación de organizaciones que promueve la demanda interna. Con estas acciones, se hacía frente a la dinámica de la actividad a cuyo fin se marcaría un nuevo período del turismo moderno en México. Los dos momentos mencionados, como se ha dicho, forman parte de una nueva orientación de promoción que caracteriza este tercer período.

Por otra parte, en el Gobierno del Presidente José López Portillo, se promulgó el 15 de enero de 1981 "La Ley Federal del Turismo", la cual faculta a SECTUR a emitir opiniones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público sobre aquellas inversiones turísticas que a su juicio deban gozar de estímulos fiscales, además de promover y estimular junto a la Secretaría de la Reforma Agraria, la creación de empresas y desarrollos turísticos comunales o ejidales.

Asimismo, por decreto el 4 de febrero de 1980 se aprueba el plan nacional de turismo y se dispone su ejecución, (debido a un decreto previamente establecido), de lo que hablaremos más adelante.

3.2 .- PLANES Y PROGRAMAS

Para hablar de los planes y programas de turismo es importante definir lo que se entiende por cada uno de estos conceptos. En el Diccionario de la lengua Española de la Real Academia Española (Espasa - Calpe, Madrid, 1970), se alude a los conceptos de plan, planear y planificar. Como es lógico suponerlo, los sustantivos, planeación y planificación derivan los verbos señalados.

Las acepciones que hemos de aprovechar en el desarrollo del tema de esta materia, se comprende:

Plan "Intento, Proyecto o Estructura."

Planear "Trazar o formar un plan de una obra."

Planificar, "Trazar los planes para la ejecución de una obra."

Un plan está constituido por el conjunto de disposiciones adoptadas, con vistas a la ejecución de un proyecto. En un sentido estricto, la planeación se concibe como un acto y efecto de planear la cual es tan antigua como el acto de prever o proyectar las futuras acciones.^{59 13}

La planeación económica es la adaptación de la producción a las necesidades de la sociedad, ya que la elaboración de un plan no obedece al deseo de organizar y reglamentar la producción, sino de adaptarla a su fin, que consiste en la satisfacción de las necesidades sociales, adecuadamente jerarquizadas.

Los elementos fundamentales que deben de tomarse en cuenta para la elaboración de un plan son dos:

- 1) - El Objetivo que se pretende alcanzar
- 2) - Los medios establecidos para alcanzar este propósito

La planeación como proceso abarca las siguientes etapas precisas y necesarias:

- 1 - La fijación de los objetivos que se persiguen.
- 2 - Una investigación en que se trata de obtener, una visión clara y global del problema que se intenta resolver.
- 3 - La determinación de las posibles soluciones o medios para alcanzar las metas previamente fijadas.
- 4 - Selección, entre esas posibles medidas, incluyendo frecuentemente la de abstenerse de tomar cualquier acción. La formulación detallada del modo de ejecutar la solución preferida.^{60 14}

⁵⁹ ¹³ Diversos autores, Bases para la planeación económica y social de México, siglo XXI, Editores México 1966 Pág. 69.

⁶⁰ ¹⁴ Zamora Fernando, Industrialización y Planeación Regional de México pág. 95-96, Editorial, Porrúa México 1980.

Al fijar los conceptos para el análisis del proceso planificador es necesario insistir en que la planificación está estrechamente vinculada a una ideología. Todo régimen político encuentra su justificación en su propia infraestructura económica y política y ella será, de una vez por todas, el elemento fundamental para su desarrollo.

Hay una diferencia de contenido entre el programa y el plan aunque en ocasiones se empleen como sinónimos. Aunque ambos se proponen alcanzar un objeto determinado, el programa adolece de cierta incertidumbre, y no precisa ni objetivos ni medios para lograr su propósito. En ocasiones el programa aparece como una agenda para no más que ciertas intenciones.

La importancia de la planeación la podemos encontrar conforme evoluciona la sociedad y se tornan más complejas las relaciones económicas y políticas entre sus componentes, resulta más difícil reconocer el propio interés y condiciones de incertidumbre e ignorancia, tomando en cuenta las acciones de los demás para obtener el máximo beneficio. Es necesario planear.

La planeación es necesaria en cualquier forma de organización humana. La administración del Estado, como la Administración de una empresa, no puede llevarse a cabo sin una serie de propósitos preconcebidos.

La formación forma parte de una disciplina de carácter más general (praxiología), encarga de estudiar las condiciones que requiere la acción eficaz. Es por lo tanto válida para todas las esferas de la acción humana, no sólo la economía. A pesar de que en principio la planeación tiene la forma de una actividad realizada por un solo individuo, por lo común involucra a otras más y tiende a realizar colectivamente. El trabajo en conjunto multiplica los resultados del esfuerzo particular. De ahí la necesidad de establecer una distribución de tareas que aprovecha cabalmente la mayor capacidad individual en diferentes especialidades.

El consenso general entre los estudios de la materia, coincide en destacar que el objetivo de la planeación es lograr el desarrollo económico, elevar el nivel de vida de la población, lograr un incremento sostenido en el nivel de empleo de la fuerza de trabajo y, sobre todo en los países en proceso de desarrollo, la independencia política, cultural, económica y tecnológica. Para atenuar y aun suprimir la creciente desigualdad en el desarrollo de las diversas regiones, es necesario aplicar una política encaminada a proteger y ayudar a las zonas pobres para que aceleren su progreso, a evitar la despoblación y a disminuir la demanda de vivienda y servicios en áreas de atracción con altas concentraciones demográficas.

Ha sido fuente de impulso para las técnicas de planeación, la necesidad de coordinar la acción gubernamental en sus múltiples manifestaciones. Las condiciones institucionales determinan el nivel de participación estatal, pero en cualquier caso, para dar eficacia a los actos de gobierno, es preciso programarlos. La planeación de desarrollo como un proceso enfocado al máximo aprovechamiento de las potencialidades nacionales para el perfeccionamiento de sus metas es, por así decirlo, una forma de ingeniería social que sólo puede llevar a cabo el Estado.

Los intentos para regular los fenómenos de carácter económico mediante la aplicación de políticas de alcance global son muy antiguos y, sin embargo, el propósito gubernamental deliberado de acelerar el crecimiento de la producción y el progreso social, modificando los factores institucionales que obstaculicen el logro de ese objetivo, es de origen relativamente reciente. La presión de los grupos sociales para responsabilizar a los gobiernos del bienestar nacional obligó a éstos a tomar medidas más definidas en el

campo económico. Solo el Estado puede garantizar el empleo nacional y sistemático de los recursos de la comunidad, para hacer prevalecer el interés colectivo sobre el individual.

Es indudable que la planeación se amolda al sistema de gobierno en vigor y a la ideología predominante. En estas condiciones, sin bien los problemas generales de planeación puede diferir poco en sistemas económicos distintos, en cambio la orientación de las técnicas específicas, los fines que persigan y los instrumentos que apliquen, habrán de resultar de diferente naturaleza.

También el sistema de gobierno determina el aspecto relativo a la estructura administrativa del organismo de planeación y sus actividades, así como el tipo de política que deba aplicarse.

En México contamos con una "Ley de Planeación" en donde se hace referencias acerca de las facultades que tienen las Secretarías y Departamentos de Estado Vigente, en la planeación.

Los artículos que hacen referencia a la misma son los siguientes:

El artículo 1 ordena: Para el estudio, planeación y despacho de los negocios en los diversos ramos de la administración, el poder ejecutivo de la Federación tendrá las siguientes dependencias.⁶¹ ⁶¹

En el artículo 1 Fracción VI en las facultades de la Secretaría de la Defensa Nacional se ordena: VI Planear, dirigir y manejar la movilización del país en caso de guerra, formar y ejecutar en su caso, los planes y órdenes necesarios para la defensa del país y dirigir y asesorar la defensa civil.⁶² ⁶²

El artículo 6 enumera una amplia serie de facultades relacionadas con el proceso de la planeación de la competencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.⁶³ ⁶³

Los artículos 7 y 8 aluden a las facultades de las Secretarías de Patrimonio Nacional y de Industria y comercio, en términos de proyectar, intervenir, fomentar, estudiar, etc.⁶⁴ ⁶⁴

El artículo 9 en las facultades de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, Fracción I, Planear, fomentar y asesorar técnicamente la producción agrícola, ganadera, avícola, apícola y forestal en todos sus aspectos.

El artículo 10 alude a los programas anuales de obras que corresponden a la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, lo mismo el artículo 11 alude a estudiar y proyectar, las obras públicas y los artículos 12, 13 y 14 a los proyectos de las respectivas secretarías.⁶⁵ ⁶⁵

El artículo 15 fracción XIV en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social se establece de su competencia: Estudiar y proyectar planes para impulsar la ocupación en el país.⁶⁶ ⁶⁶

⁶¹ ⁶¹ Ley orgánica de la Administración Pública Federal "Ley de Planeación" Porrua 1990, pág. 349

⁶² ⁶² Ibidem pág. 351

⁶³ ⁶³ Ibidem pág. 352

⁶⁴ ⁶⁴ Ibidem pág. 354

⁶⁵ ⁶⁵ Ibidem pág. 355

El artículo 16 señala de la competencia de la Secretaría de la Presidencia:

- I - Establecer las políticas más convenientes para su buen funcionamiento
- II - Recabar los datos para elaborar el Plan General del gasto pública e inversiones del poder ejecutivo y los programas especiales que fije el presidente de la República.
- III - Planear obras, sistema y aprovechamiento de los mismos, proyectar el fomento y el desarrollo de las regiones y localidades que señale el Presidente de la República, para el mayor provecho general
- IV - Coordinar los programas de inversión de los diversos órganos de la administración pública y estudiar las modificaciones que a ésta deben hacerse
- V - Planear y vigilar la inversión pública y la de organismos descentralizados y empresas de participación estatal

También el artículo 17 alude a las facultades de la Secretaría de la Reforma Agraria, para planear, proyectar y estudiar las materias de su competencia en particular, proyectar los planes generales y concretos de colonización ejidal.⁶¹

El artículo 23 faculta al presidente para Organizar Comisiones Intersecretariales.^{62 63}

Es a partir de la administración de José López Portillo cuando se comienza a utilizar en forma regular, tanto los planes Nacionales de Desarrollo como los Planes Sectores

3.2.1 .- Plan Global de Desarrollo 1979-1982.

Lo manifestado en el Plan Global de Desarrollo (1979-1982), en materia de turismo se puede señalar los siguientes puntos

1 .- Reforzar las orientaciones Adaptadas para el Turismo

Es decir, lograr el derecho al descanso recreativo y creativo de todos los habitantes del país. Se planeaba estimular la construcción y amplificación de establecimientos de hospedaje en las áreas prioritarias para el desarrollo turístico, especialmente las de alojamiento tradicional y las categorías intermedias para el turismo social, lo que no se dio, ya que en áreas prioritarias para el desarrollo turístico, como lo son los nuevos polos de desarrollo, crecimiento de hoteles de 5 estrellas se extendió en mayor proporción que los destinados al turismo en donde casi no existen este tipo de alojamientos.

2 .- Consolidar el papel estratégico del Turismo en el Desarrollo Económico Nacional.

Debido a la gran importancia que se registra en este sector en la economía del país, se planteaba el objeto de fortalecer la balanza de pagos mediante una mayor capacitación de divisas a través del turismo de internación y de frontera, así como mediante la retención del turismo nacional. A la vez de generar un elevado número de empleos.

Este punto no difiere en nada a otras que se han planteado desde hace años atrás (1930 en adelante) ya que se dice lo mismo de la importancia del turismo para generar divisas y empleo

⁶¹ *Ibidem* pág. 372

⁶² ⁶³ *Ibidem* pag. 373

⁶³ *Ibidem* pág. 377

3 .- Alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico y lograr la autonomía tecnológica, financiera, y comercial del sector.

Lo que se alcanza de este punto fue lograda la realización y eficiencia en el funcionamiento turístico, pero solo de los servicios que demandan los estratos de ingresos muy elevados, ya que son los que generalmente cuentan con los recursos financieros suficientes y en oportunidad

3.2.2 .- Plan Nacional de Turismo (1980-1982).

Este plan es un documento que organiza los objetivos, metas y políticas, para el desarrollo del sector turístico en el periodo 1980-1982. Surge después de 4 años de haber iniciado el sexenio, en una etapa en la que se pretende promover la producción, el empleo y la capacitación de divisas en una cantidad superior, con el objeto de establecer una planificación para cada sector en su conjunto y dar impulso a las actividades prioritarias.

Se crea este plan en base a los objetivos generales de Plan Global de Desarrollo, pretendiendo lograr el desarrollo nacional integral

El plan nacional de Turismo publicado el 4 de septiembre de 1980 es producto del proceso, del sistema de planificación de Turismo el cual se encuentra organizado en 2 etapas

- 1) - Incluye objetivos, metas y políticas a nivel nacional así como la definición de áreas agrarias, geográficas prioritarias.
- 2) - Se incorpora: Un programa financiero, instrumentos de política y mecanismos institucionales necesarios para la ejecución.

Para su elaboración se tomaron en cuenta las políticas y planes de los demás sectores de la administración pública, de modo que la política turística fuera congruente con la urbana, la industria, la de transporte, educación, etc.

Los objetivos específicos de este plan fueron cuatro, dos de resultados, que pretendían satisfacer el derecho al descanso recreativo a los nacionales y considerar el papel estratégico nacional, y los otros dos eran de carácter operativo y pretendían alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico el plan eligió las áreas que por su concentración de atractivos y por su posición geográfica podían recibir grandes cantidades de visitantes. La intención era explotar los atractivos de cada región, como lo son las montañas en la zona de Tijuana o las playas de la bahía de los ángeles en Huahualco, entre otros.

3.2.3 .- Plan Nacional de Desarrollo (1983-1988).

En el Plan Nacional de Desarrollo (1983-1988), tuvo como meta central el dar respuesta a la fuerte crisis económica iniciada ya desde 1982. Para superar la situación de crisis se propuso realizar una disciplina administrativa y financiera, a la vez de una modificación de los hábitos de la administración pública para educarse a los requisitos de una eficaz planeación.

En materia el Turismo el Plan Nacional de Desarrollo (P.N.D.) estableció como propósitos fundamentales para el periodo (1983-1988), lo siguiente:

ESTRATEGIA DE LA TURISTICA

- a) - Promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a las sectores de población con ingresos medios y bajos.
- b) - Contribuir a la solución de los problemas nacionales, mediante la capacitación de divisas y la generación de empleos
- c) - Colaborar al desarrollo equilibrado entre regiones y al fortalecimiento de entidad nacional mediante la promoción de la cultura y los valores del país
- d) - Ampliar, diversificar y consolidar la demanda externa mediante la incursión de nuevos mercados y segmentos de consumo
- e) - Fortalecer el turismo interno y particularmente el turismo social
- f) - Extender, diversificar y elevar la calidad de la oferta turística nacional

Los lineamientos estratégicos que contemplo el PND para alcanzar estos propósitos fueron:

- 1 - Utilizar intensiva y eficientemente la capacidad instalada, la implantación de una política de precios que permitiera mantener la competitividad en el mercado internacional e incrementar la demanda interna y alcanzar la asignación óptima de los recursos financieros.
- 2 - Implantar una política de precios que permite mantener el flujo de la demanda externa y la reactivación del consumo turístico de las nacionales
- 3 - Incorporar técnicas de producción intensivas en mano de obra para generar empleos al igual que la personalización de los servicios turísticos y su consecuente impacto favorable sobre la demanda externa
- 4 - Elevar la calidad de los servicios turísticos. Como líneas generales de acción, el plan consideraba la información turística, la diversificación de mercados, una mayor promoción y publicidad, captación de los recursos humanos orientado a las áreas de alimentación, bebidas, hotelería, mantenimiento de equipo e información turística

3.2.4.- Plan Nacional de Turismo (1984-1988).

El Plan Nacional de Turismo (1984-1988), surgió como complemento del sistema nacional de planeación democrática y como instrumento por medio del cual se pretendía continuar con la política de desarrollo de Miguel de la Madrid. Para este fin el Plan plantea un diagnóstico que engloba 12 puntos principales, comenzando por los resultados obtenidos por el sector hasta 1983.

En este Plan de Turismo se reconoce la evaluación satisfactoria del turismo receptivo, debido a que tuvo un crecimiento de 4.7 millones en 1983, (con un incremento de 26%), con respecto al año anterior, que fue de 3.8 millones, siendo los centros mayormente visitados.

Acapulco, Ixtapa, Puerto Vallarta, Mazatlán y Ciudad de México, lo que permitió que la ocupación hotelera tuviera una evolución destacada, superior al 80% en Cancún y Puerto Vallarta.

El plan define al sector como la actividad que contribuye a la obtención de divisas, la creación de empleos, el desarrollo regional y el estímulo de los demás sectores económicos, esto debido al uso intensivo de mano de obra que el turismo realiza y por la gran cantidad de empleo que proporciona, se estima que dio empleo directo a medio millón de personas, e indirecto a 1.2 millones en 1982.

Asimismo, se manifiesta que en 1982 ese sector participó con el (12%) de las exportaciones totales lo que representó una capacitación por turismo de 1.625 millones de dólares.

Por otra parte, los objetivos que expusieron en este plan estuvieron orientados a lograr la reorientación económica, pretendiendo consolidar los centros turísticos ya existentes y mejorar o ampliar la planta turística con la finalidad de mantener la competitividad de los centros turísticos.

También se propuso el plan para alcanzar la racionalidad y eficiencia en la prestación de servicios turísticos. Las principales líneas de acción estaban divididas en cuatro campos orientados a alcanzar un desarrollo equilibrado de la actividad.

En primer término se pretendía aprovechar la actual planta turística, apoyando con financiamiento a la rehabilitación y remodelación de la infraestructura hotelera.

En segundo término se complementaba el fenómeno a la demanda por sus servicios turísticos encaminada a la organización y promoción de la demanda interna y de la exterior, mediante la penetración en los mercados y los segmentos tradicionales y la incursión en nuevos.

En tercer lugar se pretendía la participación coordinada de los gobiernos estatales para impulsar el equilibrio regional.

Finalmente, se encontraba la búsqueda de racionalidad y organización de los servicios turísticos, para lo cual se pretendía el fortalecimiento de las instituciones y de sus programas de formación de recursos humanos, con objeto de elevar la eficiencia y la calidad de los servicios de las empresas turísticas.

3.2.5 .- Plan Nacional de Desarrollo (1988-1994).

El Plan Nacional de Desarrollo (1988-1994), se propone "avanzar hacia el logro de 4 objetivos fundamentales".

- 1.- Defender la soberanía y preservar los intereses de México en el mundo.
- 2.- Ampliar la vida democrática.
- 3.- Recuperar el crecimiento económico por estabilidad de precios.
- 4.- Elevar el nivel de vida de los mexicanos.^{69 70}

^{69 70} Sector, Plan Nacional de Modernización Turística. (1989-1994), pág. 25.

La estrategia para alcanzar estos objetivos se basa en la moderación nacional, la cual parte de la conciencia de la oportunidad y el riesgo que representa la gran transformación mundial y de la comprensión de veloz cambio al que han estado sujetas la sociedad y sus operaciones.

En materia económica, este plan propone dos puntos:

- a) - Alcanzar de manera gradual, hacia finales del período, un crecimiento sostenido de la actividad económica cercano al 6%.
- b) - Reducir la inflación a niveles compatibles con la estabilidad cambiaria en un marco de equilibrio de la balanza de pagos.

Para consecución de estos objetivos se definen las siguientes acciones generales.

Estricto control de las finanzas públicas
Ingresos públicos compatibles con las metas fiscales
Incremento de la eficiencia productiva
Mayor competitividad en el extranjero
Mejor distribución de ingresos
Mayor eficiencia del sector público.
Renegociación de la deuda externa para reducir la transformación de recursos al exterior
Promoción del ahorro.
Eficiencia intermediación financiera.
Consolidación de la apertura comercial.

Perfeccionamiento de la concentración social en el diseño, seguimiento y evaluación de la política económica

En el área de turismo este plan menciona que esta actividad sea convertido en una tarea cada vez más sofisticada, al incorporar los avances de la técnica en la competencia mundial por el mercado

Advierte que se fortalecerá la función del FONATUR para estimular el funcionamiento de la oferta, agilizando los procedimientos de apoyo para la construcción de nuevas instalaciones hoteleras y otras de carácter complementario. Además señala que se diseñará mecanismos para involucrar la participación de inversiones privadas, nacionales y extranjeras, en el financiamiento de los programas de desarrollo de infraestructura y operación turística.

3.2.6. - Plan Nacional de Modernización Turística (1989-1994).

El Plan de Turismo de este sexenio define cuatro objetivos básicos:

- 1) - Fortalecer la identidad nacional, preservar y difundir los valores culturales e históricos de México.
- 2) - Coordinar el desarrollo económico Nacional.
- 3) - Desarrollar una cultura Nacional Turística.
- 4) - Promover la imagen de México en el mundo.^{70 42}

^{70 42} Sector, Plan Nacional De Modernización Turística 1994, pag. 28.

Para lograr estos objetivos se prevé la realización de las siguientes tareas

- a) Modernización de sistema carretero y su señalización turística
- b) Incentivar la modernización, ampliación de la oferta existente
- c) Promover la creación de una nueva oferta turística.
- d) Racionalizar o simplificar las regularizaciones administrativas en la materia
- e) Favorecer el acceso de nacionales al disfrute de los bienes y servicios turísticos
- f) Incrementar el turismo receptivo
- g) procurar la capacitación de la nueva demanda de viajes de tipo de grupo y convenciones.

Un aspecto relevante que contempla el plan es la reestructuración de FONATUR como instrumento clave de financiamiento para esta actividad. En el siguiente apartado se analiza este hecho.

Reestructuración del FONATUR.

No obstante que el FONATUR ha podido financiar y promover, parcialmente, el desarrollo turístico del país se ha tenido que enfrentar los problemas financieros y administrativos que le imposibilitan cumplir con sus funciones. Debido a esta, en octubre de 1989 se hizo un convenio entre la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Programación y Presupuestos y el Banco de México para la restauración financiera de FONATUR.

En este convenio se señala que el Gobierno Federal asume la totalidad del adeudo que este fondo tiene a favor del Banco de México.

El Gobierno Federal autorizó ya al FONATUR para implementar programas de desincorporación de inversión, venta de terrenos y el cobro de los créditos a cargo de el grupo SIDEK. lo cual se aplicará al pago de la deuda interna contratada con Nacional Financiera. Por su parte, el Fondo se compromete a cumplir estrictamente con los montos previstos en su presupuesto de ingresos y de gastos para 1989 y 1991, no pudiendo rebasar el techo de endeudamiento interno. Se compromete además, con el Gobierno Federal, a cumplir puntualmente con los compromisos de operación y pago de los créditos internos y externos.

El fortalecimiento de las finanzas del FONATUR es importante pues este organismo es un adecuado medio para promover la actividad turística. Concretamente el programa de reestructuración prevé lo siguiente.

- a) FONATUR orientará la consecución de los fines al cumplimiento de los siguientes objetivos fundamentales:
 - Consolidar los cinco centros turísticos integrales en operación, ya señalados
 - Identificar y promover nuevos centros turísticos con viabilidad de desarrollo.
 - Financiar las actividades turísticas prioritarias.
 - Realizar inversiones financieras en proyectos turísticos prioritarios y estratégicos, orientados principalmente a la captación de turismo extranjero.
- b) Operar los programas de otorgamiento de créditos suprimidos las tareas subsidiarias

- e) - Programar la recuperación de la cartera en forma acorde a las obligaciones de pagos de los préstamos con que se respaldan los programas de otorgamiento de créditos para asegurar la viabilidad financiera del proyecto
- d) - Generar recursos propios a través del programa de desincorporación de activos, que se orientaran a la realización de nuevas inversiones de apoyo a la superestructura y servicios turísticos.
- e) - Realizar sólo inversiones directas en obras de infraestructura en los centros turísticos integrales y que por sus características no pueden realizarse en conversión con particulares
- f) - Orientar acciones para la identificación, promoción y desarrollo de megaproyectos, con el establecimiento de políticas y mecanismos que permitan conversiones con capital nacional y extranjero
- g) - Realizar y promover proyectos integrales de inversiones que contengan como paquetes: estudios arquitectónicos de mercado y financieros.
- h) - Estudiar e implementar mecanismos de captación de recursos en los diversos esquemas que ofrece el mercado, para financiar proyectos turísticos tales como emisión de obligaciones, certificados de participación inmobiliaria y sociedades de inversión de capital.

Con estas acciones se pretende que en FONATUR siga operando como un fondo de fomento y promoción de la actividad turística, pero sin recurrir al subsidio.

3.3 .- Análisis de los planes, programas de Turismo y de los logros obtenidos.

Dada la importancia del turismo en la economía de México, el gobierno se ha preocupado por implementar diversos planes y programas en materia turística, los cuales ya se han señalado anteriormente de manera general *, pero es importante realizar ahora un análisis de tales planes y programas, después de haber determinado la importancia económica del turismo sobre todo en aspectos como balanza de pagos, producto interno bruto y en la generación de empleos *

Esto es con el fin de determinar sus resultados, analizando hasta donde se han cumplido los objetivos y metas planteados

A continuación se presenta el análisis de la programación y resultados del sector turismo de México de acuerdo con los principales planes y programas que contienen la base de políticas, objetivos, estrategias y acciones del Gobierno Federal en materia Turística. Y la participación de la OMT dentro de los proyectos turísticos más actuales

3.3.1 .- Programa Global de Desarrollo (1979-1982).

1 - *Objetivos y Prioridades*. Entre los principales objetivos y prioridades en materia turística, contenidos en este programa se puede destacar lo siguiente:

- ai - Estimular la construcción y ampliación de establecimientos de hospedaje en las áreas prioritarias para el desarrollo turístico, especialmente en las de alojamiento tradicional y las categorías intermedias para el turismo social.
- bj - Consolidar el papel estratégico del sector turístico en el desarrollo económico nacional
- ci - Alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico y lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial del sector

2 - Resultados

En cuanto a los logros y alcances en los objetivos del programa, se observa que estos fueron parciales.

El primer objeto no se alcanzó ya que el crecimiento de los hoteles destinados al turismo social fue mucho menor que el registrado en los hoteles de 5 estrellas y gran turismo, de manera que no se logró reforzar las orientaciones adoptadas para el turismo, orientado el derecho al descanso recreativo a una parte selectiva de la sociedad.

En relación al segundo objeto, se observó que en este periodo no se logró fortalecer la balanza de pagos mediante una mayor captación de divisas a través del turismo, ya que en 1980, la balanza turística presentó un claro deterioro al registrar un 17% menos que en 1979, en la generación de ingresos netos, lo que muestra que tampoco se logró la retención del turismo nacional, ya que los gastos de los mexicanos aumentaron considerablemente.

Durante 1981 y 1982 se mantuvo una situación similar no logrando los objetivos de una mayor captación de divisas mediante el turismo de internación y del fronterizo, ni tan poco por la retención del turismo nacional, aunque sí se financió un importante porcentaje de déficit comercial que en el periodo fue al rededor de 60%.

En cuanto al tercer objetivo, se observa que se logró la racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico, aunque solo en ciertos aspectos: esto es, en los servicios que demandan las clases de ingresos más elevados, tales como hoteles de 5 estrellas y gran turismo, en la que los valores agregados por las inversiones en estos rubros se incrementaron en 15%.

3.3.2.- Plan Nacional de Turismo (1984-1988).

El programa de mediano plazo del sector turismo es coherente con los objetivos, estrategias y líneas de acción del Plan Nacional de Desarrollo (1983-1988), por lo que es conveniente analizar directamente los objetivos y metas plasmadas en este plan, así como los resultados y logros obtenidos sin hacer referencias al P.N.D., el cual ya ha sido tratado de manera general. *

* Ver punto 3.2.3 (III capítulo)

1) - Objetivos.

Los objetivos del sector turismo plasmados en el Programa Nacional de Turismo (1981-1988), se derivan del Plan Nacional de Desarrollo, con los cuales se definieron los lineamientos que permitan establecer las bases para el desarrollo de la actividad turística en el corto y mediano plazo, a través del cumplimiento de metas, que contribuyan a los propósitos generales del país.

De tal manera, los objetivos de carácter general buscan consolidar el papel estratégico del sector en el desarrollo económico. Por su parte, los objetivos específicos se orientan con mayor detalle, a impulsar la actividad sectorial y contribuir al desarrollo regional, esto es el soporte básico para alcanzar los objetivos del sector.

Así se establecieron como objetivos generales del sector turismo los siguientes:

- a) - Consolidar el papel estratégico del sector turismo en el desarrollo económico. Esto es, se establece que el sector debe contribuir en la generación de fuentes de trabajo en una forma directa e indirecta, protegiendo los empleos existentes, participando en la captación de divisas y contribuyendo al abatimiento de la inflación.
- b) - Hacer del turismo una experiencia creativa, que difunda los valores y la cultura de México. Dentro de los propósitos fundamentales del turismo se encuentra el de contribuir a satisfacer el derecho al descanso y participar en el desarrollo de una identidad nacional a través del conocimiento de nuestra historia y cultura. Propiciando, además, que la recreación se extienda a los diversos grupos y segmentos socioeconómicos que integran el país.

Por otro lado, los objetivos específicos incluidos en el programa son los siguientes:
De reordenación económica

1) - Consolidar los centros turísticos existentes.

Se propone mejorar, diversificar y ampliar la planta turística, a fin de mantener la competitividad de los diferentes destinos y promover la captación de un mayor número de turistas.

Al mismo tiempo se propone proveer a los centros turísticos con una infraestructura física y social, como son los servicios públicos e instalaciones asistentes y educativas, que eviten estrangulamientos e ineficiencias.

2).- Fomentar la afluencia de Turismo Nacional y Extranjero.

En relación al turismo interno, se pretende que un volumen cada vez, mayor de mexicanos tengan acceso a la recreación, propiciando, a la vez, una mayor distribución de las corrientes turísticas en el tiempo y en el espacio, a fin de buscar un equilibrio en las distintas regiones del país, así como suavizar las fluctuaciones estacionales. *

Respecto al turismo receptivo, que aquellos residen en el exterior, se establece que los esfuerzos promocionales se centrarán en el aprovechamiento de los factores favorables del país para dar estabilidad a las corrientes turísticas del exterior y para incrementar su volumen.

De cambio estructural.

Fortalecer las funciones de coordinación del sector

Para realizar una efectiva conducción de la política turística, se planteó el objetivo de fortalecer las funciones de coordinación del sector, mediante adecuaciones normativas que permiten encausar el desarrollo de los diferentes componentes de la actividad turística, así como a través de la reorientación especial y estratégica de las acciones del sector * *

Además se estableció el propósito de coordinar los esfuerzos con las demás entidades públicas que participan en asuntos de interés turístico y concentrar acciones con los sectores privados y social a fin de unir los esfuerzos de las diferentes áreas de actividades que intervienen en el turismo.

Alcanzar racionalidad y eficiencia en la presentación de servicios turísticos.

Se planteó continuar con los esfuerzos para mantener la competitividad de los servicios turísticos en un contexto internacional, vigilando la estructura de espacios y los estándares de calidad, además mediante el constante mejoramiento en la formación y capacitación de las personas que participan en la actividad turística.

3) - Estrategia.

La estrategia general se reorienta a contribuir al logro del propósito general señalado en el Plan Nacional de Desarrollo y sirve de base para alcanzar los objetivos sectoriales señalados.

La estrategia se basa en el uso eficiente de capacidad instalada, en mantener la competitividad internacional de la oferta, en la asignación óptima de los recursos financieros y en la promoción de la demanda externa, en el mantenimiento de las instalaciones y en el aprovechamiento. Además, se propuso orientar los recursos hacia mecanismos que promovieran la satisfacción de las necesidades del turismo interno, que facilitan el acceso de los diversos estratos de la población.^{71 72}

El fortalecimiento de las instituciones educativas y la de los mecanismos de capacitación turística con un aspecto estratégico, ya que entre los problemas más importantes en la actividad turística, es la falta de personal eficiente y motivado, por lo que se plantea la necesidad de vincular la demanda de empleos con los programas de desarrollo de recursos humanos.

Las líneas estratégicas del sector turismo contenidas en el programa se agrupa en cuatro grandes campos de acción orientadas a alcanzar un desarrollo equilibrado de la actividad turística a través del desarrollo de la oferta, fomento de la demanda, coordinación del sector, racionalidad y optimización. Estos campos de acción presenta una clara interdependencia, por lo que se requiere una evolución balanceada de cada uno de ellos para alcanzar los objetivos del sector.

4) - Análisis de resultados sobre los objetivos del sector.

* Ibidem, Pág. 24.

Ibidem, Pág. 26.

^{71 72} Jiménez Alfonso, Turismo: Estructura y Desarrollo, Editorial: Mc Graw-Hill, pág. 267.

Resulta difícil realizar un análisis de resultados objetivos de carácter cualitativo, sin embargo, se tratará de comentar en forma realista y de manera breve, los avances o los logros obtenidos sobre cada uno de los objetivos planeados en el Programa Nacional de Turismo 1984-1988.

Objetivos Generales.

a) - Consolidar el papel estratégico del Turismo en el desarrollo económico.

Se considera en el período señalado, el sector turismo efectivamente se consolidó como una actividad estratégica para el desarrollo económico del país ya que pese a las difíciles condiciones económicas prevalecientes en México, durante esos años, la actividad del turismo mantuvo casi constantes en inversión, generación de empleo y captación de divisas, mostrando un comportamiento contrario a una parte importante del resto de actividades económicas, que durante ciertos períodos o a la larga de los años han registrado contracciones importantes. De tal manera el turismo se consolidó como importante palanca para el desarrollo económico del país.

b) - Hacer del turismo una experiencia creativa, que difunda los valores y la cultura de México.

Este objetivo planeado es esencialmente de naturaleza cualitativa, lo cual hace sumamente difícil poder determinar los niveles de cumplimiento del mismo en el período considerado.

No obstante lo anterior, y de acuerdo con lo propósito del planteamiento en el Programa analizado, se indica como prioridad del turismo, en contribuir a satisfacer el derecho al descanso de los mexicanos. En este punto en particular, se ha observado un crecimiento considerable de 1983 con 23 millones de turistas nacionales en el interior del país a 30 millones en 1985, mientras que se pasa de 32 millones en 1986 a 32 millones que se programa en 1988.

De acuerdo con lo anterior, se puede considerar que mediante el turismo se ha logrado difundir la cultura y los valores históricos del país. Para demostrar la difusión de los valores y la cultura de México, se puede analizar las visitas registradas a museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos administrados por el I.N.A.H., en los años de 1985 a 1987. Así, para 1985 se registraron 7 millones 999 mil visitantes, de los cuales 73.8% fueron nacionales, en tanto que el 25.2% restante eran extranjeros. En 1986 el número de visitas registradas a estos centros de cultura fue de 8 millones 515 mil, de los cuales el 71% eran mexicanos y el 29% extranjeros. Para 1987 se registraron en estos lugares una cantidad de 8 millones 124 mil visitantes, siendo 71% nacionales y 27% extranjeros.

De tal manera durante estos 3 años, fueron 16 millones 144 mil mexicanos y 6 millones 649 mil extranjeros quienes conocieron museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos en el país.

Además, la Secretaría de Turismo elaboró documentales promocionales a nivel nacional e internacional para difundir centros históricos, folklore, artesanías y cocina mexicana cumpliendo así con este objetivo.

Objetivos específicos.

1) - Consolidar los centros turísticos existentes

En relación a este objetivo, se puede establecer puntos de vista en casos particulares, como es el caso de Cancún, el cual, sin lugar a dudas, ha logrado su consolidación en este periodo, manteniendo excelentes promedios de ocupación hotelera, incrementos en su flujo de visitantes y una cuantiosa inversión en su planta turística.

Así durante el sexenio, el número de cuartos ofertados se incrementó de 5258 con 61.8% de ocupación promedio en 1982 a 8910 habitaciones con 83.5% de ocupación en 1988, pasando, además de 643,800 visitantes a 960,500 en el mismo periodo, registrando así un incremento del 42.2%.

Por otro lado, se puede considerar el caso de Ixtapa que había tenido un proceso de consolidación, aunque en forma lenta hasta 1985 en que se vio seriamente afectado por los sismos, lo cual generó una considerable caída en los niveles de visitantes y por tanto de ocupación. Sin embargo, su proceso de desarrollo se logró reactivar aceleradamente, llegando a niveles muy aceptables de ocupación, dentro de un auténtico proceso de consolidación, pues en solo en 1987 creció un 12.8% con respecto a 1986, logrando una ocupación promedio de 59.4% y un número de visitantes 10.7% más que en 1986.

Sin embargo tal desarrollo no ha sido uniforme en todos los centros turísticos integralmente planeados. Por ejemplo en Los Cabos B.C.S., el proceso de desarrollo ha sido muy lento, observándose que el número de habitaciones entre 1982 y 1987 decreció 50% teniendo una ocupación promedio en 1987 de 64.7%.

El número de visitantes anuales pasó de 79,000 en 1982 a 171,200 en 1987, a pesar de que se observó un incremento de 126.83%, en realidad el número de visitantes en 1987 se considera como una influencia turística baja.

Otro caso de lento desarrollo es el registrado en el centro turístico Loreto B.C.S., en el cual de 1983 a 1987, el número de habitaciones hoteleras disminuyó de 517 a 422 unidades, con un promedio de 22.4% en 1983 y 48.1% en 1987.

Durante el periodo considerado, se iniciaron las obras para la construcción de un centro turístico integralmente planeado en las Bahías de Huatulco en estado de Oaxaca, para el cual se realizó una fuerte inversión de la infraestructura necesaria para el impulso de este nuevo polo de desarrollo turístico.

De acuerdo con lo anterior, se puede considerar que en los casos particulares de Cancún e Ixtapa, la consolidación como centros turísticos se llevó a cabo con cierta celeridad. Sucedió lo contrario en Los Cabos, en donde se inició el proceso de inversión en hotelería, y de Loreto en donde no pudo desarrollarse al nivel programado.

Así se observa que el objetivo de consolidar los centros turísticos existentes, no se pudo cumplir de manera general.

b) - Fomentar la influencia de turismo nacional y del exterior

Dado que este es un objetivo de carácter esencialmente cuantitativo, su análisis se puede basar en estadísticas, para determinar así si existió o no un crecimiento de demanda tanto nacional como exterior, y por consiguiente determinar si se cumplió o no con este objetivo.

En lo referente al turismo nacional, se observó que en 1984 el número de turistas nacionales que se desplazaron de su lugar de origen a otro, en el mismo interior de la República que utilizaron servicios de hospedaje, llegó a los 23 millones 600 mil viajeros. Durante 1985, ante la aguda situación económica que vivió en país (por lo que el ingreso real de la familia mexicana disminuyó), el número del turismo interno también se vio afectado considerablemente, alcanzando apenas la cantidad de 20 millones 220 mil turistas, lo cual significó un decremento del 14.40% en relación con 1984.

Durante 1986, las empresas turísticas nacionales ofrecieron paquetes accesibles en cuanto a precios, principalmente en épocas consideradas de baja demanda internacional, el resultado fue que se tuvo un flujo de turista nacionales que alcanza la cifra de 32 millones, la cual es muy superior a la de los años anteriores.

Para 1987 a pesar de que la crisis económica de México se agudizó, las empresas turísticas del país mantuvieron ofertas en paquetes a precios excesibles para los mexicanos, a los cuales además les es difícil salir al extranjero, en parte, por el continuo deslizamiento del peso frente al dólar; de manera que durante ese año, la cifra del turismo interno se incrementó en un 4.7% en relación al año anterior, al registrar 33 millones 709 mil turistas.

Para 1988 y dada las circunstancias económicas del país, se mantuvieron más o menos los mismos niveles de turismo interno que en 1987, esto es, poco más de 33.5 millones de turistas.

Por otro lado, en lo que respecta al turismo receptivo, en 1984 se recibieron 4 millones 655 mil turistas lo que significó 2% menos que en 1983.

En el año de 1985 resultó especialmente difícil para el país, pues se tenían campañas de desprestigio en el extranjero, la economía interna presentaba una situación difícil, amado a esto, los terremotos de septiembre dañaron importantes centros turísticos. La ciudad de México, Ixtapa y Puerto Vallarta, todo lo cual influyó para que el turismo receptivo del exterior cayera en 9.6%.

Sin embargo, por la intensa promoción internacional y las políticas turísticas aplicadas, se retomó el crecimiento del turismo receptivo a una tasa anual de 9.9%, alcanzando la cifra de 4 millones 625 mil turistas en 1986.

Durante 1987, las facilidades que se otorgan para la internación de turismo por vía aérea, a través de diversos mecanismos de financiamiento, contribuyeron a que se alcanzaron 5 millones 407 mil turistas con un crecimiento del 16.9% con respecto a 1986.

De tal manera, puede decirse que se cumplió el objetivo de fomentar la influencia de turismo nacional y de exterior, con lo cual el número de turistas recibidos durante el periodo fue cercano a los 30 millones.

c) - Fortalecer las funciones de coordinación del sector

A lo largo de los cinco años incluidos como marco del Programa Nacional de Turismo, se observa una amplia concertación de acciones entre los sectores privados y públicos, básicamente a través de las comisiones consultivas de hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, y arrendadoras de vehículos

Además se observa la coordinación intersectorial que se dio entre gran parte de los organismos públicos que inciden en el sector y la Secretaría de Turismo, logrando importantes acuerdos en beneficio de la comunidad turística, destacando la correspondencia a transportación aérea, aduanas, asuntos fiscales y financiamiento

De tal manera, se considera que este objetivo de carácter un tanto cualitativo, se cumplió en la medida de las posibilidades de cada una de las partes involucradas.

d) - Alcanzar racionalidad y eficiencia en la prestación de servicios turísticos.

Para el logro de este objetivo, el sector realizó esfuerzos para mantener la competitividad de los servicios turísticos a un nivel internacional. Para ello se mejoraron los niveles de formación y de capacitación de los participantes en la actividad turística, al respecto se puede señalar que se capacitaron a 50 mil trabajadores en más de 100 localidades del país

5).- Análisis de alcances sobre las metas de resultados 1984-1988.

Otro de los aspectos que se debe considerar para determinar los resultados del Programa Nacional de Turismo 1984-1988, son los alcances logrados sobre las metas programadas para este periodo.

a) - Lograr que el crecimiento del sector supere la tasa de P.I.B.

Considerando que el crecimiento conjunto del sector es difícil establecerlo en cifras dentro de un mismo rubro; que se puede considerar los índices más representativos del turismo, tales como, turismo receptivo, saldo de la balanza turística, ingresos por turismo interno, comparándolos con el P.I.B. de cada año y así obtener un comparativo cercano a la realidad en su conjunto.

Así, el crecimiento promedio anual de 1984 a 1987 de los rubros señalados es el siguiente, el P.I.B. creció en 3.2%, en tanto que el turismo receptivo en 3.8%, los ingresos por turismo aumentaron 9.8%, el turismo interno 12.2% y la balanza turística registró un incremento positivo en su saldo de 7.37% en promedio anual.

Así puede considerarse que el objetivo se cumplió, ya que el crecimiento promedio anual de los principales rubros del turismo fue superior al crecimiento del P.I.B.

b) Lograr que el crecimiento del empleo generado por el sector supere la tasa de crecimiento del empleo a nivel nacional

Para 1984 el empleo a nivel nacional tuvo un crecimiento de 4.07%, en tanto que el personal ocupado en la actividad solo un crecimiento de 0.17%. Durante 1985 los incrementos fueron de 3.8% y 1.13% respectivamente. En 1986, las tasas del crecimiento fueron de 3.9% y 1.1%, y para 1987 los niveles se incrementaron en 3.6% y 0.71% respectivamente.

Así en el periodo considerado el crecimiento porcentual promedio del nivel de empleo nacional fue de 3.84, mientras que la ocupación de empleo en el sector turismo en ese mismo periodo fue 0.79% en promedio anual, de manera que esta meta no se cumplió en absoluto.

c) Lograr que los ingresos por turismo asciendan a 2,200 millones de dólares y que la balanza turística sea positiva en 1,300 millones.

Después de haber captado ingresos del orden de 2,274.4 millones de dólares en 1987, esta meta fue cambiada, estableciendo como nuevo objetivo los 2,500 millones de dólares para 1988, esto es 11% más que año anterior, lo cual sí se cumplió. En cuanto al saldo de 1,500 millones de dólares esto no se alcanzó principalmente por los problemas derivados de eventos naturales en centros turísticos como Cancún y Cozumel.

d) Promover la integración a la planta hotelera de 36,000 cuartos adicionales y apoyar mediante financiamiento la construcción de 28,000 cuartos.

En relación a la primera parte de la meta, se integraron 57,112 cuartos más, para alcanzar una oferta total de 319,567 habitaciones hoteleras en México, de manera que los resultados fueron muy superiores a la meta.

6).- Apoyar las necesidades de financiamiento para la remodelación de la hotelería del país.

Durante el periodo considerado se realizó un total de 657 operaciones de crédito a través de FONATUR, distribuidos anualmente en orden progresiva de la siguiente forma: 110, 183, 209, y 155.

7) Seis millones de turistas extranjeros en 1988.

Esta meta fue reajustada a 5.6 millones, la cual tuvo problemas para ser alcanzada por el impacto del huracán sobre Cancún y Cozumel como principales destinos captadores de turismo receptivo en la procuración de una máxima productividad de los recursos turísticos.

8) Modernización y productividad.

Establecer la adecuación y mejoramiento de sistemas actualizados en materia de regulación y estructuras más eficientes de la productividad del sector.

Mejorar el aprovechamiento de los recursos asignados al sector.

Impulsar la modernización a través de la simplificación administrativa y la desregularización.

Análisis de los avances y alcances del Plan Nacional de Modernización Turística.

Debido a que no ha concluido la ejecución de este Plan no se puede hacer una evaluación del cumplimiento de los objetivos planteados. Sin embargo es importante hacer un análisis de los avances logrados durante los tres primeros años de su ejecución.

Entre enero y octubre de 1991, la afluencia de turistas extranjeros ascendió a 5.3 millones, 7.5% superior respecto al mismo periodo del año anterior.

El impulso al turista de internación terrestre se debió en gran medida a la influencia de nacionales residentes en el exterior, como resultado de los acuerdos bilaterales de México y Estados Unidos y a la operación del "Programa Solidaridad por un buen regreso a México Paisano".

La balanza del sector turismo continuó presentado saldos favorables. En el periodo enero-octubre dicho saldo fue de 1,120 millones de dólares lo que representó un incremento de 3% respecto al mismo periodo del año anterior.

Los ingresos derivados del turismo de internación en el lapso señalado fueron de 2,650 millones de dólares, 12.7% mayor que el año anterior, lo cual se aplica no sólo por una mayor entrada de turistas al país, sino además por un incremento en el gasto diario en dólares.

El turismo nacional mostró en los últimos años una notable recuperación. Se calcula que en el periodo enero - octubre cerca de 31 millones de compatriotas visitaron los diversos centros turísticos que ofrece el país, observándose una preferencia hacia los centros de la playa del interior.

En apoyo al turismo nacional y extranjero, las unidades de auxilio turístico continuaron proporcionando ayuda a los paseantes con problemas. En coordinación con varias secretarías y otros organismos, se estableció el "Programa Turismo Carretero", en el cual busca mejorar la seguridad, buen trato y eficiencia en la atención a turistas.

Así mismo se continuaron las acciones relativas a normar y regular la actividad turística, se fortalecieron la autorización, clasificación y vigilancia de establecimientos de hospedaje, y se facilitaron los trámites en la autorización para el funcionamiento de agencias de viajes, atendadoras y transportes terrestres. Los atractivos y servicios turísticos con que cuenta México se promocionaron a nivel internacional a fin de captar más turistas y divisas. En la promoción nacional las acciones se orientaron a desarrollar el turismo interno y estimular la repetición de viajes hacia los diversos destinos turísticos.

Mediante la firma de 38 convenios de instrumento promotor de financiamiento para el desarrollo de la oferta turística. Para agilizar sus esquemas de promoción, generó el concepto de Megaproyecto, que significa una oferta masiva de tierra en centros turísticos ya existente, bajo la dirección de un plan maestro y que desarrollan inversionistas nacionales y/o extranjeros.

Este concepto permite realizar en forma garantizada la infraestructura planeada; fortalecer la imagen del centro turístico; multiplicar la acción de promoción e incrementar las inversiones, elevar el volumen de empleo y reducir las inversiones del

fondo en el rubro de infraestructura, evitando así convertirse en un poseedor de activos que le representan cargas económicas y problemas de liquidez.

Por otro lado, para elevar la eficiencia y productividad del sector, se continuaron realizando actividades de capacitación, enseñanza e investigación turística, realizándose alrededor de 631 cursos de especialización en diversos estados de la República, en beneficio de 16,921 empleados y 2 mil empresas del sector.

De tal manera, puede considerarse que durante los tres primeros años de ejecución del Plan Nacional de Modernización Turística 1989-1994 se han realizado importantes avances, cumpliendo en gran medida los objetivos planteados.

3.3.3. - Plan Nacional de Modernización Turística 1989-1994.

1).- *Objetivos.*

Los principales objetivos planteados en el Plan Nacional de Modernización Turística 1989-1994 son los siguientes:

- a) - Fortalecer la identidad nacional, preservar y difundir los valores culturales e históricos de México
- b) - Coadyuvar al desarrollo económico nacional
- c) - Desarrollar una cultura nacional turística
- d) - Promover la imagen de México en el mundo

2).- *Estrategias.*

Las estrategias planteadas a fin de lograr los objetivos señalados son las siguientes:

a) - *Infraestructura vial.*

Coadyuvar el mantenimiento, modernización y ampliación del sistema carretero y a su señalización turística.
Mejorar y ampliar los servicios de las patrullas de auxilio turístico de SECTUR.

b) - *Fomento de la oferta.*

Incentivar la modernización y ampliación de la oferta existente e inducir a una toma de conciencia del valor de la calidad de los servicios.

Promover la creación de nueva oferta, principalmente en áreas susceptibles de demanda en razón de los atractivos que brinda.

Establecer una política flexible de apoyo financiero que beneficie a segmentos de inversión pocos favorecidos.

Racionalizar y simplificar las regulaciones administrativas

Adecuar la legislación turística a las necesidades del desarrollo

c).- Promoción de la demanda.

Aplicar los sistemas de promoción moderna en el proceso de comercialización de la oferta turística para el mercado interno

Promover el crecimiento de los mercados internacionales preferentes y procurar su diversificación mediante la explotación de nuevos mercados

d) - Coordinación

Establecer vínculos de coordinación estrecha con dependencias oficiales y grupos privados y sociales para multiplicar la capacidad de acción de todos ellos

Los cambios más significativos en materia turística durante los dos últimos sexenios son los siguientes:

En los años ochenta, la interacción de distintos elementos dio origen que se desarrollara en México una aguda crisis económica, en gran parte derivada de la caída de los precios internacionales de petróleo y del agudizamiento de la recesión mundial. El acelerado crecimiento económico verificado desde fines de los años setenta y hasta el inicio de los ochenta, había sido derivado fundamentalmente del incremento del gasto público. Los recursos gubernamentales provenían, a su vez, de las exportaciones petroleras que, adicionalmente, habían generado un endeudamiento externo significativo al sector considerado México, como país petrolero, un interesante sujeto de crédito para la banca internacional.

Otros componentes de la crisis eran igualmente perniciosos: una tasa de inflación significativa; un déficit público sin precedentes; la carencia de ahorro para financiar la inversión estatal por la contracción de créditos externos y el aumento de las tasas de interés a los mercados de capitales internacionales, que agravaron los problemas de la ya cuantiosa deuda externa mexicana, cuyo servicio imponía una carga excesiva al presupuesto y a la balanza de pagos, provocando el desplazamiento de recursos anteriormente destinados a la inversión producción productiva y a otros gastos. Además, la reserva internacional se agotaba, lo que implicaba una virtual posibilidad de suspensión de pagos, cuyos efectos eliminaban la posibilidad de obtener recursos frescos del exterior, necesarios para inyectarlos a la economía; otros aspectos del mismo problema era en contracción en la generación de empleos y las quiebras de empresas que intensificaban el desempleo, entre otros problemas.

Estos sucesos dieron el marco macroeconómico que definió prácticamente las políticas sectoriales de la economía mexicana durante la década de los ochenta. El turismo, con estos acontecimientos, fue retomado, de manera lógica por lo demás, como un instrumento económico auxiliar en la solución de esa problemática.

La altísima deuda externa obligaría a la celebración de negociaciones con los acreedores en una posición de debilidad y a la implementación de las políticas neoliberales

promovidas a través del Fondo Monetario Internacional (FMI). El colapso de las economías de los países del bloque oriental, con la consiguiente búsqueda de alternativas políticas económicas, consolidan los conceptos que promueven la revaloración y minimización del Estado dentro de la economía.

Las exigencias del FMI se centraba en el control del gasto público aplicado un nuevo liberalismo económico, que prerequisite para la negociación de la deuda y para la obtención de nuevos préstamos cuyos montos se pudieran inyectar a la maltrecha economía mexicana. Estos acontecimientos, llevarían a la reconsideración del papel que el Estado había estado jugando en la economía de México desde fin de la segunda guerra mundial, tiempo en la cual se había definido como un Estado de "economía mixta" (conjugando el principio, la filosofía de la concepción de la planificación central del Estado con la del libre juego del mercado).

La política turística de México en la década de los ochenta, estaría definida por la crisis económica del país. Y aunque algunos de los más importantes efectos del turismo ya se encontraban en cuestionamiento en el ámbito internacional, en sus líneas básicas esta política estuvo enmarcada por concepciones tradicionales, siendo instrumentadas porque constituían la fórmula conocida de promoción turística cuyos efectos inmediatos se verifican en el ámbito económico: búsqueda de crecimiento regional, además de la tradicional argumentación relativa principalmente a los problemas relevantes, derivados de la generación de divisas y de empleo.

Los acontecimientos que se verificaban a nivel internacional, en cuanto a las indicaciones que apuntaban los cambios en la dinámica de los integrantes del fenómeno turístico a nivel internacional, no se encuentran en ninguna referencia de la política turística mundial en los Ochenta, tiene una dinámica impulsada desde esferas y ámbitos propios de los países desarrollados; algunos de los cambios más importantes son los siguientes:

Desregulación del transporte aéreo en Estados Unidos, lo que modificó en los ochenta muchos de los marcos tradicionales de competencia del servicio aéreo, con lo que ha influido en todos los otros sectores de la industria turística.

La diversificación en los atreces y métodos de operación y de comercialización de la aviación internacional, incluido el uso de los SRC.

La incorporación de nuevos países y destinos a la oferta turística mundial, que ha hecho más amplia las posibilidades de selección para los viajeros y más intensa la competencia por capturar el flujo de viajeros internacionales.

El comportamiento de los resultados económicos de la hotelería, que han variado significativamente para hacer menos rentable (al hacer más cara la construcción se requiere la elevación de tarifas, con lo cual se vuelve inaccesibles para el turista, y se hacen obligatorios los descuentos, cuyos beneficios se acumulan en otros de los agentes que componen la estructura de funcionamiento de la actividad). También se debe mencionar los cambios en las preferencias ambientales y arquitectónicas, que se orienta a la búsqueda de espacios ecológicamente preservados en un espíritu que intenta retomar la escala humana y que ha dado origen a la búsqueda de nuevas opciones de alojamiento y diversión.

Al compararse con décadas anteriores, el efecto del turismo en la economía del país parece haberse mantenido de manera relativamente estable en la década de los ochenta. La participación del rubro de hospedaje y conexos dentro del Producto Interno Bruto del país, se sostiene al rededor de 2.5% aunque en 1980 alcanzó 3.4%. El del transporte, que

no puede ser atribuido sólo al turismo. Ha aumentado significativamente su participación en los ochenta, al pasar del 2.5%-2.9% al 5.4% - 5.7% del total en la última década.

Durante los ochenta, ha mostrado una tendencia a la disminución respecto de las décadas pasadas dentro de su participación en la balanza de pagos. En el renglón de ingresos, se situó en un rango ubicado entre el 5.6% y el 8.2% (como el 11% y el 13% durante la década de los setenta). En el renglón de egresos, es decir, en el efecto del turismo egresivo, se mantuvo relativamente estable en los ochenta y se situó entre el 2.2% (el más bajo de las dos últimas décadas) y el 3.8%.

La apertura comercial del país también ha influido en el comportamiento del saldo de la balanza turística y su relación con la balanza comercial del país. En 1985 y por primera vez en la historia, el superávit de la balanza comercial - derivado del reducido monto de las importaciones - significó un financiamiento negativo del turismo a la actividad comercial de México, es decir, que lo que se exportó fue, como mucho, superior a la que se importó. Para 1990, con la apertura comercial en el pleno auge, representó a su vez, un financiamiento del 35.4% uno de los más elevados de la década.

Finalmente, en la generación de empleos, la actividad turística ha mantenido su importancia relativa respecto del personal total ocupado en el país durante la década de los ochenta: el total de los empleos atribuidos al turismo tiene una proporción que se sitúa entre el 7.7% y el 8.5% del total.

Durante la década de los ochenta y dentro de los contextos mencionados, la política turística verificaría dos momentos: uno en el que el Estado continúa siendo el principal responsable del desarrollo, al inicio del periodo presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado; el segundo, a mediados a su periodo, más o menos 1985, en el que se verifica un cambio de política (algunas políticas son de nivel más general y frecuentemente restrictivas, como la contracción del gasto público y de la eliminación de ciertos subsidios) en la que se inicia un proceso de desinversión, donde progresivamente se va desluciendo de sus activos y va promoviendo, en general, la empresa y las acciones privadas.

A final de los ochenta, ya durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, esas acciones se profundizarían para que el Estado desempeñe, sobre todo, un papel de promotor de la economía a través de las empresas e instituciones privadas. Este sería el giro de la política gubernamental en el turismo respecto del fin de los años sesenta y los años setenta, años en los cuales el Estado mismo había constituido en uno de los principales inversionistas, impulsando al crecimiento la oferta turística del país.

LOS CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE TURISMO DE MIGUEL DE LA MADRID HURTADO Y DE CARLOS SALINAS DE GORTARI

En la década de los ochenta, el contexto de crisis económica determinaría, nuevamente, la promoción del turismo en la concepción gubernamental. El programa Inmediato de Reordenación Económica, cuyos propósitos era solucionar los aspectos más urgentes de la crisis de manera inmediata, expresaba la vieja y conocida argumentación: "Para algunos países representa la principal fuente de divisas y para otros, como el nuestro, adquiere relevancia en el desarrollo económico y social por su capacidad para captar divisas,

generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, fortalecer la identidad cultural y estimular otros sectores de la actividad económica.¹⁴

El presidente Miguel de la Madrid Hurtado en su Primer Informe de Gobierno, se refiere al turismo en términos idénticos: "La importancia del sector turismo en el desarrollo económico y social, radica en su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, estimular a gran parte del resto de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural de nuestro pueblo".

Los demás aspectos de la política turística son referidos a cuestiones regulares (tarifas, definición de categorías de alojamiento y búsqueda de protección y auxilio al turista, que por las demás, han tenido un impacto polivalente en la industria).

Las variantes para el segundo lustro de los ochenta se establecerían en función de la filosofía económica en boga a nivel internacional, el neoliberalismo, que modificaría las pautas de comportamiento estatal en los sectores económicos, incluido el turismo. Las variables básicas continúan sin cambio y obedeciendo al mismo criterio fundamental.¹⁵

Las condiciones, sin embargo, eran diferentes, tanto en el ámbito internacional como en el nacional. Por parte, se encontraba en dramático final del sexenio de López Portillo, y las repercusiones económicas de la recesión internacional, con la crisis paralela en la que sumo a la economía mexicana, que definiría todas las pautas de las políticas sectoriales de los años subsiguientes, incluidas naturalmente las del turismo. Por la otra, actividad turística internacional, descrita en el capítulo anterior.

También, alguno de los procesos más importantes en el sector turístico mexicano se entiende a partir de marco de referencia que se establece con la incorporación de México en el GATT, con la política de desincorporación de activos del gobierno federal, así como de otros hechos relevantes relativos al papel del Estado en la economía.

Las variables de la política turística respecto de las dos décadas anteriores fueron relativamente escasas, también porque obedecían a la concepción a uno de los personajes más importantes e influyentes de la política turística mexicana desde el fenómeno tomara impulso en la década de los sesenta: Antonio Enriquez Savignac. Fue Oficial de préstamos en el BID, como funcionamiento del Banco México sería designado por Ernesto Fernández Hurtado (subdirector del Banco Central en 1966) para preparar, en conjunción con los técnicos del Banco Mundial, todos los estudios que habrían de llevar a la selección de los Centros Turísticos Integrales de México Martí, Fernando, Cancún Fantasia de Banqueros, México s/d, 1985, p. 13. Fue también el primer director de FONATUR durante el régimen de Luis Echeverría y Subsecretario de Operación durante la administración de López Portillo. Sería designado Secretario de Turismo durante el sexenio de Miguel de la Madrid para ser apoyado posteriormente por el gobierno mexicano a fin de lograr la Secretaría General de la Organización Mundial, puesto que actualmente desempeña.

¹⁴ ¹⁵ SECTUR, Informe de Labores 1982-1983, México: SECTUR, 1983, Pág. 10.

LAS ACCIONES GUBERNAMENTALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

En los "Foros de Consulta Popular" se intentó dar sustento democrático de las acciones políticas que permitieran liberar la energía acumulada en las frustraciones del anterior sexenio. Se integro con ellos el " Sistema Nacional de Planeación Democrática" que avanzaría en la necesaria "descentralización de la vida nacional".

Existieron 13 comisiones de trabajo en los Foros de Consulta Popular,⁷³ ⁷⁴ que fueron realizados en Oaxaca, Distrito Federal, México, Veracruz, Mazatlán, Monterrey, Ensenada y Cozumel, donde la temática tratada fue: I) corrientes turísticas; II) turismo social; III) operación de hoteles, condominios y restaurantes; IV) agencias de viajes y servicios de tierra para el turismo; v) transporte aéreo en relación al turismo; vi) infraestructura, servicios públicos y abasto de ciudades turísticas; VII) financiamiento para el turismo; VIII) inversiones hoteleras; IX) promoción y publicidad para el turismo; x) supervisión de servicios turísticos; xi) formación de recursos humanos para el turismo; XII) descentralización y desconcentración y, finalmente, XIII) informática en materia turística.

*Los principales problemas expuestos podrían resumirse en cuatro temas básicos.*⁷⁵ ⁷⁶ (Deficiencias de la oferta: deficiencias en la entidad y el control de los servicios ofrecidos; oferta mínima de paquetes para los nacionales; necesidad de mayor participación en las decisiones sobre rutas aéreas, tarifas y vuelo de fletamiento e impulso a líneas de cobertura regional; Agentes de viaje orientados fundamentalmente al turismo agresivo; crecimiento incontrolado de algunos centros turísticos, que originaba desbaste, carestía en productos e insumos, y desajustes económicos y sociales;

Deficiencias en la promoción, el descenso de la corriente turística; se le atribuye por parte de los participantes esos foros, a las deficiencias campañas de promoción y comercialización en los principales países emisores

Deficiencias en la capacitación: escasa conciencia y profesionalismo de algunos prestadores de servicios públicos y privados; insuficiencia de los programas de formación de recursos humanos.

Deficiencia de información y de apoyo y coordinación gubernamental; carencia de información estadística oportuna, suficiente y confiable; inflación y tasas de interés que desalentaban al inversionista y que aumentaban los montos de las inversiones. Poca operatividad de las Coordinaciones Federales de Turismo en los estados.

LA PROMOCIÓN DEL ESTADO EXTERNO

La promoción y la publicidad han sido elementos medulares de la estrategia mexicana la promoción del mercado externo. Hasta 1984, esa actividad había concentrado el Consejo Nacional de Turismo que, con la muerte de su presidente, pasó a formar parte de la estructura organizativa de la Secretaría de Turismo. El Consejo apoyaba fundamentalmente a organismos e instituciones de la industria que realizaban eventos

⁷³ ⁷⁴ SECTUR, INFORME DE LABORES 1982 - 1983, Página 27-30

⁷⁵ ⁷⁶ *Ibidem* Página 32-35.

sobre México, ofreciéndoles audiovisuales, folletos, carteles, y material impreso diverso. Los viajes de familiarización se realizaban para agencias de viajes, mayoristas, cadenas hoteleras, líneas aéreas, periodistas y grupos interesados en nuestro país.

La actividad promocional de la industria turística mexicana a nivel internacional, se ha verificado destacadamente en el Triangulo de Acapulco, que en 1990 había llevado a cabo su XV celebración (En el triangulo IX, fueron incluidos, por primera vez en el evento, seminarios y conferencias técnicas sobre atractivos y facilidades que se ofrecen, así como discusiones especializadas sobre temas de interés turístico, tomando como ejemplo otros eventos similares realizados en algunas de las bolsas turísticas del mundo)

En los ochenta, las campañas de prensa se llevaron a cabo en Estados Unidos y Canadá utilizando como slogan la frase "Sienta el Afecto de México" -"Feel The Warm of México". La campaña incluyó el uso de medios masivos de comunicación como la radio y la televisión de las cinco ciudades más importantes para México, haciéndose en coordinación con FONATUR y en ocasiones con Nacional Hotelera cuando era paraestatal.

En general, a pesar de las declaraciones relativas a las diversificación de mercados, se mencionan poco los mercados japonés y europeo aunque se participaba en los eventos internacionales más importantes de Europa como las ferias de SITUR, en Madrid, la Bolsa de Milán y la de Berlín. En París participa en el Salón Mundial de Turismo y Viajes y en América Latina en COTAL.

Las restricciones presupuestales obligaron a reducir las representaciones en el extranjero a la mitad, de 32 a 16, aunque se apoyaban todo tipo de eventos como el Festival turístico de Loreto, el Maratón Terrestre de Ixtapa (alguno de ellos dejaron de verificarse en años posteriores), el Mundial de Fútbol, y otros similares. En este mismo esquema se apoyó en 1989, la celebración en Cancun del evento "Miss Universo", que contribuiría a mejorar su imagen y a demostrar que los efectos de Huracán Gilberto, habían sido superados.

Otro evento relevante fue exhibición de arte mexicana "30 siglos de Esplendor", celebrado a partir de octubre de 1990 y hasta enero de 1991, en el Museo Metropolitano de Nueva York.

Con la drástica reducción del turismo receptivo, en 1986 y dentro del marco de PAIFT, la SCT y SECTUR acordaron el establecimiento de tarifas promocionales con descuentos de 20%-40% en vuelos con origen en las principales ciudades de Estados Unidos y Canadá y a trece destinos del país (en vigor del 16 de abril al 31 de diciembre de 1986). También se eliminaron restricciones sobre frecuencias en vuelos desde Europa. Aunque parecen haber auxiliado en su momento, el impacto de estas acciones no está bien determinado, sin embargo, dadas las condiciones de competitividad por las que atravesaba la industria de aviación en el mercado del Atlántico del Norte, es muy posible que su significación se viera disminuida.

También dentro del marco de PAIFT, se tomaron medidas entre diversas Secretarías de Estado (SHCP, SEDUE y SCT), para mejorar las instalaciones portuarias de varios destinos turísticos (Mazatlán, Puerto Vallarta, Zihuatanejo, Acapulco, Manzanillo y Cozumel). Se acordaron adicionalmente medidas fiscales para facilitar las importaciones temporales o de largo plazo destinadas a las actividades turísticas sin problemas las embarcaciones.

Otra acción importante, que se menciona rápidamente en un par de documentos de Sectur, lo representa el servicio de " sistemas electrónicos de información" de Gran

Bretaña (PRESTEL), Francia (MINTEL) y Alemania (BTX)⁷⁵ y el sistema 800 (Toll Free y Hot-Line) para llamadas sin costo desde Estados Unidos y Canadá. Aunque no se menciona cómo se realiza, se apunta también el servicio de información de SABRE mediante el cual se afirma: se proporciona información turística sobre 25 destinos turísticos del país, a 13 mil agencias de viaje en Estados Unidos y Canadá.⁷⁶

Otra acción relevante para la promoción internacional al fin de la década, fue la instrumentación de los "Fondos Mixtos de Promoción Turística"⁷⁷ donde la aportación de los recursos se verifica en forma tripartita y con sumas idénticas por parte del gobierno federal, el gobierno estatal y los prestadores de servicios del destino en cuestión (hoteleros y otros interesados). Esta forma triplica la capacidad de las promociones en el ámbito nacional e internacional y ha sido instituido en Cancún, Los Cabos, Mazatlán, Tijuana, Cozumel, Zihuatanejo, Acapulco y Manzanillo proyectándose su aplicación en otros lugares o zonas como en las denominadas Ciudades Coloniales, Mundo Maya y Ciudad de México.

En Estados Unidos se lanza la campaña "México, la Magia Nunca Abandona" y para el mercado hispano la campaña "El encanto de México te llama", dando énfasis a la promoción del turismo fronterizo. En este mismo marco de promoción del turismo de origen mexicano en Estados Unidos, se verifica la campaña de "Buen regreso a México, paisano", coordinado por la Secretaría de Gobernación y donde el auxilio turístico se expresa en las facilidades para ingresar al país en el menor tiempo y con las menores dificultades posibles, haciendo ágiles los trámites ante las autoridades migratorias y aduanales. El programa se encontraba en operación en Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Coahuila, Jalisco, Distrito Federal, Nuevo León, Oaxaca, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Zacatecas.

⁷⁵ ⁷⁶ Aunque en el informe no se menciona cómo funciona ni quiénes son los beneficiarios de estos servicios en México, SECTUR, Informe de Labores, 1985-1986, Páginas 162 - 163; también SECTUR, Retención de Autoevaluación 1983-1988, México, SECTUR, 11 de octubre de 1988, p. 20. Aquí se menciona que, "la distribución de los materiales promocionales es realizado por empresas especializadas y la formación a la industria y público en general se efectúa ahora, a través de los sistemas más modernos de cómputo y de telecomunicaciones..." Debemos recordar que los SRC en Norteamérica y Europa son fundamentalmente son un instrumento para el agente de viajes y que en los sistemas predominantes no se encuentran los apuntados. Los sistemas mencionados trabajando al inicio de los ochenta en los siguientes países: Travicom el sistema de British y KLM era más importante que Setel para ese momento; Minitel era la terminal del sistema Estérel de la Asociación de Agentes de Viajes Franceses (previsto para permitir el acceso a otros seis sistemas de reservaciones), que había iniciado operaciones en octubre de 1981; BTX, acrónimo de "Bildschirmtext", funcionaba desde 1980 en Austria y Alemania principalmente en este último, siendo administrado por el correo alemán. El sistema Star era el más importante en ese país e involucraba a los ferrocarriles alemanes, a Lufthansa y a TUI, conglomerado de agencias de viajes mayoristas. OMT, Estudio sobre la Adaptación del Turismo a las Nuevas Tecnologías: la telemática como caso preciso, Madrid, doc. PG (IV) B.3.2.1, 1983, Páginas 25 - 35 Actualmente todos estos sistemas están siendo paulatinamente eclipsados por los dos grandes de Europa, Galileo y Amadeus.

⁷⁶ ⁷⁷ SECTUR INFORME DE LABORES 1988-1989, Página 53.

⁷⁷ ⁷⁸ Aparentemente, el antecedente de los fondos era una demanda de la iniciativa privada. En 1987 Rafael Suarez, entonces presidente de la asociación mexicana de hoteles y moteles de la República Mexicana, expresó que el sector demandaba la comisión mixta, como una medida urgente de coordinación del sector. Alejandro Flores Kieg "Sobre las olas del turismo", Revista Expansión 10 de Junio de 1987, Página 34.

Conjuntamente con Honduras, El Salvador, Guatemala y Belice, se trabaja en el Programa de Mundo Maya, que tiene como objetivo promover la riqueza y la cultura del mundo maya a nivel internacional. Este sería uno de los más importantes proyectos de la promoción de playa. En realidad, el "Circuito Turístico de la Ruta Maya" había sido estudiado por CICATUR como proyecto mexicano desde la administración del presidente Luis Echeverría, habiendo contado en su momento con la participación de UNESCO, BID y OEA.⁸⁴ Los objetivos actuales de la promoción internacional expresados por SECTUR, se encuentran más diversificados, poniendo un tono particular en los atractivos diferentes a los de la playas, aunque también se incluye. Esos objetivos son:

- I) Mejorar la imagen de México como destino de alta calidad.
- II) consolidar los mercados primarios existentes y atraer nuevos mercados demográficos, psicográficos y geográficos.
- III) colocar a México como un destino de gran riqueza cultural, histórica y arqueológica, además de ofrecer las mejores playas.

Con lo que se da un crecimiento del Turismo Receptivo.

La participación relativa de México en la captura del turismo internacional ha permanecido sin grandes alteraciones en cuanto al volumen de arribos y en cuanto a los ingresos derivados, aunque en este último sentido parece tener una tendencia a la disminución, respecto de los arribos internacionales se sitúa en alrededor de 1.5% mientras que en los ingresos ha pasado del 2.3% en 1970, a 1.6% en 1980 y a 1.5% en 1990.

En 1990 se llega a México a la cifra de 6.4 millones de turistas, aunque en los ochenta se verifica, por primera vez en un decenio, cuatro años de decrecimiento: en 1981 y 1982, por los problemas derivados de los precios de la oferta turística en México y la recesión internacional; y en 1984 a 1985 por la conjugación de varios elementos: uno coyuntural (la promoción negativa para México en esos años así como la paridad cambiaria del dólar frente a otras monedas), y otro estructural, relacionado con la competencia de las líneas aéreas en el Atlántico del Norte, que favorecía a Europa como destino para el mercado norteamericano y que afectó la corriente turística hacia el país (que continúa estando muy concentrado en el flujo de viajeros estadounidenses al representar, históricamente, más de las cuatro quintas partes del total: 83%-84%).

Los sucesos coyunturales del decrecimiento turístico se verificaron al final del año de 1984, por un problema derivado del narcotráfico: Estados Unidos presionaba para que México permitiera un mayor margen de operación a sus agentes en el país (después de los acontecimientos relativos al caso del agente de la DEA, Enrique Camarena, que había sido secuestrado y muerto por narcotraficantes en ese año), exigiendo una acción más decidida por parte de las autoridades mexicanas contra la producción de envases y su introducción a Estados Unidos.

La presión política que tenía al turismo como un instrumento, se expresaba en las declaraciones del embajador John Gavin, hechas al final de 1984, alertando a los turistas de su país para que no corrieran riesgos en México al sugerir implícitamente inseguridad.

⁸⁴ ⁴⁰ Torruco M. Miguel, HISTORIA INSTITUCIONAL DEL TURISMO EN MÉXICO, 1986 - 1988, México, Asociación Nacional de Egresados de Turismo A.C. 1988 o.

para el turista. La presión incluyó el bloqueo de algunos pasos fronterizos entre México y Estados Unidos con la llamada "Operación Interecepción", en febrero de 1985. La cobertura noticiosa televisiva y la reacción de agentes de viajes, originó cancelaciones en la frontera y en los más importantes centros turísticos del país, particularmente en Guadalajara y Puerto Vallarta.

La embajada de Estados Unidos llegó a mencionar la necesidad de emitir un "travel advisory" a sus ciudadanos, aunque el Departamento de Estado finalmente señaló que no se emitiría. La Operación Interecepción, después de la intervención del presidente mexicano ante su homólogo norteamericano, fue cancelada al final de ese mismo mes (estos sucesos darían origen a la actividad gubernamental relacionada con la protección al turista y que se establecieron en el mercado PAIFT).

No obstante, la merca de la respuesta ya se encontraba en marcha. Los años de 1984 y 1985 fueron particularmente malos para el turismo receptivo de México, al disminuir su crecimiento en 2% en 1984 y casi 10% en 1985.

Como se ha apuntado, esa no aparece haber sido la única de la disminución. Se le sumaron también aspectos estructurales como la competencia de las líneas aéreas de Estados Unidos en la ruta del Atlántico del Norte, que puso a Europa al alcance de una gran cantidad de viajeros potenciales y a los ajustes de la paridad monetaria de los países europeos que propiciaron que esa región fuera más barata para los Norteamericanos. *

Otros casos coyunturales que afectaron el turismo receptivo, lo constituyen los sismos de septiembre de 1985, que se sintieron mayormente en el Distrito Federal y en los centros turísticos importantes: Acapulco y principalmente Ixtapa. La actividad gubernamental dentro del país y en el extranjero, difundiendo los alcances reales de los sismos, aminoraron el efecto. Sin embargo, aquellos hechos coadyuvaron a la reducción de la entrada de turistas a México. En septiembre de 1988, el Huracán Gilberto azolaría las costas de Quintana Roo, perjudicando gravemente a Cancún, el receptor de turismo extranjero más importante de México; también en este caso se reaccionaría rápidamente para aminorar los efectos devastadores del huracán en Cancún que habían preparado para viajar a ese destino.

A partir de 1986 reactiva la economía norteamericana que permite el crecimiento de turista, recuperándose el volumen y la tasa de crecimiento. Con todo, en el periodo 1980-1990, la tasa media anual de crecimiento es de 4.4%, inferior a la de las dos décadas anteriores: 6.3% de 1970 a 1980 y 11.5% de 1960 a 1970.

Cuando el dólar ha estado débil frente a las monedas de los países europeos o Japón, los viajeros tienen ofertas que les permite dirigirse a lugares donde su moneda tiene mayor poder adquisitivo e inversamente, cuando la relación paritaria se modifica para beneficio de los europeos, éstos viajan a Estados Unidos al tener ofertas atractivas en costo. Existen, además, otros factores que influyen al turismo en esas regiones como el terrorismo que afecta principalmente a las aerolíneas de los países desarrollados, siendo las de Estados Unidos sus objetivos frecuentes e impactando naturalmente el flujo de viajeros por el componente de incertidumbre involucrado.

El medio de transporte más importante para el turismo receptivo continúa siendo el aéreo, y parece estabilizarse una participación cercana a los dos tercios (61.1% y 64.8% en el promedio de los dos lustros de los ochenta), siendo superior a la del promedio de los lustros receptivos de la década de los setenta (42.3% y 54.1%), en los cuales el turismo que llegaba al país por vía terrestre, era todavía significativo. El turismo que llega por

charter mostró una mayor participación durante los años setenta que durante los años ochenta: 16.6%-16.8% contra 11.5%-11.1% respectivamente.

Se debe mencionar que en los últimos años de la década de los ochenta, el turismo por carretera ha crecido significativamente por la llegada de los mexicanos residentes en el exterior y favorecidos por la Ley Simpson - Rodino * que unido a las facilidades que han sido promovidas por diversas Secretarías de Estado (incluido el programa "por un buen regreso a México, paisano"), ha incrementado significativamente su número y su tasa de crecimiento. Llegó casi 2.1 millones en 1990, es decir, un tercio del turismo receptivo total (32.5%) habiendo verificado una tasa de crecimiento del 6.6% en el periodo de 1985 a 1990.

La estadía del turismo receptivo disminuyó en la década de los ochenta respecto de la década anterior (entre 9.7 y 10.4 días), aunque se recuperó ligeramente en el promedio de los últimos cuatro años: 8.6 días de 1980 a 1985 y 9.1 días de 1985 a 1990. El gasto medio diario en los ochenta se mantuvo con cambios poco significativos aunque fue superior al que se tuvo en los promedios de la década anterior. En los ochenta fue de 40.8-43.7 dólares estadounidenses, contra 29.3 dólares estadounidenses de 1975 a 1980 y 19.3 dólares de 1970 a 1975.

Estos datos aparecen apuntar la estrategia básica de la oferta turística mexicana que tiene en el precio-bajo - uno de sus más importantes factores de competitividad, también podría indicar la importancia de la intermediación de los mayoristas y operadores de viajes extranjeros, que frecuentemente obtienen tarifas muy rebajadas de los hoteleros, sobre todo tratándose de centros de playa, en cuyos lugares se concentra una buena porción de la demanda turística internacional.

Esta Ley promulgada en Estados Unidos el 6 de noviembre de 1986, favoreció el regreso de mexicanos que vivían en ese país. En términos generales, estableció un programa de regulación migratoria a empezar en mayo de 1987, donde el mexicano, demostrando su estancia continua y laboral en aquel país a partir del 1 de enero de 1982, podía tener categoría de residente temporal en Estados Unidos.

De 1975 a 1990, años en los que se disponen de una serie confiable de cifras, la participación de turismo extranjero en los centros de playa creció del 35.3% en 1975, al 44.4% en 1990, aunque llegó a representar el 50% en los años de 1983 y 1984. Si a los destinos de playa se le suma las tres ciudades más importantes del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey), se eleva la participación del turismo extranjero respecto del total, aunque tenga una tendencia de la disminución: 65.4% en 1975 elevándose al 73.3% en 1980 para reducirse al 60.8% en 1990.

Esta participación es importante porque se relaciona con la concentración de la oferta de categorías superiores que son operadas por cadenas hoteleras y que han sido, en buena medida, alguna de las más importantes beneficiarias de la actividad promocional y de incentivos que se otorga por parte del gobierno federal en la actividad.

Con las cifras que se disponen, que no son completamente comparables, la comparación de la distribución del turismo receptivo a México respecto de la década de los sesenta, ha cambiado significativamente lo que apunta a la creciente competencia de los centros turísticos mexicanos para capturar al turismo receptivo con una redistribución de los flujos respecto de tiempos anteriores: la zona más competitiva es la noreste, donde se incluye a Vallarta, Los Cabos y Mazatlán, que ha pasado del 10.8-7.8% en 1962-1963 al 16.3% para 1989 (Las cifras de Sector señalan una participación del 29.4% para los lugares de esta zona). La zona sureste también es muy importante, sobre todo para el

turismo extranjero porque incluye a Cancún y a pesar de que en las cifras del total no se aprecia claramente, teniendo una participación de aproximadamente una quinta parte del total

Si se explican también las cifras referentes al turismo receptivo por puerto de entrada donde las ciudades fronterizas son importantes para el turismo terrestre participando una cuarta parte total del turismo receptivo, aunque su proporción haya disminuido respecto de la década de los setenta y de los y de los sesenta, reflejando la importancia del servicio aéreo (21.7% en 1990 contra 41.3% en 1970 y 44.2% en 1962)

Por lo que respecta a los destinos de playa como Acapulco, Vallarta y Cancún, se observa la creciente importancia de su recepción aérea, que ha pasado de menos de una décima parte en 1970 (6.4%) a casi un tercio en 1990 (30.0%), este hecho se explica por el mejoramiento de la infraestructura de recepción aeroportuaria y la diversificación de las ciudades del extranjero conectadas directamente con aquellas que han hecho innecesarias la pernocta y la visita a ciudades como México o Guadalajara (hasta los años setenta funcionando como importantes centros distribuidores de tráfico) que, a pesar de ello, ha mantenido su participación del 23.1% al 22.7% de 1970 a 1990 respectivamente.

En lo que respecta al mercado Nacional también se da promoción

La importancia del mercado interno ha variado en la percepción de los prestadores de servicios aunque en general, reconocan que el turismo mexicano es una actividad élites.⁷⁹ ⁸⁰ por su parte, se encuentra presente en casi todas las declaraciones del sector gubernamental relativas a la promoción y, aparentemente, las acciones para lograr una mayor extensión dentro de la población que viaja han podido ser más efectivas que en el pasado

La importancia del turismo interno, que había subrayado desde 1980, durante la Conferencia Mundial de Turismo de Manila, se reconoce durante los años ochenta, "en virtud de que es seis veces mayor que el turismo receptivo, representado al rededor del 80% de la demanda de hotelería como promedio en todo el país. La importancia socioeconómica de este movimiento de viajeros radica en que contribuye al desarrollo regional equilibrada mediante una redistribución del ingreso, estimula la actividad económica, generando empleos, tanto directos como indirectos, además fomenta el conocimiento de los valores naturales y culturales, fortaleciendo de esta manera la identidad nacional y contribuyendo a satisfacer el derecho al descanso y recreación de los mexicanos"⁸⁰ ⁸¹

en el aspecto promocional se instrumentaron campañas de publicidad general como "México una aventura a tu alcance" que después se ampliaría con "México te da a escoger", "Seamos amigos del turista" y "Vacaciones de fin de semana". Promociones de lugares específicos se dieron con los slogans de "Colima, un mar de amabilidad"; "Mazatlán: todo y algo más", ampliándose en 1990 a otros Estados como son San Luis Potosí, Querétaro, Sinaloa, Nuevo León, Guanajuato, Michoacán, Estado de México. Posteriormente se inició el tema "México mi nuevo destino" y se verificó en 1990, el

⁷⁹ ⁸⁰ Armando Hujóquez Patrón, presidente de la AMAV en 1987, reconocía que lugares como Cancún, Cozumel o Puerto Vallarta, era casi inalcanzables para los mexicanos y "regalados para los extranjeros". SInombre "El turismo: seguirá siendo elitista?", *Expansión*, junio 10, 1987, p. 36.

⁸⁰ ⁸¹ SECTUR, Informe de Labores, 1989 - 1990, Páginas 12 - 13.

Primer Festival de Composición Musical "México Lindo y Querido", en colaboración con Bancomer y con Televisa

Las medidas concretas más importantes fueron las relativas al establecimiento de paquetes turísticos de carretera en temporadas bajas (VIII viajes Terrestres con Hotel), logrando reducciones importantes de precio

En este programa participaron hoteles, agentes de viaje y líneas aéreas. En ese mismo esquema se promovió el VHD (viaje hotel desayuno) con descuentos y condiciones similares a las de VHT. Posteriormente se ampliaría esta forma incluyéndose los VHP (viaje hotel pagado) y VIH (viaje hotel incluido) y VTP (viaje todo pagado).

En febrero de 1990 también se realizó la feria de "Turismo para todos", que busca la mejor utilización de la infraestructura turística del país, al mostrarse la oferta turística nacional para los nacionales.

Se menciona al turismo social dentro de los objetivos de estos paquetes; sin embargo, es un hecho que a pesar de la reducción de precios, difícilmente alcanzan los recursos económicos para que viaje una familia incluso de la clase media, al deparperizarse con los procesos inflacionarios sufridos por el país durante casi toda la década. A pesar de todo, también es un hecho que se implementaron otros programas con distintas instituciones como el DIF (vacaciones involudables), los sindicatos del Congreso de Trabajo, el TURISSSTE, la Promotora Turística del Estado de Hidalgo y FIDETO, entre otros, que tuvieron una amplia participación en los programas

FIDETO ha sido tal vez el más dinámico de los participantes. Celebró convenios específicos con 17 sindicatos con objeto de que VIDA, su agencia de viajes, promoviera sus servicios entre los afiliados abriendo sucursales de su agencia en Neocalpan, Aguascalientes, Acapulco, Campeche y Cuernavaca, con el apoyo de organizaciones y de particulares. Para auxiliar con financiamiento, se promovió el aprovechamiento del crédito FONACOT para la adquisición de bienes de servicio turístico, aunque su utilización no parece haber sido suficientemente amplia.

Otras medidas de promoción fueron la publicación de folletos y de la realización de campañas de orientación, elaborándose publicaciones como el Directorio de Hospedaje de Bajo Costo, el Directorio de Albergues y Campamentos y el de parques de Remolques.

También se promovió la creación de la Federación Americana de Turismo Estudiantil y Juvenil, con la participación de CREA (el Consejo Nacional de Recreación para la Atención de la Juventud, desaparecería en 1989 para integrarse a la Comisión Nacional del Deporte) y SETEJ (Servicios Educativos de Turismo para Estudiantes y jóvenes de México).

Desde 1982-1983, se estudiaba la implementación del servicio de reservaciones automatizado (SERTEL), que finalmente sería puesto en operación en 1985-1986. Este ha servido y sirve fundamentalmente a las agencias de viaje en sus reservaciones aéreas, pero está muy limitado para otro tipo de reservaciones como las hoteleras.

Actualmente también se proporciona atención y orientación legal al turista respecto de quejas, incidentes y emergencias, estableciendo comunicación directa con las autoridades.

Con lo que se da un incremento del turismo Interno.

Se conoce adecuadamente la dinámica cuantitativa del turismo interno aunque, en términos cualitativos, se desconocen muchas de sus características. En realidad, conocemos más y mejor del turismo receptivo que el turismo interno, fallando estudios e investigaciones que arrojen luz sobre sus comportamientos y hábitos de viaje.

El turismo mexicano que viaja dentro del país ha crecido considerablemente a pesar de las condiciones de la economía y de la propia oferta mexicana tan orientada a la captura del segmento internacional de viajes, sobre todo en los centros de playa, que frecuentemente ha subestimado el valor de la corriente turística nacional.

La problemática en la captura y el crecimiento del turismo extranjero ha significado casi siempre una reordenación al mercado nacional, que ha permitido aligerar algunas de las crisis de la oferta turística nacional.

En fechas recientes, sin embargo, por el crecimiento mismo del turismo interno se ha derivado una reacción de la industria que le presta una mayor atención de la que recibió en tiempos anteriores.

Tal vez el reconocimiento de esa importancia se le pueda atribuir, al menos en parte al papel que está desempeñando en el desarrollo de las formas alternativas de alojamiento (como el tiempo compartido), cuyo crecimiento ha significado la aceptación del producto por el mercado nacional, que ha encontrado en este concepto de cierta seguridad para vacacionar a un costo más o menos determinado de antemano y con las posibilidades de intercambio a otros lugares del mundo.

De acuerdo con las cifras de SECTUR, el turismo interno llegó a 36.5 millones de turistas mexicanos viajando dentro del país en 1990, poco más del doble del que se tenía en 1980 en el que la cifra era de 17.9 millones de personas; en 1970, el total llegó a 13.6 millones. En este último año, la relación de turismo interno respecto de la población total del país fue de 28.3% mientras que en 1975 y 1980 era del 26.8%; la relación se elevó importantemente en 1990, hasta alcanzar una participación del 43% del total de la población de ese año.

Lo anterior en realidad no significa que el viaje en México se esté democratizando aunque exista acciones específicas que apunten a su promoción institucional; más bien significa que hay un creciente número de mexicanos, que si bien podría estar limitado en número, se encuentra buscando opciones vacacionales y de viaje de manera más frecuente y diferenciada (de hecho, igual que a nivel internacional) que le hace merecer la atención que en últimas fechas se le está prestando dentro de la industria. El que la población urbana de México represente más de dos tercios de la población total, con una cifra de 68.8% para 1985 y de 71.3% para 1990, puede ayudar a explicar el crecimiento del turismo interno.

La participación del turismo nacional en los centros turísticos de playa de país y respecto del total de turismo interno en México, se ha reducido, del 13.7% en 1975 al 10.9% en 1990 siendo el año de 1985 en el que alcanzó la mayor participación de esos años con el 17.0%. Este turismo ha crecido poco menos del doble (81%) en quince años; pasó de 2.0 millones de personas en 1975 a 4.0 millones para 1990.

Estas cifras indican que los viajes que realizan los nacionales, lo han hecho a lugares que son de playa. Otro posible explicación del comportamiento de esas cifras pudieran ser los métodos de recolección y clasificación de las estadísticas del turismo nacional a esos centros, que podrían estar subestimados los flujos reales.

Si a las playas se le suman las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey, la participación del turismo nacional respecto de total de turismo interno, es de una tercera parte con una ligera tendencia a la disminución (del 36.4% en 1975 al 41.9% en 1980 año de la más alta participación y al 28.8% en 1990). Esto significaría que otros lugares del interior de la República están captando la demanda de viajes generada por las nacionales.

Se le da la promoción de la Capacitación de parte del sector gubernamental, se relacionan con la creación de instituciones, con la fijación de criterios para emitir planes de estudio, con la realización de seminarios y manuales de formación y con la realización de investigaciones cuyo contenido generalmente no se divulga. En este cubra es en donde más se han expresado deficiencias tanto por parte de los prestadores de servicios como por parte del sector Gubernamental.

La promoción de infraestructura en sus diferentes formas de arribo a los centros turísticos (acceso) aéreo, aeropuertos, carreteras, vehículos terrestres ferrocarriles y marítima. Los sistemas de Reservas computarizadas en México no han sido un instrumento promovido de manera significativa, a diferencia de lo que sucede en el ámbito internacional.

El único sistema operado desde hace ya varios años en el país, que data de los años 1985-1986, es el sistema SERTEL (Servicios de Telereservasiones). La base tecnológica con la que fue originariamente desarrollado, la constituye una de las primeras versiones del System One (de Delta, Northwest y TWA), que aparentemente fue adquirida por el gobierno de México, a través de la SCT, para su adaptación y desarrollo posterior.

Las diferencias en el avance tecnológico parece repetir la historia de la adquisición de tecnología en muchos de los demás sectores industriales que laboran con tecnología obsoleta, porque la versión con la que actualmente se trabaja en el ámbito internacional en System One es la generación número 15, que ha mejorado, ampliando y fusionado la información y los procesos, con lo cual se aplica por sí sólo el atraso del sistema que funciona en México.

El uso de Sistema Computarizados de Reservas, se apunlan de manera muy rápida en el Informe de Labores de 1987-1988 y el informe de la Reunión Autoevaluación de la Secretaría de Turismo ⁸¹ ⁸² como parte de las acciones verificadas para la promoción internacional, aunque es muy vago el papel que se le atribuye en ese desempeño. Se mencionan de manera concreta los sistemas SABRE (de Estados Unidos), MINITEL (de Francia), PRESTEL (de Gran Bretaña) y BTX (de Alemania) como los sistemas con los que se brinda información a los agentes de viaje y al público en general. Se informa también que en 1988, la Comisión de Agencias de Viaje atendió asuntos relacionados con SERTEL, aunque no se mencione el tipo de asuntos que se trataron. En 1989-1990, SERTEL es vendido al Grupo Sabré que había adquirido ya una parte importante de Mexicana de Aviación y las cadenas de Hoteles Camino Real, Westin, Maeva y Calinda.

La fuerza competitiva de los sistemas rivales parece ser un factor determinante para la sobrevivencia de SERTEL. En México, ⁸² ⁸³ ya se encuentran comercializando al sistema

⁸¹ Cfr. SECTUR, Informe de Labores 1987-1988, p.33 y SECTUR, Reunión de Autoevaluación de la Secretaría de Turismo 1983 - 1988, México, 11 de octubre de 1988, 48 pp.

⁸² ⁸³ Folleto informativo y entrevista directa con personal de SERTEL, Av. México Cuauhtémoc 343.

WORLDSPAN (que nino a Datas II y PARS), y se dice que cuentan en la actualidad con aproximadamente 350 agencias de viaje afiliadas

Al sistema SERTEL, se dicen que están afiliados actualmente 500 agencias aproximadamente, aunque otras fuentes mencionan la cifra de 100 agencias. Actualmente se utiliza básicamente, para la reservación del servicio aereo de Mexicana y Aeroméxico (propietarios del sistema), sin embargo, se verá inmerso en una competencia que difícilmente podría librar sin antes destinar recursos económicos y humanos significativos. SERTEL sería uno de los factores de avance de la industria turística nacional si logra competir con sistemas como el WORLDSPAN. En el caso contrario, su sobrevivencia misma estaría en juego.

Este es un aspecto medular de la política turística del país, a la que no aparece habérselo prestado de debida importancia. Los medios de comunicación han sido el verdadero puntal tecnológico de la industria turística, considerada frecuentemente como una baja demandante de tecnología avanzada. Así, el contenido de los mensajes y los medios de comunicación y su control, influyen cada vez más en la percepción que tiene la gente de una región, de un país o de un hotel o servicio específico. Los SRC son los instrumentos que permiten hacer ese control muy concreto, al poder influir sobre la decisión de compra hacia aquellas nombres que le resulte familiares a los consumidores. En el turismo esto es especialmente importante por la posibilidad de direccionamiento de los flujos. México ha resentido este manejo más o menos regularmente (boicot judío, caso Camarena, etc) concluyéndose que, en general, los aspectos negativos se difunden de manera inmediata mientras que los positivos no tienen la misma repercusión.

En el Marco del Neoliberalismo Económico del Estado Mexicano sus efectos en el Sector Turismo se encuentran condicionados a la Crisis económica con la deuda externa y su renegociación, imponen condiciones que, a firma en pocas ocasiones, están dictadas desde ámbitos exteriores a través del Fondo Monetario Internacional. Para la exitosa renegociación de la deuda y para la obtención de recursos frescos, se requiere que el Estado Mexicano implemente en el país medidas de tendencia neoliberal. Entre ellas se encuentra el adelgazamiento del sector público y medidas que hasta entonces, el gobierno ha considerado estrategias y/o necesarias como instrumento de promoción de las actividades sectoriales.

Se da una reordenación administrativa del Sector Turístico Gubernamental. La Ley Federal de Turismo de 1980, había sufrido cambios importantes en 1982 "al buscar la involucración de la Secretaría de Comercio en la aplicación de la Ley", no obstante se consideraba confusa en lo referente a la competencia entre diferentes dependencias gubernamentales, con lo cual se proyectó un nuevo ordenamiento. La Nueva Ley Federal de Turismo entró en vigor el 7 de Febrero de 1984 y derogó la anterior.⁽⁸³⁾

Esta última ley le atribuye a la Secretaría de Turismo, la adecuación de programas, así como la promoción, el fomento y la regulación del desarrollo turístico.

Otro cambio significativo es la Política de desinversión Gubernamental en el Sector Turístico ya que en el nuevo contexto de neoliberalismo económico, significa una actividad política de desincorporación de activos del gobierno federal. Y en el sector turístico, donde ha sido un relevante participante, es muy dinámica y visible.

83 LE SECTUR, Informe de Labores, 1983-1984, México 1985, pág. 24. También, SECTUR, Análisis de la Ley Federal de Turismo, México, SECTUR, Aecha (1988?), página 83.

El proceso de venta que permitiría allegarse de recursos para apoyar a centros turísticos en su etapa de despegue, se iniciaría a mediados de la década aunque aún en 1983 se establecía programas de inversiones cuyo objetivo era el desarrollo de las actividades turísticas, el papel que en realidad, en el aspecto promocional, ha seguido desempeñando con otros matices: "El objetivo básico del Programa de Inversiones en oferta turística es el de promover el desarrollo de los centros a cargo del Fondo [FONATUR], y de otros que son de interés prioritario, a través de inversiones en que equipamiento y servicios turísticos para motivar al sector privado y social a continuar con la creación e instalación de oferta complementaria, buscando así la consolidación de éstos".⁸⁴⁻⁸⁵

El número de empresas paraestatales a cargo de SECTUR, de acuerdo al Registro de la Administración Pública Paraestatal, publicado en el Diario Oficial el 15 de Noviembre de 1982, estaba integrado por 29 organismos y empresas. Paulatinamente se irían desincorporando aquellas que habían auxiliado al despegue del desarrollo de prácticamente todos los centros turísticos integralmente planeados.⁸⁵⁻⁸⁶

Para 1981 se promovía ya la venta de los activos del gobierno en Cancún e Ixtapa aunque se iniciaba la planeación de diversos proyectos de inversión que apoyarían el despegue de Los Cabos, Loreto y el arranque de Huatulco y Puerto Escondido, en Baja California Sur.

Para el final de 1983 ya se había vendido la Operadora Nacional Hotelera y Subsidiarias, incluidos 14 hoteles El Presidente (a la empresa Tural S.A. de C.V.) La participación del 38.8% de Fideicomiso propietaria del Hotel Aristo Cancún y el 74.5% de los derechos del hotel Aristos Ixtapa (vendidos al Consorcio Aristos), el 100% de los derechos del Fideicomiso Villas El Presidente, Garza Blanco, vendido al Grupo SIDER 21 de las 53 unidades de los condominios Kim-Ha, en Cancún y el restaurante Focolare en la Ciudad de México.

En 1986-1990, se vendieron los hoteles Aquamarina y Riviera del Sol, ambos en Ixtapa, Parador de Casas Rodantes el Tripui en Loreto, B.C.S. y los otros tres hoteles operados por Castles en Ixtapa, Gro., Puerto Escondido, Oax. y San José del Cabo, B.C.S.

También en esa ubicación, el Hotel Faldas de la Alcañaba (foy Howard Johnson), el hotel playa de la Audiencia, en Manzanillo, Col. Los Fideicomisos Varanar y Tangohunda en Huatulco (actualmente Sheraton Y Royal Maeva) y el hotel Biniguaenda, todas ellas construidas como parte de la estrategia del desarrollo de Huatulco.

Posteriormente se venderían los hoteles Playa Linda en Ixtapa, Zazil-Ha en Isla Mujeres, el hotel El Mirador en Acapulco y el Hotel Escuela La Paz, también se había vendido, a una empresa japonesa, el 51% de la participación accionaria del hotel Nikko. Luego se venderían a otras empresas de ese país los campos de golf de Ixtapa y Cancún. Adicionalmente se venderían los 22 locales del centro comercial El Parian, en Cancún y el hotel Nuevo Sol en Baja California Sur, así como la participación accionaria mexicana en el Fideicomiso Expreso Cañon del Cobre.

⁸⁴⁻⁸⁵ SECTUR, Informe de Labores, 1982-1983, México, 1983, página 171.

⁸⁵⁻⁸⁶ FONATUR tenía al inicio del sexenio, 33 hoteles; 8 restaurantes; 4 campos de golf; 6 empresas de apoyo turístico; 3 centros comerciales, 3 operadoras hoteleras y un centro de convenciones, incluía a Nacional Hotelera S.A. empresa estatal mayoritaria, que constituyó el brazo operativo de SECTUR en alojamiento y operación. En 1982 participaba con capital de riesgo en 21 Sociedades Anónimas y en 2 fideicomisos; operaba en 1983, 34 hoteles con 5800 habitaciones en 26 ciudades del país, además de 6 restaurantes.

Para 1990, FONATUR aún era propietario, a través de algunas empresas subsidiarias, de seis hoteles en Baja California Norte - Sur, mantenía una participación accionaria minoritaria en el hotel Calinda Aquamarina, la cadena de hoteles La Punta y el hotel Villa de Mar en Loreto, B.C.S., todas promovíendose para su desincorporación. También en proceso de venta se encontraba los hoteles operadores por Club Mediterráneo, como Villas Arqueológicas en Chichén Itzá, Coba, Uxmal, Cholula Y teotihuacán más de dos adicionales en las playas de Cancún e Ixtapa.

Además se encontraba en extinción el Fideicomiso Ex - Convento de Santa Catarina (el hotel Presidente Orizaba), estando en liquidación el Complejo Turístico Río Colorado, la Operadora de Servicios Turísticos y Portuarios Cabo San Lucas (Marina en Cabo San Lucas, B.C.S.) y la Arrendadora de Instalaciones Turísticas (AFTSA) ambas empresas filiales de FONATUR.

Otras ventas importantes en este decenio fueron la enajenación de la mayor parte de las acciones de Mexicana de Aviación y de Aeroméxico, las dos más importantes líneas troncales del país (actualmente, el gobierno federal sólo mantiene una reducida participación accionaria en algunas de las empresas más importantes como Nacional Hotelera y Mexicana de Aviación).

La desincorporación ha sido un éxito por la convergencia de algunos factores como: la posibilidad de adquirir esas empresas o activos a través del programa de swaps implementado por el gobierno federal en 1986, que en realidad se significaban para el comprador disminuciones significativas en el valor de los activos; la flexibilidad del gobierno federal en las negociaciones así como el interés de grupos que se encontraban en ámbitos diferentes al turismo pero que buscaban su diversificación en áreas de exportación (estos nuevos grupos parecen haber sido, al menos parcialmente, el resultado de la entrada de México en el GATT porque orilló a empresarios en el sector industrial a aglutinarse para reorientar sus actividades, de cara a al intensa competencia que se propició).

Podemos concluir los centros integralmente han desempeñado un papel significativo en el desarrollo de la industria mexicana. En 1990 los cinco polos capturaron poco más de la mitad del total de turismo extranjero que se hospedó en los centros de playa de país (55.8%) y una cuarta parte (24.8%) del total de turismo receptivo a México.

Y con mucho, Cancún ha sido el de más éxito, a llegado a una cifra que rebasa el millón de visitantes y su oferta de cuartos hoteleros en 1990 (17470 cuartos), supera ya la de Acapulco (17 001 cuartos), hasta hace pocos años el destino de playa mexicano que contaba con la mayor oferta de cuartos hoteleros del país (se espera que para 1991, Cancún cuente con un 10% más de habitaciones, lo que convertiría en el destino con mayor número de cuartos en el país).

Y este éxito ha marcado las pautas de la estrategia de acción gubernamental de la promoción turística del país y parece ser la razón por la cual se continúa promoviendo la creación de grandes (macro o mega) centros turísticos en el país, a pesar de que se verifico ya dentro de un marco de acción estatal cualitativamente diferente.

El modelo de Cancún se ha querido repetir de manera indefinida, a pesar de que otros centros turísticos, como Ixtapa y Loreto cuyo desarrollo inició en las mismas épocas, o un poco después no hayan obtenido los mismos resultados y de que el perfil y las tendencias de las preferencias del mercado internacional, así como su estructura de

comercialización, han estado cambiando de manera importante en esta última década para preferir los destinos más naturales y menos masivos.

Teniendo antecedentes previos, a partir de 1989, la nueva estrategia incluye la promoción para el desarrollo de centros turísticos integrales, donde FONATUR se convierte en una institución promotora que, representando el Estado, aporta la tierra y los proyectos y la iniciativa privada, nacional o extranjera, los recursos y las obligaciones del desarrollo. En el Primer Informe de la Secretaría de Turismo, ya en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se menciona que para impulsar al desarrollo turístico "... se ha implementado un conjunto de megaproyectos que constituyen en el eje principal del desarrollo de la oferta turística nacional, en donde se contempla la oferta a inversionistas nacionales o extranjeros, mediante el desarrollo de infraestructura y superestructura de servicios turísticos en forma ordenada, [que] permitirá el incremento de empleo y la generación de divisas"¹⁴

Los proyectos que fueron definidos bajo este nuevo esquema fueron: Puerto Cancún y San Buenaventura, ambos en Quintana Roo; Marina Istapa, ambos en Istapa Zihuatanejo, Puerto Escondido, Punta Bonó y Punta Nopoló, los tres en Baja California Sur; Puerto Chahué en Huatulco, Oax.; Puerto Bella en Cozumel, Quintana Roo y el Soldado de Cortés en Guaymas, Sonora, otros más se encontraban en estudio como el de Italia de Cacaluta en Huatulco, Oax.; Presa de la Amistad en Ciudad Acuña, Coahuila, Marina de San José en San José del Cabo, B.C.S. y el Desarrollo Golfo Norte, en el Golfo de México dentro del Estado de Tamaulipas. Otros proyectos menores se orientaban a la diversificación de instalaciones.¹⁵ Posteriormente se incluirían otros proyectos como Punta Maroma, y Mayahuit, en el corredor Cancún - Tulum; Real de Mar y Puerto Los Cabos en San José del Cabo.

Al inicio de la década de los noventa, alguno de los megaproyectos se encontraba en negociaciones (como Puerto Cancún inversionistas italianos); otros aparentemente se habían desechado (como el de la Presa de la Amistad, y el de Cacaluta) y otros proyectos más se habían concretado como Puerto Chahué, e iniciado, como el de San Buenaventura, el de Marina Istapa, en Guerrero, y el de Puerto Escondido en B.C.S. El primero se encuentra aún en la etapa de planeación, el segundo era antiguo proyecto de FONATUR que fue vendido para su desarrollo a SIDK y que se encuentra en etapa avanzada de comercialización y construcción. En el tercer caso, FONATUR participa con PRODIPE, que ha construido ya cierta infraestructura básica y la marina.

A estos proyectos se puede sumar otros más, promovidos por gobiernos del Estado como Acapulco Diamante, en Acapulco y otros de la iniciativa privada como Costa Dorada y Marina Los Sábalo en Mazatlán, Sinaloa; Playacar, en el corredor Cancún - Tulum; Bismar en el corredor Tijuana - Ensenada, por no mencionar sí a los más relevantes de los 17 sitios donde se localizan otros más de inversión privada.

La proliferación de proyectos de esta naturaleza no puede sino invitarnos a la cuidadosa reflexión, debemos estar conscientes de que la naturaleza del mercado y su dinámica actual, no parece responder a las expectativas que nosotros nos hemos hecho de él a juzgar por la actividad desplegada para la promoción de proyectos turísticos mega o cuasi-mega. En todo caso, únicamente aquellos proyectos cuyos promotores tengan

¹⁴ SECTUR, Informe de Labores 1988-1989, p. 18.

¹⁵ El FONATUR, Megaproyectos, 1990, México 1990. Los otros proyectos eran Mundo Maya; Corredor Tijuana - Ensenada; Circuito Turístico de Chihuahua y Circuito Turístico del Centro del País así como un centro de recreación en Cancún.

experiencia y hayan realizado los estudios pertinentes y tomado las decisiones adecuadas, podrán sobrevivir a una condición futura de competencia (que se antoja intensa y feroz) entre los distintos destinos turísticos mexicanos.

La factibilidad de algunos proyectos ha sido posible gracias a otros de las políticas gubernamentales que han influido importantemente en el sector: los swaps, que han permitido un considerable mejoramiento de las expectativas de rentabilidad entre los promotores privados de estos proyectos y al estar orientados básicamente al desarrollo de infraestructura o a la adquisición de activos gubernamentales.

Cabe mencionar que el crecimiento de los centros turísticos de México también ha conllevado alguno de los síntomas que apuntan a la problemática que se verifica en muchos destinos del mismo carácter en el mundo, no sólo en el evidente renglón de la depredación ecológica. Y si bien no se ha determinado acciones específicas que incidan en un control del crecimiento (por el contrario se ha seguido promoviendo), el hecho en sí se ha reconocido desde el inicio de los ochenta.

Las críticas provienen de diversos ámbitos. Luis Casasola y Sergio Molina apuntan alguno de los aspectos más relevantes de esa problemática para el caso de los centros turísticos planificados, pero también para los no planificados, que tampoco se excusan por esa razón.^{88 12}

En la Secretaría de Turismo se afirmaba que el desarrollo de la actividad turística "...ha originado concentración de ofertas en determinados lugares del país, en alguno de los cuales se ha llegado a registrar un deterioro de las condiciones ecológicas que dieron fuente a sus surgimientos"^{89 12} aunque considerada como excepciones a los polos de desarrollo integralmente planeados "...en tanto que su planeación se concibió integralmente, procurando la explotación de los atractivos naturales, el establecimiento de condiciones favorables y de confianza para la concurrencia de inversionistas... y la estrecha coordinación de acciones con los gobiernos estatales y municipales."^{90 12} La verdad fue que, muy poco tiempo después, también se incluyó a Cancún y otros centros planificados, dentro de la problemática derivada del crecimiento acelerado y a veces explosivo y cuyas consecuencias parecerían lógicas aunque muy perniciosas para la evolución armónica de los destinos, incluida la saturación y la depredación ecológica.

El Informe de Labores de 1982-1983 de SECTUR menciona medidas referentes al diagnóstico del medio ambiente en los centros turísticos. En Cancún, se determinan acciones correctivas de contaminación de la Laguna de Bojórquez y se realiza estudios del sistema lacustre para "prevenir el deterioro y corregir los existentes".^{91 12}

En el informe de 1987-1988, se mencionan estudios para preparar la demanda de la población y determinar la "...conveniencia de construir un nuevo centro de población, cercano, o bien, permitir que continúe el crecimiento de esta ciudad". También en este informe se mencionan estudios sobre la estrategia del desarrollo del corredor Cancún-

^{88 12} Casasola, Luis Turismo y Ambiente, México, Editorial Trilva, página 73, y Molina, Sergio, Turismo y Ecología, México 1993

^{89 12} SECTUR, Informe de Labores 1982 - 1983, página 14-15.

^{90 12} SECTUR, Informe de Labores 1982 - 1983, página 17-18.

^{91 12} Ibidem, página 162

Tulum," a fin de evitar el deterioro ambiental de la zona y la especulación en los terrenos disponibles"^{92, 93}

En años posteriores, se verifican las acciones que tenderán al control y preservación de los espacios naturales en el corredor, cuyas intenciones podrían representar la antípoda del desarrollo de otros centros turísticos del país, incluido Cancún.^{94, 95}

Otros destinos como Puerto Vallarta, Acapulco e incluso algunos de desarrollo más reciente como Istapa y Cabo San Lucas, también experimentaron la problemática derivada del crecimiento. Esos problemas no son sólo del tipo ecológico, existen otros igualmente agudos. Esto se refiere a las condiciones de vida de la población local (fin último de desarrollo según se afirma), que han sufrido de encarecimiento y desabasto de productos, incluida la vivienda.

Las razones de este desfasamiento parecen ser lógicas, la promoción gubernamental apoyó con créditos en infraestructura el desarrollo de la oferta destinada al turismo, fundamentalmente extranjero, con la que influyó en la concentración de las inversiones privadas en el ramo, ante las expectativas de rentabilidad en el sector turístico que es una actividad de exportación (ingresos en dólares y egresos en pesos), pero olvidándose de las inversiones, mucho menos rentable, orientadas al mercado local.

También parecen existir otras razones. Aunque se trabaja con acuerdos explícitos o tácitos, existió una falta de coordinación práctica entre FONATUR y los gobiernos estatales y municipales de las localidades donde se ubican los polos turísticos, que incidió en el agudizamiento de la problemática del desfasamiento entre el desarrollo turístico y el desarrollo urbano. Esta descoordinación parece derivarse en buena parte de la naturaleza, los objetivos y de los diferentes niveles de recursos económicos y de personal de aquellas organizaciones. De una parte FONATUR, con recursos humanos y económicos amplios y suficientes buscando el crecimiento fundamentalmente turístico, y del otro, los gobiernos estatales y sobre todo municipales que, por el contrario, sufrían de escasez de recursos humanos y suficientes, a pesar de ser los responsables del ordenamiento urbano, teniendo que hacer frente insuficiente e ineficientemente, a la problemática derivada del crecimiento (a veces explosivo) de la población local, paralelo al crecimiento de oferta turística, con lo que se cierra un círculo vicioso.^{96, 97}

Estos problemas han empezado a enfrentarse, como la implementación de planes de desarrollo urbano en diferentes localidades turísticas del país como en Cabo San Lucas e Istapa y con otras medidas orientadas a mejorar los satisfactores de la población local. Sin embargo, ésta es sólo parte de la problemática que se ha discutido y enfrentado, existe otra donde aún no se ha empezado la discusión, ésta se refiere al fin último del

^{92, 93} SECTUR, Informe de Labores 1987-1988, p.119.

^{94, 95} El gobierno del estado de Quintana Roo ha establecido las zonas y los límites del desarrollo turístico en Cozumel y en el Corredor Cancún - Tulum, teniendo como objetivo el lograr un desarrollo urbano concentrado y con servicios y la preservación del entorno ambiental y de los procesos ecológicos, fin último en el interés de los turistas que visitan la zona. En 1991 se firmó el Decreto de Reordenamiento Territorial, Ecológico, Urbano y Turístico del Corredor Cancún - Tulum. Con palabras de Carlos Salinas de Gortari, es necesario evitar que haya explosión ecológica y en vista de que la demográfica ya se había dado; el objetivo es "permitir un crecimiento más moderado y ordenado de lo que hoy es Cancún". Aparecido en El Universal, mayo 24, 1991, p.3.

^{96, 97} Véase el estudio de WESTUR - FONATUR, Evaluación Económica y Financiera Ex - Post, op- cita.

desarrolla, incluido el turístico, y que han sido ya planteados dentro del movimiento "Nuevo Tiempo Libre" por Sergio Molina, Roberto Boullón y otros^{96, 97, 98} que tiene a la consideración humanística y filosófica del ocio en nuestra sociedad moderna

Durante el último sexenio dentro del mismo esquema de política Neoliberal se crea El programa de Sustitución de Deuda Pública Externa por Inversión (swaps)^{96, 97} se instrumenta a partir de mayo de 1986 y como una de las resultantes del Convenio de Reestructuración de la Deuda Pública (cláusula 5.14), celebrada con el Fondo Monetario Internacional en 1985

De 1986 a 1990, la inversión de swaps en turismo sumo de 2861.4 millones de dólares estadounidenses, que representó el 38.8% de total de swaps en el país en esos cinco años⁹⁹. Hasta 1988, cuatro países concentraban el 75% de los swaps en turismo: Estados Unidos con el 25.1%, Reino Unido con el 18.8%, Panamá con el 18.7% y España con el 8.9%^{98, 99}

El programa fue suspendido temporalmente en 1989 al considerar que tenían fuertes efectos inflacionarios y con los beneficios solo para el inversionista^{99, 100} sin embargo, al lograrse los acuerdos con la banca comercial en julio de 1989, suscritos en febrero de 1990, se publicaron en marzo las bases de renicio del programa con algunas modificaciones: se limitó el valor de la deuda nominal a un total de 3500 millones de dólares estadounidenses, por un periodo de tres años y medio un descuento mínimo del 35%

El mecanismo se aplicaría según el proyecto, para cubrir hasta el 50% del valor de la venta de activos que realice el sector público (incluidos los megaproyectos) y para inversiones en obras de infraestructura pública concesionadas a inversionistas de los sectores privado y social^{100, 101} Se preveía la continuación de programa hasta 1993.

El Segundo Informe de Gobierno y reconociendo la importancia de la inversión de los swaps en el turismo, Carlos Salinas de Gortari expresaría que "... para ser una potencia

^{96, 97} Molina, Sergio, Rodríguez W. Manuel, Cuauaca, Felipe, Turismo Alternativo. Un Acrecimiento Crítico y conceptual, México, MANUAL IMPRESOS, S.A., 1986, página 221
Boullón, Roberto y Molina, Sergio, Rodríguez W Manuel, Un Nuevo Tiempo Libre, Editorial Trillas México 1984, Página 80

^{98, 99} En esencia, los swaps consisten en la compra de deuda externa mexicana denominada en divisas la banca acreedora y por parte de un inversionista que la adquiere por de bajo de su valor nominal; la entidad pública deudora o el gobierno federal, a su vez, entregan el equivalente al valor nominal de la cartera a la empresa mexicana a capitalizar, en pesos, con un descuento establecido inicialmente para la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en un rango que podría ir de 0% a 25% de acuerdo con los beneficios macroeconómicos de la operación. La empresa capitalizada emitiría acciones en favor de inversionista extranjero cancelándose el equivalente al valor nominal de deuda externa. En un primer momento estuvo invitado solo para inversionistas extranjeros pero se amplió posteriormente para incluir también a los nacionales, lo que sirvió para repatriar capitales de quienes habían sacado su dinero poco antes de la crisis de septiembre de 1982.

^{99, 100} SECTUR, Estadísticas Básicas del Turismo, 1990, página 335.

^{100, 101} Ortiz, Hugo y Wise Sidney, México Banco de Datos, año VI, México, Editorial Mexicana Financial Advisory Service, 1989, página 14.

^{97, 98} CONCANACO - SERVYTUR, Panorama, Página.94.

^{100, 101} Ibidem, páginas 96-97

turística mayor - hemos autorizado la sustitución de deuda pública por inversiones en infraestructura destinadas a siete nuevos centros turísticos", con lo que se busca nueva inversión nacional y extranjera^{101,12}

De julio a octubre de 1990, la Comisión de Turismo evaluó y dictaminó 58 proyectos de los cuales 37 fueron aprobados, de esto, 31 fueron autorizados por el Comité Técnico Intersecretarial^{102,13}

Entre los proyectos aprobados se encuentran en el Marina Istapa, en Istapa, el de Puerto Escondido en Loreto, B.C.S., Puerto Marques (Acapulco Diamante), Aoki (Hotel en Cancun), un muelle para cruceros turísticos (no ubicado), Puerto Aventura y Puerto Maya ambos en el corredor Cancun - Tulum, El Cid (En Mazatlán), Palmilla (en San Jose del Cabo) entre otros. Algunos mas, de relevancia para el turismo, se refieren a la aprobación para construir la carretera Chetumal - Acapulco

BANCOMER: representaciones estatales, bancos, casas de bolsa y organismos de sector privado, buscando "la concertación y la colaboración". En este marco, también se ha participado en seminarios de promoción e inversión en Estados Unidos (Washington).

La participación de la DMT en estos proyectos ha sido el otorgamiento de Asesoría Técnica Científica mediante la elaboración de estudios que son presentados a Consideración de los Estados Miembros en las reuniones desarrolladas por diversos Comités, de los cuales emanan decretos que sirven como guía a los miembros para agilizar las cuestiones turísticas, así como para el mejoramiento de los servicios que este sector requiere, además de las cuestiones sanitarias que se deben observar en la realización de las actividades turísticas. Estas últimas, va ser desarrollado de manera conjunta con otros organismos internacionales y regionales como son la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Las reuniones de los diferentes Comités de la Organización van dando forma a los distintos estudios que se van elaborando, con el patrocinio de algún país donante, es así que en el caso del comité de Facilitación se va a encargarse de presentar recomendaciones relativas a la salud de los turistas, facilidades para el ingreso de estos al país visitado, así como de posibles normas que agilizan el ingreso de los turistas en los Estados Miembros.

El Comité de Medio Ambiente, se encarga de la elaboración de las directrices que sirven al desarrollo del turismo, pero siempre respetando el medio ambiente que es un patrimonio invaluable de la humanidad, además de que ha demostrado que el turismo y el medio ambiente no son entes diferentes. En el desarrollo de algún proyecto turístico, se debe de prever la explotación que éste va a causar en el hábitat natural de esa localidad, pues el cuidado de los esquemas en los futuros desarrollos turísticos, así como en los ya existentes, será en beneficio de la situación local y del turismo mismo. Este último traerá como consecuencia un mayor dinamismo de las Corrientes turísticas en los países que han desarrollado esta actividad como un sector económico fundamental en su balanza de pagos en el Comité del Medio Ambiente se encargará de hacer las soluciones pertinentes y la someterá a consideración de los Estados Miembros para su posible aprobación por los mismos.

^{101,12} Para la promoción de inversiones se estableció contacto con las dependencias del Ejecutivo Federal, Embajadas México en el extranjero, Conserjerías comerciales de En México, en las ciudades más importantes de Baja California, Veracruz, Manzanillo, Mazatlán y Cd. de México, SECTUR, Informe de Labores 1989-1990, p.58.

^{102,13} SECTUR, Informe de Labores, 1989 - 1990, página 32.

El Banco Internacional de Desarrollo ha desempeñado un papel fundamental en la promoción del Turismo en México muy por el contrario de la OMT ya que es un organismo que carece de fondos para dar apoyo a los proyectos de los Estados Miembros, por lo que su función más elemental es la de dar asesoramiento a éstos últimos mediante estudios y estadísticas que elabora sobre las medidas que deben de adoptar para el desarrollo y mejoramiento de los Servicios Turísticos y el cuidado del medio ambiente. Los efectos en el turismo por el ingreso de México al GATT y el Tratado de Libre Comercio (TLC)

Son muy significativos ya que durante el sexenio de López Portillo había existido resistencia para incorporar a México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) Sin embargo, en noviembre de 1985, El Senador de la República, en respuesta a la petición del presidente, establece que a su juicio no existía inconveniente algún para que se iniciaran las negociaciones relativas a la adhesión de México en los términos que convenga al interés nacional¹⁰⁴¹

Muchas fueron argumentaciones que se dieron en pro y en contra, aunque cuántas manifestaron mayor oposición fueron los industriales medianos y pequeños, con el argumento de que acabaría con la industria nacional. Estos habían sido los más importantes beneficiarios de la protección gubernamental del mercado en todo el período de posguerra. En términos generales, la industria mexicana, sobreprotegida en todo ese tiempo, se encontraba a desventaja competitiva por el uso de tecnología obsoleta, falta de investigación y desarrollo de nuevos productos así como precios elevados, que casi nunca se justificaban porque muchos de sus costos operativos estaban frecuentemente subsidiados.

El ingreso al GATT significaba una competencia internacional muy intensa en las que se temía, como razón, que se desplazarían los productos fabricados en el país.¹⁰⁴² Mucho de estos industriales se orientaron, por lo tanto, a otras actividades.¹⁰⁴³ Los discursos oficiales y privados en el sentido de la competitividad mexicana en la actividad turística y la abundancia de sus recursos naturales en este ramo, aparentemente influyeron para que también hacia el turismo se reorientaran las actividades y recursos de aquellos sectores, al ser, además, una generadora de divisas y por definición exportadora.

¹⁰⁴¹ Cf. "México y el GATT, hacia la apertura de nuestra economía". Examen de la Situación Económica de México BANAMEX, México, enero 1986, página 12. El proceso en realidad había iniciado en julio de 1985, cuando se sustituyeron barreras no tarifarias (permisos previos), por tarifas (aranceles).

¹⁰⁴² Para fines de 1989, se sabe que entre las industrias más afectadas se encuentran las de electrónica y la de juguete, pero otras continuaban en la balanza. El Instituto Mexicano de Control de Calidad afirmaba que el número de industrias que había cerrado en las diversas ramas, a septiembre de ese año, llegaba a 70 mil. A este número, según afirmado al Instituto, se podían sumar 110 000 empresas carentes de competencia en el mercado internacional; es decir, la mitad de la planta industrial, que se estimaba en 20 mil empresas, "70 000 empresas carentes de control de calidad cerraron a causa del GATT" El Universo, martes 26 de septiembre de 1989, primera plana.

¹⁰⁴³ Se afirma que "...la incorporación de México al GATT no fue enfrentada con éxito por miles de empresarios que, ante la inminencia de competir con organizaciones internacionales, prefirieron apartarse de la contienda. Mucho de estos empresarios decidieron constituirse en intermediarios de las grandes corporaciones mundiales en diversas ramas e importar sus productos para distribuirlos aquí" Ibidem.

Este ha sido un fenómeno importante para la industria turística mexicana porque esa reorientación provocó un mercado de rápido crecimiento de oferta, cuyos resultados no fueron todos positivos porque provocaron paralelamente un aumento incontrolado de la oferta en destinos muy populares como Cancún¹⁰⁶,¹⁰⁷ que conllevó una sobreoferta y con ello una debilitación de la eficiencia comercial negociadora de hotelería sobre todo en algunos destinos de playa.

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

Este es el caso de Tural SA (integrado por un grupo de empresarios del sector comercial y financiero del país, que adquirirían Nacional Hotelera), otro grupo similar, Dietam, adquiriría Aeroméxico, de SÍDEK (anteriormente un grupo que laboraba fundamentalmente en el sector siderúrgico), Grupo San Luis (propietario de minas entre otras industrias y dueños de los hoteles operados por Hyatt que, posteriormente, pondrían también en venta), Grupo Brenner-Cosío (grupo industrial y comercial el primero y financiero e industrial el segundo), que adquirieron de Banamex los Hoteles Camino Real y Hoteles Calinda así como participación accionaria de Mexicana de Aviación, Grupo DSC (con intereses en el sector constructivo) y que conjuntamente con grupo español, han adquirido propiedades hoteleras en diversos lugares, Grupo Slim (vinculado con el sector comercial y de servicios), que adquiriría Hoteles Calinda del Grupo Casío, Cementos Mexicanos (CEMEX), que desarrollaría hoteles en diferentes centros turísticos bajo la operación Marriott, existiendo seguramente muchos otros grupos adquirentes de menor calibre que, agrupados o no, se integrarían al sector. De manera paralela, estos grupos se han propiciado una más amplia influencia a nivel gubernamental que se complementa con una tendencia de la organización de la industria turística mexicana, tradicionalmente muy atomizada y sectaria.¹⁰⁷,¹⁰⁸

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

¹⁰⁶ ¹⁰⁷ Cancún era uno de los centros turísticos preferidos para la inversión nacional porque era donde aparentemente, se garantizaba la rentabilidad de las inversiones al trabajarse en una situación muy positiva de desarrollo hasta el inicio de la segunda mitad de la década de los ochenta. Las masivas inversiones generaron una sobreoferta cuyo crecimiento no fue paralelo a la de la demanda. La nacional se contrajo por los precios y la extranjera redujo importantemente su crecimiento, lo que generó una debilidad de negociación ante los mayoristas extranjeros, que quedaron con el control de la situación desde entonces. Este proceso fue muy claro en los meses que le siguieron al huracán Gilberto, donde se llegaron a ofrecer cuartos para la temporada en las categorías superiores por 20-30 dólares estadounidenses, afectado a prácticamente todos los destinos de playa y haciendo evidente la creciente competitividad interna de los centros turísticos de playa del país.

¹⁰⁷ ¹⁰⁸ Se han creado organizaciones que aglutina a inversionistas, desarrolladores y comercializadores de productos turísticos, además de las organizaciones tradicionales de la industria como AMAY y las Asociaciones de Hoteles. En julio de 1987 nació la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), que agrupa inversionistas, desarrolladores, operadores, comercializadores y en general personas físicas y morales relacionadas con la Industria Turística. Por esas fechas también se creó el Consejo Empresarial Turístico que se constituye sólo con los grandes inversionistas del sector turístico del país, siendo la cúpula empresarial del ramo. En octubre de 1982 había nacido la organización llamada OTURMEX (Operadores de Turismo Receptivo de República Mexicana, A.C.). Contaba con 39 socios de acuerdo a su Directorio de 1991.

cuyas consecuencias para la industria turística mexicana serán muy importante. La negociación del Tratado de Libre Comercio (TLC) a celebrarse de manera tripartita entre Canadá, Estados Unidos y México, responde a la lógica de competencia mundial de bloques económicos y a la tendencia integradora y globalizadora de la economía mundial.

De hecho, Estados Unidos Tiene como objetivos planteados en el TLC, al menos, los que ese país ha planteado durante la ronda Uruguay del GATT. Se pretende "abrir de manera más amplia los mercados internacionales a los prestadores de servicios para que pueda competir en el extranjero como si fuera nacionales". Entre los servicios a los que deberán abrirse los mercados mundiales destacan, entre otros, transportación, telecomunicaciones, cabotaje, turismo, industrias de la construcción y de franquicias.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Estados Unidos ha manifestado el interés que tiene por lograr una apertura total en el área de servicios, donde se incluye al turismo, así como la eliminación absoluta de restricciones aplicables a la inversión extranjera (en el caso de México aplicable a la proporción 51%-49% de la inversión en todos los sectores económicos y no sólo en la hotelería y en otros sectores seleccionados)

Los efectos de estos procesos serán relevantes¹⁰⁹ ¹¹⁰ porque afectarán el renglón de transporte, el bancario y el de agencias de viaje, así como el del sector inmobiliario, todos ellos elementos básicos del desarrollo del sector y que muy posiblemente, aunque de manera paulatina, se integrarían al sector turístico norteamericano

Otras consecuencias positivas para el país, serían por ejemplo, la generación de una mayor confianza en las inversiones del exterior, ante los pobres resultados de la captación de la inversión extranjera directa. También podría tener un factor en las expectativas de rentabilidad, que en México han sido tradicionalmente muy elevadas y que con la competencia de aquellos países, podría y sólo podría, prolongarse en tiempo y reducirse en proporción respecto de la inversión total.

Los Megaproyectos dentro del marco neoliberal de acción estatal se encuentra sustentados dentro de la política de desarrollo turístico del gobierno federal de la década de los setenta se centró en la creación de polos de desarrollo turístico integralmente planeados. Esto se habían derivado del marco internacional que promovía al turismo como uno de los instrumentos de desarrollo económico de los países subdesarrollados cuya efervescencia nacionalista reivindicaba la necesidad del desarrollo económico. Ya en la

¹⁰⁸ CONCANACO - SERVYTUR, Análisis Turístico, número 7, 23 de noviembre, 1990, p.4.

¹⁰⁹ Los aspectos más relevantes del TLC serían aplicación del principio de trata nacional a los proveedores de la mayoría de los servicios comerciales, entre los cuales se encuentran los relacionados con la actividad turística (aunque cada gobierno preserve el derecho de regulación interna de la prestación de los servicios); otros efectos se derivarían de la gradual eliminación de las barreras arancelarias y no arancelarias de los productos utilizados por las empresas turísticas (mobiliario, equipo, sistemas de cómputo; alimentos, bebidas, etc.). Medidas concretas destinadas al estímulo del intercambio turístico (facilitación de trámites migratorios, facilidades para que el turista introduzca, productos sin límites preestablecidos, etc.). Efectos en otros sectores de la economía como el transporte, las inversiones y las reformas fiscales así como el tipo de cambio de las monedas. Se propiciará la importación de tecnologías avanzadas y nuevos sistemas de reservaciones y ventas; se tendrán que mejorar la infraestructura de carreteras para ser competitivos; los precios estarán determinados por la paridad cambiaria del peso respecto del dólar, implicando una mayor o menor competitividad en servicios; además se propiciará la competencia entre las líneas de transportación para hacer frente al crecimiento.

decada de los ochenta, el marco lo constituiría la promoción del neoliberalismo económico y el cambio en la forma en la que el Estado se involucra en estos desarrollos.

Dentro de este nuevo marco, Huatulco se constituiría en el último de los polos con los conceptos básicos de los años setenta, porque su concepción original también fue de esa época.

Las Bahías de Huatulco habían sido, en realidad, uno de los sitios seleccionados para el desarrollo turístico desde los años setenta, conjuntamente con Cancún, Istapa, Loreto y San José del Cabo y se dice que era el preferido de los funcionarios encargados de la decisión.¹¹⁰⁴

Sin embargo, como en el caso de Puerto Escondido, Oaxaca compartía la desventaja de no tener la carretera costera (Acapulco, Salina Cruz) que facilitaron su acceso terrestre, lo que significaba la única opción fuera la vía aérea refiriéndose, consecuentemente, la decisión que daría origen a su impulso. Al finalizar la carretera, al inicio de los años ochenta, se presentaron las condiciones requeridas para iniciar su desarrollo.

Compartiendo muchas similitudes en su planeación con los otros polos, en Huatulco se planteaban ya la diferencia en la estrategia de desarrollo derivada del nuevo marco estatal y de las dificultades financieras del estado mexicano. Así se explica por ejemplo la intensa búsqueda de inversionistas en alguna de las instalaciones hoteleras necesarias para crear la masa crítica de despegue (casi desde el inicio de planteo la participación de la inversión extranjera y mexicana en Club Med de Huatulco y la rápida promoción de la desinversión en los hoteles construidos por FONATUR, como en el hotel Hemingway y los hoteles que actualmente son Sheraton y Royal Maeva).

La filosofía de los megaproyectos implica sumar y compartir esfuerzos, creatividad e inversión, con la iniciativa privada en proyectos integrales que buscan una mayor y mejor oferta de las instalaciones turísticas, orientadas a captar segmentos diferentes del mercado.

Para ejemplificar este tipo de proyectos tomaremos el de las Bahías de Huatulco.

La institución financiera internacional que más apoyo ha concedido a nuestro país, es el Banco Internacional de Desarrollo (BID), quien ha dado un eficaz respaldo al impulso de los centros turísticos integralmente planeados que fomentan el desarrollo regional, casos concretos son Cancún y Huatulco, en la Península de Yucatán y Oaxaca respectivamente, ciudades turísticas nacidas del favorable impacto derivado de los recursos allí invertidos y que son una clara muestra del fomento del desarrollo regional, la distribución de la riqueza, la creación de empleos dignos y la generación de divisas.

Las inversiones patrocinadas por el BID, ha tenido un gran éxito. El apoyo del BID al desarrollo de la infraestructura turística e nuestro país, comenzó en agosto de 1971, con préstamos por 21.5 millones de dólares, para las obras básicas iniciales en Cancún, tales como el aeropuerto internacional, urbanización, potabilización de agua, servicios telefónicos, saneamiento ambiental y el mejoramiento de centros arqueológicos en la zona.

¹¹⁰⁴ Martí, Fernando, Cancún... Editorial Diana, página 17.

A fines de 1985, el BID aprobó un nuevo crédito para el desarrollo de la infraestructura de Bahías de Huatulco por 45 millones de dólares, contando a demás, con aportación local de 195 millones de dólares, construyéndose en ese lugar, un aeropuerto internacional, cambios de acceso, infraestructura básica: agua y alcantarillado, energía eléctrica y comunicación telefónica, así como obras y servicios para la conservación del medio ambiente. Por otra parte, entre 1974 y 1990, FONATUR concedió financiamiento por 1,302 millones de dólares, a fin de que se construyeran casi 115 mil cuartos de hotel, se remodelaran 30 mil y se rehabilitaran cerca de 12 mil, contando para ello con el apoyo del BID que entre 1978 y 1986 cedió créditos orientados a éste propósito, que ascendieron a un monto total de 221 millones de dólares.

Los principales logros que han tenido nuestro México hasta 1990 mediante sus principales centros turísticos, son CANCUN. Hasta 1990, capturó cerca de 4 mil millones de dólares en divisas, generando asimismo, inversiones por cerca de 3 mil millones de dólares, que crearon a su vez, aproximadamente 96 mil empleos (directos e indirectos).

HUATULCO. Hasta 1990 generaba 2 600 empleos (directos e indirectos), acumulando en ese mismo año, ya que una inversión superior a los 312 millones de dólares. *De 1985 a 1991, su captación de divisas llegaba a más de 39 millones de dólares.*

IXTAPA. La inversión de éste sitio, alcanzaba ya los 707 millones de dólares en 1990, generando para ese año, alrededor de 11 665 empleos (directos e indirectos), habiendo captado también, cerca de 624 millones de dólares en divisas.

LORETO. Es uno de los desarrollos turísticos más pequeños de FONATUR, que sin embargo, ya cuenta con toda la infraestructura para cumplir con sus fines turísticos náuticos.

Hasta 1990, había captado divisas por 38 millones de dólares, y generado alrededor de 1 200 empleos (directos e indirectos).

LOS CABOS. De 1976 a 1990, acumuló una inversión de 400 millones de dólares, captando a su vez, en ese periodo, divisas por un monto total de 555 millones de dólares, creando alrededor de 10 mil empleos (directos e indirectos).

Para 1991, el BID otorgó a México un préstamo por 150 millones de dólares para el mejoramiento de la infraestructura de servicios en los centros turísticos de Bahías de Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, San José del Cabo y Cancun, como son: agua potable, alcantarillado, tratamiento de aguas, transporte y telecomunicaciones, además de planteles educativos y centros de salud. También alguno de éstos centros de recursos, serán canalizados para nuevos proyectos que impulsará el FONATUR.

3.4 .- Ejemplificación de un megaproyecto.

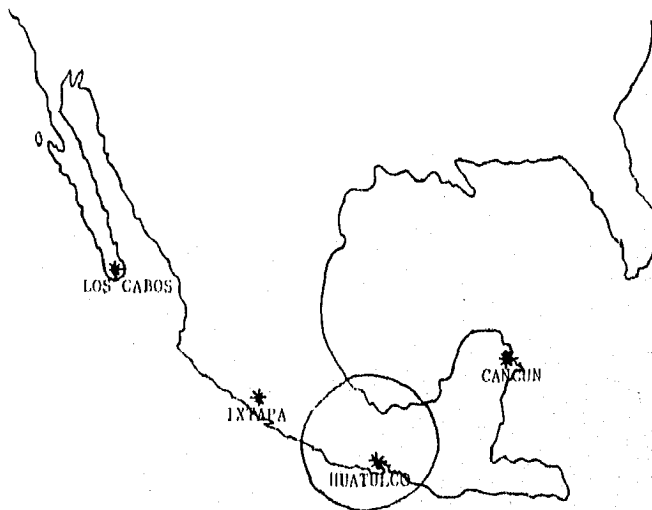
El desarrollo de las bahías de Huatulco constituyen el más joven de los 5 centros turísticos integralmente planeados por FONATUR. Esta situado en la costa del Estado de Oaxaca, en las estribaciones de Sierra Madre del Sur, a 277 Kilómetros de la ciudad de Oaxaca y a 922 de la capital mexicana.

Las Bahías de Huatulco fueron seleccionadas por FONATUR por sus características únicas: la belleza excepcional del sitio y la cercanía con atractivos culturales, con el

propósito de integrar la Costa Chuna de Oaxaca al desarrollo socioeconómico del país y forzar la creación de destinos de playa en el Pacífico Sur. Esto permitiría captar las corrientes complementarias del mercado europeo y sudamericano

Por su ubicación, las Bahías de Huatulco cuentan con diversas formas de comunicación: áreas terrestres y marítimas, que facilitan el trabajo de trasladar a sus visitantes desde distintos Orígenes nacionales y del extranjero

La naturaleza dotó el lugar con nueva paradisíacas bahías, cada una con características que hacen diferentes de las demás, que en forma consecutiva se extienden a lo largo de sus costas en un franja de 35 kilómetros de longitud y 7 de ancho



FUENTE: FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO SUBDIRECCION GENERAL DE COMERCIALIZACION

No obstante sus atractivos, la zona se encontraba en una situación de rezago económico debido a su aislamiento, y sin ninguna alternativa de aprovechamiento, por lo que FONATUR la seleccionó para establecer las Bahías de Huatulco y con ello dar un fuerte impulso a la región.

Aunque las Bahías de Huatulco se seleccionan en 1969, no es sino hasta 1981 que se iniciaron los trabajos definitivos para determinar características generales del desarrollo.

En 1986, se firma el contrato de marítimas, crédito para el proyecto Huatulco con el BID, bajo las premisas de estrategia turística y de desarrollo urbano de las Bahías de Huatulco, elaboradas en 1985.

La estrategia de 1985, tenía como objetivos principales el desarrollo de la región, la creación de empleos productivos, la diversificación de la planta nacional turística y la captación de divisas. En ellas, se adoptó un esquema de ocupación del territorio en el que se otorgaba prioridad al desarrollo de los valles, preservando las zonas montañosas, exceptuando las mesetas de San Agustín y Altos de Chachacual que constituirían la reserva a largo plazo.

La estructura urbana que se establecía, era polinuclear (estructura urbana conformada por varios núcleos urbanos dispersos en las 21,163 hectáreas), en las que se distribuían las funciones urbanas y turísticas en 2 sectores y 13 distritos.

De acuerdo con el proyecto, al sector denominado Bahías se le asignaba como función principal la turística, y además se le convertía en sede del Centro Urbano Cívico Cultural.

Al sector Bajos, la diversificaba en sus funciones, ya que además de la actividades turística, alojaría a la pequeña y mediana industria, las actividades agropecuarias y parte importante de los servicios estrictamente urbanos, ya que en él se localizaría el 61% de la población total.

La estrategia de 1985, también establece a corto plazo el desarrollo paralelo del sector Bahías y Bajos, con la finalidad de mantener el control de todas las áreas con aptitud turística, que hacen viable el proyecto las Bahías de Huatulco.

El desarrollo de éste polo se orientaba a apoyar la creación de infraestructura urbana y turística, que permita atraer la inversión privada, en particular la extranjera, el inducir el desarrollo con servicios de alta calidad, que promueva la confianza en aquellas, para que desarrollen nuevos productos orientados a segmentos potenciales como el cultural y el ecológico.

De acuerdo con el Plan Maestro de las Bahías de Huatulco, la zonificación del territorio responde a las condiciones de medio natural, al concepto de baja densidad y a la concentración de la actividad en zonas puntuales.

Bajo ese planteamiento, de las 21,163 hectáreas destinadas al proyecto de las Bahías de Huatulco, el 69% (14,763 hectáreas), se destinaron a la conservación ecológica; el 14.5% (3,069.2 hectáreas) a la zona turística; el 9.5% (2,017.9 hectáreas) a la zona urbana; 4.3% (903.3 hectáreas) al aeropuerto y el 2.4% (500 hectáreas), a las actividades agrícolas.

Desde el inicio del proyecto y de acuerdo con el Plan Maestro, FONATUR canalizó esfuerzos hacia la construcción de una red de agua potable, planta de tratamiento de aguas negras, obras de protección fluvial, caminos y vialidades, subestación eléctrica,

servicios telefónicos, una dársena, campo de golf de 18 hoyos, una marina, un aeropuerto internacional, un boulevard costero y el acondicionamiento de todos los servicios para el poblado de apoyo La Cruzcita.

Durante 1990-1991, se llevó a cabo la actualización del Plan Maestro de las Bahías de Huatulco, con el objeto de adecuar la estrategia de apertura, a largo plazo de la zona de los Bajos, así como la revisión de la capacidad y composición de la oferta.

Como parte de la actualización, se elaboró el programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de las Bahías de Huatulco, en las que se especifican los lineamientos de desarrollo y se da cumplimiento con la legislación vigente en materia de asentamientos humanos, la que se refiere al ordenamiento y regulación del desarrollo urbano de las Bahías de Huatulco.

Como consecuencia de todo, se afinó concepto del desarrollo turístico de las Bahías de Huatulco como un centro turístico de playa, con una imagen distintiva, de baja densidad, integrado a la cultura y a la naturaleza, buscando un equilibrio entre los mercados.

OBRAS REALIZADAS EN EL DESARROLLO

Los trabajos realizados por FONATUR desde los inicios del desarrollo que estuvieron dirigidos a facilitar la participación de los inversionistas, hicieron posibles que las Bahías de Huatulco sean hoy uno de los destinos con mayor potencialidad como centro turístico integralmente planeado.

Las obras ejecutadas por el FONATUR a agosto de 1994, pueden resumirse de la siguiente manera:

OBRAS DE URBANIZACIÓN

CONCEPTO	UNIDAD	TOTAL
URBANIZACIÓN	HA	334.3
VIALIDADES	KM	73.5
REDES DE AGUA POTABLE	KM	35.8
REDES DE ALCANTARILLADO	KM	127.6
RED ELÉCTRICA AÉREA	KM	21.3
RED ELÉCTRICA SUBTERRÁNEA	KM	5.1
RED TELEFÓNICA AÉREA	KM	24
RED TELEFÓNICA SUBTERRÁNEA	KM	5.0

Fuente: FONATUR. Folletos informativos 1994

NOTA: Toda información estadística de ejemplificación de un magaproyecto (Bahías de Huatulco) pertenecen a la misma fuente.

OBRAS DE INFRAESTRUCTURA BÁSICA

CONCEPTO	UNIDAD	TOTAL
CAPTACION DE AGUA POTABLE	1 PSI	163
ACUEDUCTOS	KM.	26
TANQUES DE REGULARIZACIÓN	M	4,500
EMISORES PARA AGUAS NEGRAS A PRESIÓN	KM.	6.5
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS NEGRAS	1 PSI	140
CANALES DE PRODUCCIÓN FLUVIAL	KM.	13
LÍNEAS DE TRANSMISIÓN ELÉCTRICA	KM.	223
SUBESTACION ELÉCTRICA	MVA	23
CENTRAL TELEFÓNICA	LÍNEAS	4,512
AEROPUERTO	LONGITUD DE PISTA EN METROS	2,700

OBRAS DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

CONCEPTO	UNIDAD	TOTAL
CAMPO DE GOLF	Ha.	70
OBRAS MARÍTIMAS:		
VOLUMENES DE DRAGADO Y RELLENO	M	215,000
OBRAS DE PROTECCIÓN		
ÁREAS DE AGUAS ABRIGADAS	M	390
ÁREAS DE AGUAS ABRIGADAS	Ha	4.4
MALECONES Y/O OBRAS MARGINALES	M	1,062
CAPACIDAD DE DÁRSENA	EMBARCACIÓN	320
EDIFICACIONES DE EQUIPAMIENTO	M	14,740

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Las Bahías de Huatulco contaban en 1988, año base que se toma para los cálculos de actual administración, con 592 cuartos de hotel, los que se estima, llegarán a 1791 para diciembre de 1994. Las cantidades reflejan una tasa media anual de crecimiento del 20.2%.

Por su parte, la oferta hotelera del desarrollo ha tenido, en los últimos 6 años, una ocupación promedio anual del 53%.

En el periodo de análisis, que comprende las expectativas a diciembre de 1994, el desarrollo tendrá una afluencia de 881 mil visitantes, lo que representa una tasa media anual de crecimiento del 11.1% tomando como base los datos de 1988.

En el análisis del Barómetro Turístico, se señala que del total de visitantes, 676.000 corresponden a nacionales (76,8%) y 204.600 a extranjeros (23,2%). Sólo los visitantes extranjeros arribados por vía aérea, dejaron una derrama total de 149,8 millones de dólares al cierre de la presente administración, como una tasa media anual de crecimiento del 77,3%.

A continuación, se detallan las cifras de cada uno de los conceptos mencionados por año.

CONCEPTO	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	TOTALES
CUARTOS	592	1.242	1.310	1.463	1.624	1.791	1.791	601.221
OCCUPACIÓN %	45	56	53	57	56	48	58	373
VISITANTES (MILES)	24,6	82,1	119	140,2	164,2	181,4	123,3	851
VISITANTES NACIONALES (MILES)	19,2	52,8	77,3	107,7	133,5	149,7	87,9	665
VISITANTES EXTRANJ. (MILES)	5,4	29,3	41,7	32,5	30,6	31,7	33,4	237
DIVISAS EN MILLONES DE DÓLARES	1	6,1	31,1	26	25,1	30,4	29,4	159

A continuación se muestra la evolución de los principales rubros estadísticos del desarrollo en el periodo de análisis y, como dato de referencia, se incluyen las cifras correspondientes a 1988.

CATEGORÍA	EVOLUCIÓN DE CUARTOS						
CATEGORÍA ESPECIAL	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
GRAN TURISMO					25	160	162
5 ESTRELLAS	60	648	648	648	751	783	784
4 ESTRELLAS	532	574	630	747	779	779	780
3 ESTRELLAS		20	32	46	47	47	48
2 ESTRELLAS							
1 ESTRELLA				22	23	22	24
TOTAL	592	1242	1310	22	23	22	24

CATEGORÍA	EVOLUCIÓN DE LA OCUPACIÓN HOTELERA (%)						
CATEGORÍA ESPECIAL	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
GRAN TURISMO					23	24	31
5 ESTRELLAS	40	57	61	68	66	59	68
4 ESTRELLAS	45	54	44	46	46	40	54
3 ESTRELLAS		93	83	71	65	60	56
2 ESTRELLAS							
1 ESTRELLA				41	56	56	40
TOTAL	85	204	188	226	233	239	249

CARACTERÍSTICAS DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA

Los visitantes nacionales, que llegaron a Huatulco desde 1989 al 31 de agosto de 1994, representan el 76.8% de la afluencia total y los extranjeros el 23.2%.

De acuerdo con el Panel Aeropuerto, el 62% de los visitantes nacionales que llegaron por vía aérea a este destino, tenían su lugar de residencia principalmente en el Distrito Federal, en segundo lugar se encuentra los residentes del Estado de México con 8.0% y el resto lo aportaron los demás Estados de la República.

Por lo que se refiere a los extranjeros que visitaron las Bahías de Huatulco por vía aérea, tenían su lugar de residencia principalmente en los Estados Unidos (55%), seguido por los residentes de Canadá, Europa y América Latina.

Estos movimientos de pasajeros han permitido que las aerolíneas nacionales programaran 40 vuelos semanales, para el bimestre Julio - Agosto 1994, con una capacidad de transportación de 4,558 asientos (237,654 al año) fundamentalmente con origen en la Ciudad de México y Oaxaca. Estas frecuencias son cubiertas por Mexicana de Aviación, Aerías de México y Aeromorelos.

En relación con los transportes internacionales, se programaron para el bimestre Julio-Agosto de 1994, 7 frecuencias semanales, con una capacidad de 1,092 asientos (56,937 al año), con origen en la Ciudad de Los Ángeles, ruta cubierta por Mexicana de Aviación. Durante los últimos 6 años, se puede contabilizar 8,246 frecuencias de vuelos comerciales y nacionales con una transportación de 580,029 pasajeros, con datos cerrados al 31 de agosto de 1994.

En 1,589 vuelos charters, registrados en el aeropuerto internacional de las Bahías de Huatulco, se transportaron 152,057 pasajeros, durante los últimos 6 años hasta el 31 de agosto de 1994.

AÑO	VUELOS NACIONALES	VUELOS INTERNACIONALES	TOTAL	PASAJEROS NACIONALES	PASAJEROS INTERNACIONALES	TOTAL
1989	55	150	213	3,180	16,369	19,549
1990	73	183	256	6,224	19,383	25,607
1991	166	118	234	9,315	13,534	22,849
1992	79	129	208	5,735	13,369	19,104
1993	254	110	364	16,777	14,248	31,025
1994	167	147	314	15,088	18,835	33,923
TOTAL:			1,589			152,057

MERCADOTECNIA DEL PRODUCTO

En los últimos años, FONATUR ha comercializado en las Bahías de Huatulco 433 terrenos, una conversión y desincorporación de 9 activos por un total de 123'261,811.62 Nuevos Pesos, los que a continuación se enumeran, teniendo en cuenta la fecha, el tipo de operación y el monto de la venta expresado en Nuevos Pesos.

VENTA DE TERRENOS

AÑO	LOTE	SUPERFICIE M2	VALOR TOTAL EN N \$
1988	10	8,066.03	1'007.78
1989	108	281,899.06	19'412,367.48
1990	30	81,307.60	9'204,941.5
1991	99	84,759.87	11'690,495.75
1992	110	40,109.06	5'574,431.38
1993	47	84,607.24	14'870,046.37
1994	29	28,131.80	7'630,421.72
TOTAL:	433	609,380.66	69'389,882.62

PROSPECTOS DE NEGOCIO.

Bajo esta modalidad se logró impulsar un proyecto inmobiliario en la Bahía de Tangolunda, en Huatulco, conocido como "La Recoleta", que permitirá complementar la oferta inmobiliaria adecuada de éste desarrollo. Las obras comenzaron el 9 de agosto de 1994.

COINVERSIONES

FECHA DE FORMALIZACIÓN	COINVERSIÓN	SUPERFICIE M2	VALOR DEL TERRENO N\$
17/ENERO/92	HOTEL OMNI ZAASHILA	116,824.08	11'044,368
TOTAL:		116,824.08	11'044,368

DESINCORPORACIÓN DE ACTIVOS

FECHA DE FORMALIZACIÓN	EMPRESA	VALOR TOTAL NUEVOS PESOS
01/OCTUBRE/90	HOTEL POSADA BINNINGUENDA	7'900,000.00
06/JULIO/92	DERECHO DE CRÉDITO TURÍSTICA BAHÍA DE HUATULCO	34'467,400.00
1991-1992	7 CASAS	460,161.00
TOTAL:		42'827,561.00

El 5 de Octubre de 1994, se firmó la venta de la participación accionaria de FONATUR del 21.94% en la empresa, Complejos Turísticos de Huatulco S.A. de C.V. por un monto de Dhs 2'510,644.00.

DESCRIPCIÓN DE MEGAPROYECTOS Y COINVERSIONES.

En el periodo de análisis, FONATUR comercializó en las Bahías de Huatulco, el megaproyecto Puerto Chituc, formalizado asimismo, en conversión los proyectos Club de Playa Tangolunda y Zaashila, de los cuales se enuncian los datos más sobresalientes.

PUERTO CHAUE

Este Megaproyecto, por sus características, representa una de las obras más ambiciosas del desarrollo de Huatulco, ocupa la parte oriental del Valle, con una extensión de 32.4 hectáreas, de las cuales, 20 (61.7%), fueron destinadas para lotes, 0.9 a la zona federal, 7.8 al espejo de agua y a las 3.8 hectáreas restantes, al canal fluvial y viabilidades.

En la actualidad, el proyecto cuenta con la infraestructura construida y con todos los servicios urbanos de primer orden, y se han implementado las estrategias correspondientes para continuar desarrollando las instalaciones y servicios con la participación del sector privado.

Entre los elementos y capacidades principales que definen a Puerto Chaue, destaca un canal de acceso a una dársena que permite la instalación de muelles florentes para conformar una marina con capacidad para 175 embarcaciones.

Rodeando las instalaciones náuticas, se han dispuesto lotes para la construcción de unidades condominiales y, frente a la marina, se definió un predio para la construcción de la marina seca, un lote 1.5 hectáreas para la construcción de equipamiento comercial y condominios en un lote destinado al club náutico.

El proyecto contempla dos terrenos hoteleros con frente de playa. Uno de ellos se ubica en el margen derecha del canal de acceso con una superficie plana de 3.6 hectáreas y una capacidad para soportar la construcción de 292 cuartos y un frente sobre la playa Chaue de 115 metros.

El otro predio se localiza en el lado opuesto, sobre un terreno de topografía irregular, que permite un diseño con excelentes vistas a la Bahía y a la Marina, con una extensión de 6.2 hectáreas y con una capacidad para 304 cuartos.

Sus características de ubicación posibilitan la construcción de una instalación hotelera muy exclusiva, que contará con una playa aislada, Playa Esperanza, de singular atractivo.

El canal de acceso también penetra hacia otro canal de navegación, en el que se dispusieron, en su lado este, dos lotes plurifamiliares y 40 lotes unifamiliares, todo con posibilidades de realizar instalaciones de ataque para sus propias embarcaciones.

La propuesta de FONATUR para la continuación del desarrollo del proyecto, consiste en obtener la participación del sector inversionista para que éste sea quien prosiga la construcción de las instalaciones señaladas en él, con el consecuente usufructo de las operaciones inmobiliarias, náuticas y hoteleras.

CLUB DE PLAYA TANGOLUNDA

Con el fin de dar apoyo a los hoteles instalados en la bahía y que no cuenta con playa, el 18 de Diciembre de 1991 FONATUR formalizó una conversión con ALEM S.A. de C.V., para la construcción de un club de playa en la bahía de Tangolunda, el que fue inaugurado en Diciembre de 1992.

El valor estimado del proyecto fue fijado en 1'531,623.05 dólares y FONATUR participa con el 10% de la empresa Tangolunda Club de Playa, S.A. de C.V., surgió a raíz de la conversión, en concepto de aportación de los terrenos de 4,424.87 metros cuadrados en los que fue construido el Club de Playa.

El fideicomiso tiene una vigencia de 30 años prorrogables y la forma de pago a FONATUR, ha sido establecida mediante acciones

PROYECTO ZAASHILA

El 17 de Enero de 1992 FONATUR formalizó una conversión con el Grupo Mar, S.A. de C.V., con objeto de construir un hotel gran turismo, con una capacidad de 120 cuartos, y 67 condominios, en su primera etapa, así como 55 lotes para villas residenciales y un lote condominial, en su segunda etapa. El valor estimado del proyecto ha sido establecido en 40 millones de dólares.

FONATUR participa con el 49% de la Empresa Rincón Sabroso S.A. de C.V., surgida como consecuencia de la conversión, y el concepto de inversión fue el aporte de los terrenos para la construcción del proyecto y efectivo a capital de riesgo. Tanto el hotel como los condominios, fueron inaugurados en julio de 1993.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

A través del Programa de Estudios de Mercado, se analiza el comportamiento de las Variables turísticas del desarrollo de las Bahías de Huatulco y las que definen el perfil del visitante, que se publican mensualmente en el "Barómetro Turístico" y trimestralmente en el "Panel Aeropuerto".

Los estudios continuos, dirigidos a conocer y definir las características de los potenciales mercados de inversión se transforman en la herramienta esencial de las operaciones de ventas realizadas en las Bahías de Huatulco, las que alcanzaron un monto de 123 millones de nuevos pesos.

Desde 1989, FONATUR realiza diferentes acciones tendientes a promocionar el desarrollo de las Bahías de Huatulco, a través de los subprogramas de Promoción a la inversión y a la Demanda, llevando a cabo campañas de publicidad a nivel nacional e internacional.

Con el propósito de informar al inversionista nacional y extranjero, se elaboraron diversos folletos y se actualizó el video promocional de las Bahías de Huatulco. Asimismo se promueve, en los medios impresos nacionales y regionales, la venta de terrenos y desincorporación de activos.

En cumplimiento del Subprograma de Promoción a la Demanda, FONATUR participó en la creación y mantiene su aportación en el Fondo Mixto de Promoción y Publicidad del Desarrollo Turístico, cuya campaña de publicidad internacional en Estados Unidos se inició en 1993 bajo el lema "Las Bahías de Huatulco, a Place Of Remote Possibilities".

En 1991 se editó la Guía Oficial de FONATUR del Estado de Oaxaca, cuyo contenido comprende una completa información turística del desarrollo, así como de la capital del Estado, Puerto Escondido y Puerto Ángel.

FONATUR interviene en los eventos nacionales e internacionales más relevantes de la promoción a la demanda turística (entre los que se destacan FITUR, ITB, las ediciones de Triangulo Turístico y de Eurobolsa) con materia promocional de las Bahías de Huatulco.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS Y EXTERNAS

Durante los últimos 6 años se concluyó con la primera etapa del proyecto las Bahías de Huatulco, financiada parcialmente con el préstamo 191/IC-ME, suscrito el 17 de Enero de 1986 con el Banco Internacional de Desarrollo (IID), por el monto de 450 millones de dólares, en el que generó una contraparte local de 133.3 millones de dólares.

Cabe mencionar que, a pesar del desfase por dos años en el periodo de desembolso, el esfuerzo de FONATUR estuvo dirigido a cumplir con todos los requerimientos contractuales del BID, por lo que se logró reactivar la ejecución de esa primera etapa durante la presente administración.

El desarrollo de las Bahías de Huatulco también se vio beneficiado con parte del préstamo 219/ICME, correspondiente al Tercer Programa Global de Crédito otorgado por el BID, cuyos trámites fueron iniciados por la administración anterior pero su operación fue puesta en práctica a partir de Diciembre de 1988.

Otra línea de crédito fundamental para el desarrollo de Huatulco, la constituye la 781/OC-ME, otorgado por el BID, aprobada el 19 de Enero de 1994 por 150 millones de dólares.

De total, Huatulco recibirá, según el calendario de compromisos, el equivalente a 44.1 millones de dólares para costos directos (obras de infraestructura básica y primaria medio ambiente y urbanizaciones), destinándose además una contraparte local de 11.5 millones de dólares para costo directo y 8.1 millones de dólares para ingeniería y administración, que se distribuye de la siguiente manera: para el Programa de Concientización Ecológica, el desarrollo recibirá 250,000 dólares, para estudios y proyectos, 2'629,050 dólares, mientras que para el concepto de administración de las Bahías de Huatulco, se han derivado 5'258,110 dólares.

CRÉDITOS APROBADOS POR FONATUR

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo aprobó, durante la presente administración, créditos dirigidos a financiar la oferta hotelera de las Bahías de Huatulco por un monto de 148.3 millones de nuevos pesos, que representan el 14.7% de los créditos autorizados a los 5 centros integralmente planeados durante el sexenio.

Los aportes crediticios, aprobados desde 1989 a 1994, representan el 33% del total de los créditos autorizados para las Bahías de Huatulco desde concepción.

La inversión generada por los créditos otorgados en el periodo, alcanzó la cantidad de 294.4 millones de nuevos pesos, lo que representa el 30% desde la creación del desarrollo.

En los últimos 6 años, se apoyó la construcción de 561 cuartos nuevos, que representan el 32% del total de la oferta actual en Huatulco.

Las operaciones construyeron a generar 372 empleos directos, durante los últimos 6 años, que representan el 32% de los empleos directos generados como consecuencia de las inversiones realizadas desde creación del desarrollo.

Durante el sexenio, FONATUR autorizó 17 operaciones crediticias a Huatulco, destinadas al financiamiento turístico del desarrollo. De total, 8 fueron derivadas a hoteles de 5 estrellas y 6 a los de 4 estrellas, 2 operaciones para hoteles de 3 estrellas y una para instalación diversa.

IMPACTO SOCIAL.

Las Bahías de Huatulco no son la excepción a los impactos socioeconómicos surgidos en la población regional, como consecuencia del desarrollo de los Centros Integradamente Planificados de FONATUR.

La inversión realizada en éste centro, que ha sido canalizada en infraestructura turística, ha permitido la descentralización estable de la población hacia la región en la que se encuentra el desarrollo.

De manera concreta, que se puede advertir el impacto social experimentado en las Bahías de Huatulco, considerando los siguientes parámetros:

CONCEPTO	1989	1990	1991	1992	1993	1994
POBLACION (MILES)	6.3	7.9	10.0	12.1	13.1	6.4
EMPLEOS TOTALES (MILES)	3.4	3.5	4.0	4.5	5.6	6.3
DIRECTOS (MILES)	0.9	0.91	1.1	1.2	1.5	1.9
INDIRECTOS (MILES)	2.5	2.6	2.9	3.2	4.2	4.4
VIVIENDA	1.6	1.8	2.3	2.5	2.8	3.3

1991 incluye cifras estimadas a diciembre de 1991

CAPITULO IV

MÉXICO Y LA O.M.T.

El presente capítulo trata de la relación entre México y la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.). Se aborda el papel de México en el desarrollo del turismo mundial, así como el impacto del turismo en la economía mexicana. Se mencionan algunos de los principales destinos turísticos de México y se analizan las estrategias de promoción turística que ha implementado el país. También se discuten los desafíos que enfrenta el sector turístico mexicano y se proponen algunas medidas para mejorar su competitividad. El texto está escrito en un lenguaje claro y conciso, con un enfoque académico y objetivo.

CAPITULO IV

MÉXICO Y LA O.M.T.

El turismo en México ha venido jugando un papel importante, en las últimas 4 décadas. En el año de la depresión económica mundial, el país fue visitado por una cantidad importante de extranjeros. Para ese año (1929), se creó en nuestro país la comisión mixta pro-turismo, con el fin de promover dicha actividad. En la ciudad de México se comenzaron a realizar obras con la finalidad de hacer resaltar sus varios atractivos.

Poco a poco comenzaba a haber mayor afluencia turística a nuestro país aumentando en período de los 10 años hasta 2.7 veces.

Sin embargo, comparado con los Estados Unidos de América, México tenía una participación muy pequeña en el mercado mundial, sentaba un bajo porcentaje con referencia a la demanda potencial que tenía el vecino país del Norte.

El principal mercado turístico lo presentaba E.U.A., aunque México era uno de los lugares que más visitaban los Norteamericanos, colocándolo en una situación favorable.

El turismo nacional se sustentaba sobre una base que le confería al visitante americano.

Es bien sabido que las características geográficas de México son de gran atracción para el turismo internacional, ya que tiene un sin fin de cosas que ofrecer al turista.

Su patrimonio cultural, tal vez, una fuerte motivación para conocer el país. A través de promoción de éstos, el Gobierno Mexicano ha buscado durante mucho tiempo una inserción mayor de México en el mercado mundial del turismo, mediante la creación de políticas económicas que favorezcan el desarrollo de esta industria, y del país simultáneamente.

La importancia de un análisis entre las relaciones e intereses de México en relación a la política turística y su participación en los organismos internacionales es un punto fundamental para identificar y pretender el papel y el desarrollo que el país realiza en tales organismos particularmente en la O.M.T.

De tal manera, en el presente capítulo se hace un estudio de los principales intereses que mantiene México en materia turística, para lo cual es necesario y en primer instancia, considerar las atribuciones de las Secretarías del Estado, en esta materia y posteriormente hacer un breve análisis de la actividad de SECTUR.

Retrospectando en el tiempo, podemos conocer que la relevancia del turismo en la economía comienza cuando el modelo de desarrollo estabilizador no responde ya a las expectativas de la nación. México requiere de un apoyo adicional para generar un mejoramiento económico. La actividad turística crece como respuesta a la incapacidad de otros sectores de la economía para captar divisas.

Esto motivó al gobierno a poner una mayor atención a dicha actividad y en el sexenio del Presidente Luis Echeverría Álvarez, se genera la nueva Ley de Fomento al Turismo con el objetivo de mejorar las condiciones del desarrollo del país.

Simultáneamente, se creaba un organismo financiero que apoyara con recursos dicha actividad.

Surge entonces el FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo), cuyos objetivos serían la investigación, proyección y ejecución de obras de infraestructura, de equipamiento turístico, gestión y financiamiento para fomentar y desarrollar la actividad turística, etc.

A pesar de que la industria turística en México se había desarrollado enormemente, no se lograba activar. Por ese motivo, las políticas económicas enfatizaron la idea de crecimiento económico a través de sectores que generan más divisas.

México pasó a formar parte de la Organización Mundial del Turismo de la cual se ha señalado ya sus antecedentes, como un miembro efectivo, en 1970.

La importancia de México en la creación de esta organización fue mucha, si se consideran las aportaciones que ésta ha hecho a través de sus discursos políticos, económicos y las experiencias que ha tenido en cuestión de turismo.

La puntualidad de los preceptos y lineamientos en materia turística, así como los objetivos, cuya materia principal es el desarrollo económico, colocaron a México como un constante aportador de elementos necesarios para la mejor organización y consagración de la O.M.T.

En los planes internos de desarrollo turístico de México, el concepto se amplió y se abarcaron, no tan sólo las cuestiones de infraestructura o servicios al turismo, sino cuestiones de tipo cultural, mejorar la empresa privada, expandir el sector, y la calidad de vida de los mexicanos.

Para el año de 1980, se aportará el "Plan Nacional de Turismo", cuyos antecedentes inmediatos se encuentran en la política seguida por el presidente José López Portillo. En el sexenio de dicho mandatario se comenzaron a generar pasadas con un comportamiento diferente a los principios y lineamientos de la O.M.T. Planes para un desarrollo constante y un crecimiento económico.

Se generaron una serie de lineamientos que abarcan todos los campos de influencia del turismo internamente, dichas lineamientos serían la política a seguir por el gobierno mexicano y la empresa turística en la década pasada.

Desde 1989, la O.M.T. tiene al frente, como Secretario General, al Lic. Enrique Savignac. La importancia de esto radica en que los lineamientos generales que éste hace a favor de la organización son acordes a la nueva política económica de México. Esto presenta no sólo una ventaja para nuestro país, sino para el resto de países del mundo.

Las políticas económicas de México difiere de los principios de la Organización Mundial de Turismo. Por ese motivo, es gran ventaja que un mexicano se halle al frente de dicha organización.

En los años anteriores los países industrializados sufrieron una desaceleración en diversos sectores económicos, al igual en los países subdesarrollados. El turismo sufrió también las consecuencias.

La O.M.T. se planteó entonces el propósito de promover el desarrollo del turismo para lograr una contribución a la economía, la paz, al respecto universal, la prosperidad, la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos.

México, por su parte, se planteó una política económica mucho más profunda que se apartaba de la O.M.T. por no convenir a sus intereses los lineamientos de la organización que fienaban su avance mientras se intentaba lograr un mayor equilibrio mundial en la cuestión turística.

México ha seguido, aún como miembro de la organización, lleva a cabo una política apartada buscando su inserción en el mercado mundial por méritos propios.

Si en un principio México vio en la O.M.T. una posibilidad de lograr un avance efectivo en su desarrollo turístico actualmente, su actitud frente a la organización es totalmente distinta. Esto no ha significado una ruptura ni mucho menos un enfrentamiento.

La política económica actual es, en México, una realidad que pretende un mejoramiento no tan solo de la economía.

Los objetivos de la O.M.T. son también objetivos de México. La separación de su forma de su actuar político se debe a una serie de factores que concurren en la realidad nacional y que provocan que sus soluciones sean acordes a los intereses particulares de México, desligándose así de esa organización mundial que pretende beneficios globales de tipo regional y en aspecto muy generales con los que México no tiene una relación tajante por falta de peso para sus intereses propios.

4.1.- Atribuciones de las Secretarías de Estado en Materia Internacional.

Las atribuciones que en materia internacional corresponden a la Secretaría de Estado tienen su fundamento en los intereses de México en el exterior; ya que ella se ha establecido en el propósito de protegerlos y hacerlos valer, de manera que para la comprensión de tales intereses es necesario analizar las atribuciones más importantes.

La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF) del 29 de diciembre de 1982, incluyendo hasta la reforma del 21 de enero de 1985, establece las atribuciones de las Secretarías de Estado, que en materia internacional competen principalmente a la S.R.E. y a SECTUR.

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES (S.R.E.)

En la LOAPF se estipula que la Secretaría de Relaciones Exteriores le corresponde "promover, propiciar y asegurar la coordinación en el exterior de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y sin afectar el ejercicio de las atribuciones que a cada una de ellas correspondan, conducir la clase política exterior, para lo cual intervendrá en toda clase de tratados, acuerdos y convenciones en los que el país sea parte"¹³¹ ¹³²

¹³¹ ¹³² Ley Orgánica de la Administración Pública. Ed. Porrúa, 1990, Artículo 28.
Ley Orgánica de la Administración Pública. Ed. Porrúa, 1990, Artículo 28.

Además, la Ley le establece el despacho de los siguientes asuntos:

Dirigir el servicio exterior en sus aspectos diplomáticos y consultar en los términos de la Ley del Servicio Exterior Mexicano y, por conductor de los agentes del mismo servicio, velar en el extranjero por el buen nombre de México e impartir protección a los mexicanos.

Intervenir en lo relativo a comisiones, congresos, conferencias y exposiciones internacionales, y participar en los organismos e instituciones internacionales de que el gobierno mexicano forma parte.

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

Legalizar las firmas de los documentos que deban producir efectos en el extranjero, y de los documentos extranjeros que deban producirlos en la República.

Secretaría de Turismo (Sector).

De acuerdo con el artículo 42 de la citada ley, a esta Secretaría corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

Promover y facilitar el intercambio y desarrollo turístico en el exterior, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Gestionar la celebración de convenios con otros gobiernos, organismos internacionales y empresas extranjeras, que tengan por objetivo promover y facilitar el incremento y desarrollo turístico con intervención de la Secretaría de Relaciones Exteriores y otras dependencias competentes en su caso.

Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.

Promover en coordinación con las entidades federativas de las zonas de desarrollo turístico nacional.

Participar con voz y voto en las comisiones consultivas de tarifas señaladas por las leyes.

Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes.

Promover y operar el otorgamiento de facilidades y franquicias a los prestadores de servicios turísticos, y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en la determinación de los criterios generales para el establecimiento de los estímulos fiscales necesarios para el fomento a la actividad turística, administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados.

Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las leyes y reglamentos. Participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la administración pública federal.

Vigilar con el apoyo de las autoridades estatales y municipales, la correcta aplicación de los precios y tarifas autorizados o registrados y la prestación de los servicios turísticos, conforme a las disposiciones legales aplicables, en los términos autorizados en que se haya contratado.

Estimular la formación de asociaciones, comités y patronatos de carácter público, privado o mixto, de naturaleza turística.

Emittir opinión ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en aquellos casos en que la inversión extranjera concorra en proyectos de desarrollo turístico en el establecimiento de servicios turísticos.

Regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo y vigilar su cumplimiento, esta en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal, así como con las autoridades estatales y municipales.

Promover y organizar, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, la capacitación, investigación y el desarrollo tecnológico en materia turística.

Fomentar y difundir la información oficial en materia turística. Asimismo, coordinar la publicidad que sobre turismo realicen las entidades del gobierno federal, las autoridades estatales y municipales, además de promover las que se efectúan en los sectores sociales y privados.

Promover, coordinar, y en su caso, organizar espectáculos, congresos, audiciones, prestaciones y otros eventos tradicionales y folklóricos de carácter oficial, con el propósito de promover la actividad turística.

Fijar y/o modificar las categorías de prestadores de servicios turísticos por ramas.

Autorizar los reglamentos interiores de los establecimientos de servicios turísticos.

Al llevar las estadísticas en materia de turismo, de acuerdo con las disposiciones que establezca la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Promover y apoyar la coordinación de los prestadores de servicios turísticos.

Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística y estimular la participación de los sectores social y privado.

Fijar e imponer, con base en las leyes y reglamentos, el tipo y monto de las sanciones por el cumplimiento y violación de las disposiciones en materia turística y.

Las demás atribuciones que le fijen expresamente las leyes y reglamentos correspondientes.¹¹² 41

¹¹² 41 *Ibidem*, Artículo 42

Actividades de Sectur.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) es la dependencia que se encarga, entre otras cosas, de los asuntos de la OMT; asimismo es el mecanismo de enlace, información y ejecución en la esfera nacional, de los programas de la organización y relacionado con estos en que participa el Gobierno de México.

La Secretaría de Turismo trabaja conjuntamente con la Secretaría de Relaciones Exteriores con el objeto de normar la participación de nuestro país en la citada organización. De igual manera nos encontramos con otros actores tales como: El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), la Embajada de México en España (Embamex España), La Delegación de la Secretaría de Turismo en España, El Consejo Empresarial Turismo, La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO Y SERVITUR), La asociación Mexicana de Hoteles y Moteles en la República Mexicana, A.C. (AMHM), y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANICAR).

Una de las más importantes actividades de SECTUR es " la promoción, publicidad y propaganda de actividad turística. La publicidad es la circulación pública de datos, difusión de información por cualquiera de los medios de comunicación existente. En tanto que la propaganda es una especie de la publicidad organizada como medio para influir en las actividades de la gente" ^{113 114}

De acuerdo con el artículo 89, fracción X de la Constitución Mexicana, el Presidente de la República debe dirigir las relaciones diplomáticas, celebrar tratados con las potencias extranjeras, en vista de lo cual a él debe corresponder, por conducto de sus dependencias, evitar que se entorpezcan estas relaciones por medio de noticias y propaganda diversas que salgan de México y que no respeten las lineaciones que la Constitución establece; lo cual es de vital importancia para el desarrollo del turismo.

Esta facultad presidencial se realiza por conducto de SECTUR, en los términos que las leyes y reglamentos establecen. Así esta Secretaría, siguiendo las lineamientos de política turística fijados por el Presidente, se ocupa de que la labor publicitaria encaminada al fomento de turismo exterior hacia nuestro país, así como el interior, presente una imagen real y atractiva de México. Siendo de esta manera la promoción y fomento al turismo la principal actividad de SECTUR.

4.2. - Análisis de la Política Interna hacia la O.M.T.

La política del Gobierno Mexicano internamente y su política hacia la OMT es con el propósito de determinar si existe congruencia entre la política gubernamental, particularmente en materia turística, y su inserción en el organismo antes citado; así como determinar si México toma realmente los lineamientos de la misma (OMT).

a) - Política interna.

En materia turística, a pesar del desarrollo alcanzado, se observa que no se llega a alcanzar aún el nivel de actividad acorde con las potenciales del sector.

^{113 114} González Alpuche, Rafael. Temática y Legislación Turística. ANA, México, 1988, pág. 391

De tal manera en la política interna se enfatiza en la importancia que debe darse al turismo, a fin de lograr un crecimiento económico a través de la entrada de divisas al país, así como de la generación de empleos.

Se reconoce que esta actividad requiere, para generar más empleos y divisas, de la modernización del servicio y del impulso a su infraestructura. El turismo se ha convertido en una actividad cada vez más sofisticada al incorporar los avances de la técnica en la competencia mundial por el mercado.

Este sector debe coadyuvar al desarrollo económico nacional y al equilibrio regional mediante el mejoramiento de la planta turística existente y el incremento de la afluencia del turismo nacional y extranjero, con la consiguiente generación de empleos.

En este proceso, la captación de divisas y la prestación del servicio a los nacionales constituyen objetivos primordiales de la política turística. Asimismo se busca que el turismo contribuya a fortalecer la imagen del país y entre los nacionales.

Además, se proponen las siguientes acciones:

Promover la conciencia de todos los mexicanos en la importancia del sector para la economía del país y la capacitación de los prestadores de servicios en todos los niveles.

Estrechar el vínculo entre las instituciones encargadas de la capacitación y las empresas del sector, así como las que realizan actividades conexas.

Fortalecer la seguridad en las carreteras y en los lugares de atracción turística.

Facilitar los trámites aduanales y de migración.

Fomentar el turismo náutico con énfasis en los cruceros, así como el desarrollo de las marinas turísticas.

Con base en las características del potencial del país, promover el turismo cultural, el cual ofrece grandes atractivos para todos los turistas, en especial para los nacionales y permite captar una mayor promoción del flujo hacia lugares del interior.

Fortalecer las instancias de coordinación entre el sector y las dependencias afines de la administración pública federal. Al mismo tiempo, continuar impulsando, bajo los esquemas de concertación más eficaces, la participación de los sectores social y privado.

Es necesario adecuar la normatividad y regulación turística mediante la actualización de los reglamentos vigentes, así como las políticas de precios y tarifas, buscando que garanticen un nivel apropiado de competitividad.

Además es importante destacar que para hacer frente a la creciente inversión que requiere la expansión del sector, se ha planteado la creación de fondos estatales y sociedades de inversión para la promoción y el desarrollo de la oferta turística, con operaciones de los gobiernos federal y estatal, de iniciativa privada y del sector social, dirigidos a financiar obras de infraestructura, y mantenimiento de las mismas en el marco de un comité mixto estatal.

Otros de los lineamientos fundamentales de la política interna es fortalecer la función de FONATUR para estimular el financiamiento de la oferta turística impulsando la operatividad y mayor existencia de las acciones del fondo.

Conjuntamente se diseñarán mecanismos para involucrar la participación de inversiones privadas, nacionales y extranjeras, en el financiamiento de los programas de desarrollo de infraestructura y operación turística.

Dentro del marco de la nueva reglamentación de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la inversión extranjera, se plantea fomentar la participación extranjera directa, buscando que ésta se adecue a las estrategias prioritarias del sector, buscando que la inversión extranjera con tecnología y estándares operativos de eficiencia que mejoren la competitividad internacional de México en la materia.

Por el último, cabe señalar dentro de la política se ha planteado la actualización del inventario de los recursos turísticos poniendo al día los existentes y señalando lo potenciales. Al mismo tiempo, se consolidará al sistema nacional de información turística, fortaleciendo el banco de información estadística mediante coordinación de acciones con las diferentes dependencias que captan información turística, social, económica y demográfica, lo cual permitirá contar con información nacional e internacional que, bajo criterios comunes y en forma oportuna y confiable, permita coadyuvar a la toma de decisiones en materia de planeación y política turística.

Para dar un fomento satisfactorio al turismo es necesario conocer que tipo de turistas visitan nuestro país, existen aproximaciones a establecer una tipología de los mismos donde se toman a consideración los siguientes elementos:

SEGÚN SU ORIGEN

NACIONAL. Cuando lo llevan a cabo residentes de un mismo país, dentro de los límites de su propio territorio.

INTRARREGIONAL. Es el que se realiza en el plano internacional, pero entre individuos de países que por razones geográficas, históricas, políticas o culturales conforman una determinada región.

INTERNACIONAL. Se refiere al turista extranjero procedente de países diferentes a los que conforman una determinada región (turismo Receptivo), los turistas nacionales que se dirigen al extranjero (turismo Egresivo).

SEGÚN SU FINALIDAD

ECONÓMICA. Aunque está no es precisamente la finalidad del turista, explica la presencia de los dueños de la mayor parte de las actividades turísticas. Condiciona o determina el modo de operar de aquellas y la manera en que el turista accede al recurso.

SOCIAL. Se refiere a la que se lleva a cabo con propósitos de promoción social, basándose en criterios de costos reducidos, utilización masiva y acceso a los lugares más importantes de cada país, es el Caso del Turismo promovido por instituciones Gubernamentales (Ministerios, Instituciones Relacionadas con el Aprovechamiento del Tiempo Libre, Sindicatos, etc.)

SEGÚN SU ACTIVIDAD

Es dentro de este punto en donde actualmente se le está dando una mayor auge, ya que de aquí se derivan las motivaciones principales que animan a los turistas, que pueden ser guiadas por inquietudes de recreación, Cultura, y de aspectos económicos y Sociales. Descanso o simplemente por la ampliación del conocimiento en general.

TURISTAS RECREATIVOS. Su objetivo principal es al recreación y diversión a través de la infraestructura y los servicios que pueda ofrecer el país anfitrión.

TURISTAS CULTURALES. Su interés primordial es ampliar sus conocimientos o la comprobación de los mismos, aquí es muy importante conservar nuestros patrimonios culturales y darles mantenimiento.

TURISTAS ECOLÓGICOS. Está es una nueva caracterización, pero cabe mencionar que los antecedentes de estos son los turistas amantes de la Naturaleza aquellos que disfrutan de los lugares vírgenes, que no están congestionados, modernizados y que conservan sus atractivos originales.

En México este tipo de turismo es casi nulo a tomarlo en consideración a nivel interno, pero a nivel externo Resulta muy atractivo. Es paradójico que a Nivel Nacional nos quejamos de la falta de recursos para la infraestructura, pero esto resulta atractivo para los turistas extranjeros, la Naturalidad o lo rústico que se encuentran en ciertos lugares.

Sabemos que es necesario un desarrollo del turismo en México, hay que tomar en cuenta el entorno y sobre todo no dañar la Naturaleza ya que es un atractivo turístico.

El turismo puede ser una actividad contaminadora. El crecimiento excesivo contamina el suelo y el agua e incluso a los seres humanos, si hay demasiados visitantes en un lugar al

los seres humanos, si hay demasiados visitantes en un lugar al mismo tiempo. El valor del terreno puede desplomarse si el área se agota y pierde su atractivo.

El exceso de visitantes puede tener un impacto perjudicial en la vida del país anfitrión y sobre los mismos visitantes. Un escenario natural de gran Belleza puede verse afectado por los métodos erróneos de fomento y construcción. Los clientes y las artesanías pueden vulgarizarse debido a un énfasis desmedido sobre la cantidad y el bajo precio.

No se puede responsabilizar al turismo como tal, de tales resultados indeseables sino al hecho de que está supeditado a la promoción excesiva.

El turismo es una de las fuerzas sociales y económicas más importantes del mundo. Significa mucho más que la ganancias de divisas y de créditos en la balanza de pagos. Los responsables de elaborar una política y los líderes del gobierno y el comercio que han ignorado los grandes beneficios que el turismo puede lograr y que solo piensan en las utilidades inmediatas, puede que considere ahora la degradación de sus Recursos Humanos y Naturales.

Al fomento turístico se le debe guiar mediante una Política cuidadosamente planeada Internacional en concepto e interdisciplinaria en su creación. Deberá ser una Política que no es Base solo en Hojas de Balance y en Declaraciones de utilidades y pérdidas, sino en los ideales y principios del bienestar y la felicidad humana a largo plazo. Los planificadores de turismo deben de aplicar políticas que conjuguen a las fuerzas Económicas y Sociales no pueden resolver sin una economía fuerte y en crecimiento que el turismo puede ayudar a crear.

Una política bien elaborada puede tener el resultado feliz de un creciente comercio turístico y la Preservación de los Recursos Naturales y Culturales que atraigan a los visitantes.

El fomento al turismo debe dirigirse a:

- 1 - Proporcionar una estructura para elevar el estándar de vida mediante los beneficios económicos del turismo.
- 2 - Crear una infraestructura y proporcionar instalaciones recreativas para los visitantes y los visitantes y los residentes.
- 3 - Asegurar que los tipos de desarrollo dentro de los centros y lugares de recreo para los visitantes sean los apropiados a los propósitos de esas zonas.
- 4 - Establecer un programa de fomento congruente con la filosofía cultural, Social y Economía del gobierno y de los Habitantes de la Nación o lugar visitado. Para convertir la oferta potencial en oferta real, hay que elevarse de la carencia o la insuficiencia de rutas de acceso a los núcleos o centros turísticos. Los Funcionarios del Gobierno del comercio deben de apoyar al turismo. Por supuesto no basta con llegar al destino. Al turista también se le deberá inducir a permanecer en el lugar. Para lograr esto hay que acabar con la carencia o la escasez de alojamiento.

Las turistas que permanecen en algún lugar requieren inevitablemente de toda una serie de artículos y servicios. Algunos de estos pueden encontrarse en el mismo lugar y tal vez tenga la suficiente flexibilidad económica para adaptarse a las fluctuaciones de la demanda. La infraestructura (abastecimiento de agua, saneamiento, suministro de Fuerza Eléctrica, etc). Requiere instalaciones que tengan capacidad para satisfacer la demanda máxima. El financiamiento puede ser un obstáculo de primera magnitud.

Los servicios personales y profesionales que requieren los visitantes deben ser suministrados de manera adecuada por un número suficiente de personal capacitado.

Hay obstáculos que se encuentran dentro de las Fronteras Nacionales que pueden corregirse o eliminarse con medios directos y voluntarios. Dichos obstáculos pueden ocurrir tanto en el turismo entrante, así como en el que sale o bien en el interno.

Es necesario poner Atención a las Fluctuaciones de precios en general y a aquellas en la oferta en particular. Como el turismo en todas formas absorbe bienes de consumo, los precios en este campo tienden a ser muy sensibles a las fluctuaciones del precio de los bienes. El incremento de precios en el turismo tiene el mismo efecto una disminución en los ingresos del turista. En consecuencia, cuando se evalúe el activo y se planeen unas vacaciones, el turista elegirá aquel lugar (si el valor es el mismo) donde su dinero rinda más.

La publicidad efectiva es un medio fundamental para acrecentar la demanda. Si la publicidad se planea mal o carece de apoyo financiero adecuado, puede que no llegue a dificultar en realidad incremento de la demanda turística, pero hará muy poco para fomentarla.

Los proyectos turísticos deben de estar asociados con el capital y los costos de operación a fines de inversión e infraestructura. Hoteles y otras instalaciones, con los beneficios (gastos turísticos). La tasa Económica de utilidades por el producto turístico específico se podrá comparar entonces con el costo de oportunidad del capital para la economía particular.

Los proyectos deben justificarse por:

- * Su impacto Económico y Viabilidad Financiera.
- * Los costos de capital y utilidades netas de operación (estables)

El factor tiempo. Debe Hacerse cualquier esfuerzo para asegurarse que el ajuste de fases turísticas se relacione estrechamente con el probable crecimiento de la demanda del mercado.

Hay que preocuparse paralelamente de que el costo de la inversión por cama en las instalaciones hoteleras, este en relación directa con las tarifas que el mercado apoyara para el tipo particular en los lugares de recreo donde se hallan planeando. El monto de la inversión en la infraestructura básica debe concordar con el nivel de inversión en las instalaciones de superestructura y las utilidades netas que se obtengan de estas.

La utilidad neta de operación de las instalaciones de alojamiento, está en función de tres factores principales.

- 1 - El nivel de tarifas
- 2 - La tasa de ocupación anual promedio
- 3 - El nivel de costos de operación

b) - La Política Turística en el marco de la O.M.T.

En el contexto internacional, durante los últimos años, las economías de los países industrializados habían venido observando una cierta desaceleración en diversos sectores económicos, y el turismo no podía ser la excepción.

Asimismo se observaban problemas inflacionarios y de estancamiento en algunos países en desarrollo.

Es aquí que se ratifica el propósito fundamental de la Organización Mundial del Turismo, que es la promoción y desarrollo del turismo con vista a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observación de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos.

En este contexto, entre los principales lineamientos establecidos por la O.M.T. en su relación con el país orientados que ésta puede lograr sus objetivos de la manera más eficaz y menos onerosa, se puede destacar los siguientes:

El Gobierno y la Organización, a fin de facilitar la realización efectiva de los objetivos perseguidos, deben cooperar sobre las cuestiones relacionadas con el mismo, teniendo en consideración los recursos humanos y financieros, experiencia y competencia de dicho Gobierno en el ámbito del turismo.

El Gobierno y la Organización deben consultarse periódicamente sobre los asuntos referentes a dicha cooperación.

El Gobierno y la Organización deben facilitarse mutuamente acceso a las informaciones sobre los trabajos de investigación en el ámbito de turismo y en esferas conexas.

Ambas partes deben informarse mutuamente por los conductos adecuados, sobre el estado de avance de los trabajos de investigación por una de las partes y que ofrezcan interés para ambas.

Deberán estudiar las formas de colaboración adecuadas para asociar sus esfuerzos en el campo de investigaciones singulares, siempre que dicha cooperación se considere útil y sin perjuicios para los intereses generales y particulares en lo referente a los miembros de la organización y a los organismos turísticos del país.

Con el propósito de definir las metodologías empleadas y de estudiar las cuestiones o temas de actualidad referentes al turismo en todos sus aspectos, el Gobierno y la Organización, puede tomar la iniciativa de convocar reuniones conjuntas, siempre que lo consideren necesario.

El Gobierno y la Organización puede proceder al intercambio de información sobre programas de formación profesional y sobre metodología pedagógica en materia de enseñanza de las disciplinas que revisten interés para el turismo.

El Gobierno y la Organización puede proceder al intercambio de profesores calificados en el ámbito de la formación turística, de acuerdo a sus necesidades. Asimismo puede transmitirse, previo acuerdo, ejemplares de textos y manuales en lo referente en materia de enseñanza turística, para los fines de consulta y utilización.

El Gobierno y la Organización puede proceder a intercambios de informaciones sobre las técnicas y métodos que permitan difundir la información referente a sus actividades en el ámbito del turismo y en sectores conexos, tanto en lo referente a la información pública como a la información técnica destinada a los miembros de la organización y a los profesionales del turismo.

El Gobierno y la Organización procederán periódicamente, a través de sus respectivos representantes, al análisis de los progresos de cooperación realizados entre ambos.

No obstante, en las directrices de la política del Gobierno Mexicano desarrollo en los últimos años se ha establecido que la participación económica de México en los organismos internacionales debe de tener crecimiento mínimo o nulo, con el propósito de que el país no se viera obligado a tener gastos extraordinarios.

Así en la política turística de México en el marco de la O.M.T. se observaba muy poco interés del país en tener una creciente participación en dicho organismo, destinado recursos mínimos a la cooperación, no siguiendo realmente los lineamientos de la O.M.T.

Es por ello, que puede considerarse que no existe una congruencia total entre la Política Interna de México en materia Turística y su política ante la O.M.T.; ya que mientras que en su política interna destaca la importancia que debe dársele al turismo dada su gran contribución para el crecimiento económico, la política hacia la O.M.T. había sido de participación mínima.

En este contexto se presenta la campaña del Lic. Enriquez Savignac para ocupar la Secretaría General del citado Organismo, por lo que esta inserción puede considerarse como una paradoja en relación a la formulación de la política del gobierno.

Después de haber considerado las principales atribuciones de las Secretarías de Estado en materia internacional y de hacer una comparación entre la política interna y la política hacia la O.M.T., las cuales resulta diferentes, es necesario hacer un análisis de los aspectos más relevantes en torno a la campaña de Enriquez Savignac para la Secretaría General de la O.M.T., esto es el ambiente parlamentario y los intereses políticos de México en la candidatura.

Estos dos elementos permitirán determinar la relación entre el interés política de México, los intereses particulares en materia turística y la importancia de la participación de México en la O.M.T.

a) - Ambiente parlamentario

Paralelamente el progreso de orden material alcanzado por México en las últimas décadas, se ha acrecentado el interés y la necesidad de promover en mayor medida las

actividades turísticas considerando el turismo como fuente de ingresos económicos y como medio para el desarrollo del espíritu de cooperación internacional

De esta manera no es de sorprender que en los últimos años México haya realizado una labor más intensa en el marco de la Organización Mundial del Turismo, en su calidad de miembro efectivo

La política exterior de México es un instrumento fundamental del Estado para fortalecer la soberanía nacional. Los principios tradicionales de la participación de México con el mundo que en materia turística tienen su fundamento en la participación del país en la OMT, se basan en la experiencia de nuestra historia. Su observancia en base de un amplio consenso dentro de nuestras fronteras y de un reconocido prestigio fuera de ellas.

Durante la Octava Asamblea General de la OMT, celebrada en París, Francia, del 28 de agosto al 2 de septiembre de 1989 se obligó al Sr. Antonio Enriquez Savignac, ciudadano mexicano, como Secretario General de dicho organismo, por periodo de cuatro años. Es así como el Gobierno de México nombró y condecoró al Sr. Enriquez Savignac, Embajador Emérito. Por lo tanto, la participación de México en dicho Organismo es de suma importancia para el desarrollo del turismo en nuestro país.

Es importante destacar que el Secretario General es designado por recomendación del Consejo Ejecutivo y por una mayoría de 2 tercios de los miembros efectivos presentes y votantes en la Asamblea General y su periodo de funciones es de cuatro años, siendo posible renovar este nombramiento.

El Lic. Savignac, como Secretario General, es responsable ante la Asamblea y el Consejo. Se encarga, entre otras funciones, de aplicar las directrices que señalan la Asamblea y el Consejo y somete a consideración de este último los informes de las actividades de la Organización, su estado de cuenta, así como previsiones presupuestarias y el proyecto del programa general de trabajo de este.

Asimismo, designa al personal de la Secretaría de acuerdo con el Reglamento que el respecto es aprobado por la Asamblea y este es responsable únicamente ante el secretario, quien además tiene la representación jurídica de la organización.

b) - Interés Político de México en la Candidatura

En estos tiempos de acelerado y creciente cambio, " la solidez de nuestros principios facilita interpretar los hechos, discernir el interés de México y aprovechar las oportunidades sin caer en el oportunismo " ¹¹⁴ ¹¹⁵

De tal manera, México mantuvo un fuerte interés político en la candidatura de Enriquez Savignac como Secretario General de la OMT, ya que esta le proporciona la oportunidad de consolidar la posición de México en el exterior.

¹¹⁴ ¹¹⁵ Salinas de Gortari, Carlos Primer Informe de Gobierno 1989. Poder Ejecutivo Federal [1° Noviembre 1989] pag. 23

Bajo su guía, nuestra política exterior busca un uso anticipado y flexible de las herramientas de la diplomacia, relaciones bilaterales y multilaterales respetuosas, francas y benéficas, así como una activa promoción de los intereses ante los organismos y los foros multilaterales, como en este caso lo es la OMT.

En el año de 1989 fue inusitadamente intenso en contactos políticos con el exterior y la designación de Savignac en la Organización Mundial del Turismo ha sido una muestra de que México es más respetado en el mundo. Nuestro país ha ganado un singular reconocimiento y actualmente existe un gran interés por lo que sucede aquí. Se conoce y se valora el esfuerzo serio, sostenido y profundo de toda la sociedad para superar adversidades y para abrirse un horizonte de mayor bienestar.

Uno de los principales intereses políticos de México en la candidatura del Lic. Enriquez Savignac, es utilizarla para hacer la voz del país más fuerte, su capacidad de interlocución más amplia, su mensaje al mundo más claro y más efectivo. Así, el gobierno ha buscado nuevas bases para las relaciones de México con las naciones del mundo. Estas relaciones son especialmente importantes para ampliar nuestra seguridad y proyectar nuestros propósitos, y la candidatura de Savignac, significaba una forma de facilitar tales propósitos.

4.3 .- PERSPECTIVAS DE MÉXICO DENTRO DE LA OMT.

Los logros políticos obtenidos por el Gobierno de México dentro de la OMT podrían determinarse en base a las últimas elecciones celebradas para los órganos rectores del organismo: la Secretaría General (1994-1997) y el Consejo Ejecutivo (1993-1997) durante la X Asamblea General de la Organización así como la participación de nuestro país en los diversos órganos subsidiarios de la OMT.

La candidatura y las relaciones con la OMT tienen un significado particular para México. Se rechaza la confrontación por insensata y la sumisión por ofensiva a los principios y convicciones; sin ignorar las dificultades que se han dado en el pasado en cuanto a las relaciones con algunas naciones; se puede prever el futuro con seguridad, basado en las relaciones armónicas y la seguridad jurídica que en materia turística da entre naciones.

Nunca serán fáciles las relaciones con naciones de tan diversa naturaleza, carga histórica, cultura, etc. "Sin embargo, las relaciones no tienen por qué ser malas o tensas todo el tiempo"¹¹⁵⁴

La cordialidad que hoy existe se aplica porque los temas de interés común requieren acciones coincidentes. Nuestro país es ahora más abierta, lo cual permite estar en una ofensiva positiva en las relaciones comerciales y particularmente en las turísticas.

El ambiente positivo y respetuoso en las relaciones no proviene del cambio de nuestros principios, sino del cambio de circunstancias. Con ello se ha podido ampliar al ámbito de las coincidencias, la reciprocidad en los intercambios y la cordialidad en las actitudes.

¹¹⁵⁴ Ibidem, Página 23.

bajo la forma invariable del respecto a los principios del país y a las diferencias con respecto a otras naciones.

Con base en estos principios se ha buscado ocupar un lugar al frente de organismos internacionales como la OMT traduciéndola en acciones concretas en beneficio de todos los mexicanos. Así, se está logrando un acceso más amplio y más seguro a las corrientes turísticas de todo el mundo.

Se busca establecer con organizaciones internacionales nuevos mecanismos para garantizar la seguridad de los turistas. Así también, se pretende ampliar el intercambio de información para promover las actividades turísticas.

El interés político de México en relación a la candidatura señalada, se fundamenta en la importancia del sector turismo en el desarrollo económico y social que se explica por su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, estimular a gran parte del resto de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural.

La gran variedad de los atractivos turísticos y la naturaleza renovable de la mayoría, hacen del turismo una actividad que ofrece múltiples facetas en su desarrollo.

Los atractivos turísticos representan una posibilidad de explotación económica promissoria y frecuentemente se localizan en zonas aisladas que no tienen otra alternativa viable de crecimiento económico.

La estrecha relación que guarda la actividad con otros sectores productivos ha permitido que algunas de las ramas de la economía de gran importancia, tales como, la construcción, el transporte, el comercio, las artesanías y la industria de los alimentos, hayan resultado beneficiadas con la compra y venta de bienes y servicios vinculados con las actividades turísticas.

Todo esto ha generado un gran interés político por parte de México en promover esta actividad en el exterior, lo cual puede ser logrado en gran medida con la posición de un mexicano (el Lic. Enriquez Savignac) en un organismo de tanta relevancia como lo es la OMT.

El interés general de colocar a México en una posición privilegiada de decisión y acción en materia turística se ve fundamentada con los propósitos que en política turística se ha establecido para el país, entre los cuales se pueden destacar los siguientes:¹¹⁶

La política turística tiene como propósitos fundamental, a corto plazo, contribuir a la solución de los problemas nacionales, mediante la captación de divisas y la generación de empleos, en tanto que la consolidación de ambos aspectos en el mediano y largo plazo, deberá fortalecer la posición estratégica del sector en el desarrollo nacional.

Promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a los estratos de población con ingresos medios y bajos.

¹¹⁶ Plan Nacional de Desarrollo 1989 - 1994, Poder Ejecutivo Federal, México, 1989, pág. 373.

Contribuir al desarrollo equilibrado entre regiones y al fortalecimiento de la identidad nacional, mediante la promoción de la cultura y los valores del país

Ampliar, diversificar y consolidar la demanda externa mediante la incursión de nuevos mercados y segmentos de consumo.

- Fortalecer el turismo interno y externo
- Fomentar el mejor y más amplio aprovechamiento del potencial turístico de la nación
- Ampliar, diversificar y elevar la calidad de oferta turística nacional.

La estrategia general del sector se basa en el uso intensivo y eficiente de la capacidad instalada, la implantación de una política de precios que permita mantener la competitividad en el mercado internacional e incrementar la demanda interna y la asignación óptima de los recursos financieros.

Las perspectivas de México dentro de la OMT serán satisfactorias, si se da el uso eficiente e intensivo de la planta turística mediante una adecuada promoción tanto en el exterior, permitirá la implantación de una política de precios que permita mantener el flujo de la demanda externa y la reactivación del consumo turístico de los nacionales.

Los lineamientos de la política turística establecen que la asignación de los recursos del sector se orientará hacia la promoción de la demanda externa, siendo uno de los principales intereses incrementar la participación en los ferros internacionales

Asimismo, la incorporación de técnicas de producción intensivas en mano de obra, permitirán la generación de empleos, la personalización de los servicios turísticos y su consecuente impacto positivo sobre la demanda externa.

Así, se considera que la elevación de la calidad en los servicios turísticos será el otro factor clave que aunado a la mayor participación de México en ferros turísticos internacionales permitirá la consolidación del mercado.

La diversificación de los mercados se considera necesaria porque permite la estructuración de un sector más independiente de las fluctuaciones económicas y políticas del exterior. De tal manera se plantea la apertura hacia grupos de demanda distintos a los que consume servicios de playa, lo cual facilita la explotación racional del potencial turístico y contribuye al equilibrio del desarrollo regional, mediante el aprovechamiento de los atractivos localizados en el interior del país.

Por otro lado, para hacer más productivo al sector turístico y mejorar la calidad de los servicios que ofrece, se precisa elevar la capacitación de los recursos humanos. A su vez, la instrumentación de esta medida permite cumplir paralelamente con el objetivo de fortalecer la posición turística de México en el interior y en el exterior.

Si se logra la implantación y reestructuración de los objetivos en materia turística nacional. Podremos decir que existe una congruencia con los objetivos de la OMT y por lo tanto el futuro de México dentro de este organismo será beneficioso ya que se encontrarán relacionados y adecuados a nuestra realidad.

Cabe destacar que los principales intereses de México en la candidatura de Savignac y por consiguiente fortalecer su posición en la OMT, se centra en los siguientes puntos

a) .- Información Turística

Una mayor participación al frente de la OMT le permitiría consolidar el sistema de información turística, en el que se incluyan la elaboración y publicación oportuna de las principales indicadores económicos del sector tanto de México, como de los principales países de origen de la flujencia turística, con el propósito de facilitar la programación turística del país y la toma de decisiones de los diversos sectores

Asimismo, ampliar y mejorar los informes que se le brindan al turista sobre las alternativas de esparcimiento que ofrecen los diferentes centros turísticos del país

b) .- Diversificación de mercados

Una posición estratégica en la OMT también le permitiría diversificar los mercados, para lo cual se orientaría prioritariamente la promoción y la publicidad externas a los mercados canadiense, europeo y asiático, con especial atención en definir los diversos tipos de atractivos turísticos que tiene el país, a fin de incorporar a los diferentes segmentos de la demanda.

c) .- Promoción y publicidad

Un interés primordial en materia turística es realizar campañas de promoción y publicidad más eficaces, que resalten aquellos aspectos de la oferta turística que conforman la imagen nacional y que son altamente competitivos, tales como las playas menos conocidas, ciudades del interior, la arqueología, el folklore, la gastronomía, las selvas, las montañas y las lagunas, entre otros.

d) .- Comercialización.

En este aspecto se busca promover la agrupación de los empresarios turísticos del país para que actúen como mayoristas internacionales, logrando con esto una mayor capacidad competitiva. Se considera que esto puede ser logrado a través de foros internacionales en los que el país tenga una amplia participación.

Así se puede decir que el principal interés político de México en la candidatura de Savignac que es fortalecer la posición del país en la OMT que constituye el organismo multilateral más importante en materia turística con el fin de un mayor control y dominio en la toma de decisiones-, se fundamenta o justifica en los intereses particulares que en materia de turismo tiene México. Por lo que en general la relevancia de dicha candidatura se basa en la importancia que tiene para el desarrollo del turismo en nuestro país, facilitando o permitiendo el logro de los propósitos establecidos.

De manera que aun cuando la política interna en materia turística no se corresponde con la política mantenida hacia la OMT, con lo cual puede considerarse la existencia de una paradoja entre la formulación de la política del Gobierno Mexicano y su inserción en dicha Organización.

Sin embargo, tal inserción se presenta en un monto coyuntural de la política mexicana, en el cual utiliza a la Organización como un medio al llamado de sus intereses, por lo cual resulta totalmente lógica.

Cabe destacar que la participación de la OMT concretamente en los planes, programas y proyectos implantados por el Estado Mexicano es netamente de asesoramiento técnico y los que realmente contribuyen al desarrollo económico de estos, son los Organismos Internacionales interesados en el desarrollo económico. Tal vez se debe a la ausencia de fondos o a la falta de formas de captación de recursos económicos dentro de la OMT.

CONCLUSIONES

La Organización Mundial del Turismo constituye el más importante organismo internacional en materia turística, cuyo objetivo fundamental es promover y desarrollar la actividad turística a fin de contribuir al desarrollo económico y prosperidad de todos los países.

Cabe destacar que la participación de México en este organismo es particularmente importante a partir de la designación del Lic. Enrique Savignac como Secretario General de la OMT. Su candidatura se realizó en un momento en el cual, a pesar de que la participación de México en los organismos internacionales no era promovida de manera creciente, se reconocía la importancia que debía dársele al turismo, como medio para lograr un crecimiento a través de la entrada de divisas al país.

En los diversos planes y programas en materia turística desarrollados por los dos últimos gobiernos Mexicanos se ha puntualizado la necesidad de promover el turismo como una actividad esencial para el desarrollo del país, planteándose objetivos básicos en este sector, para consolidar su papel estratégico en el desarrollo económico, incrementar los flujos de turismo receptivo y desarrollar una cultura nacional turística que permita optimizar la calidad del servicio.

Para lograr estos objetivos se han desarrollado, estrategias diversas y emprendido importantes acciones como: la ampliación y modernización de la infraestructura turística, racionalización y la simplificación de las regulaciones administrativas en la materia.

Además las estrategias han buscado un uso más eficiente de la capacidad instalada, una asignación óptima de los recursos financieros, una mayor promoción, orientando los recursos hacia mecanismos que promuevan la satisfacción de las necesidades del turismo y manteniendo la competitividad internacional.

Tales objetivos y estrategias reflejan los intereses de México en materia turística, que en general consiste en consolidar el sector turístico como promotor del desarrollo económico del país incrementando la presencia de México en el extranjero como destino turístico de manera que se incrementa el flujo de turistas provenientes del extranjero a fin de que con un mayor ingreso de divisas se promueva el desarrollo en la economía mexicana.

El turismo receptivo ha alcanzado en los últimos tiempos una gran importancia como generador de divisas, principalmente para los países del Tercer Mundo, que carecen de un sistema productivo de mercaderías o materias primas explotables.

El crecimiento global del turismo internacional ha sido constante a partir del fin al de la Segunda Guerra Mundial, no obstante no debe creerse que su futuro está asegurado en todas partes debido a que los visitantes internacionales sean muy sensibles a cualquier cambio socioeconómico o político, tanto en el país emisor como en el receptor.

Los ingresos de divisas provenientes del turismo receptivo se contabiliza en las cuentas nacionales como una explotación de cualquier otro producto explotable, y que también se encuentra sujeto a las fluctuaciones del mercado internacional.

Las perspectivas de expansión de la actividad turística mundial parecen casi ilimitadas, deducción inferida de las sorprendentes cifras que se establecen en los análisis de los viajes internacionales

México ha mantenido constantes relaciones con diversos países del Mundo, tanto para el desarrollo de acciones conjuntas como para el crecimiento del sector y la promoción en los mercados extranjeros.

La política interna que el gobierno mexicano ha mantenido en materia turística parece no corresponder con la política mantenida hacia la OMT. Por una parte se reconoce la importancia y necesidad de promover el turismo a nivel internacional y por otra que se mantendrá un nulo crecimiento de las relaciones internacionales, esta posición sonaría paradójica e incongruente, porque se refuerzan los lazos con la OMT, con la designación del Lic. Savignac como Secretario General del organismo que lleva a mejores relaciones internacionales, pero también el objetivo de esta acción conlleva a lograr la consolidación de la política mexicana en materia turística, por la posibilidad de que los intereses de México correspondan a los de la OMT

Es así que puede considerarse que la inserción de México en un organismo internacional como la OMT, particularmente con la participación del Lic. A. Enriquez Savignac como Secretario General de esta organización, es congruente con la formulación de la política turística del gobierno, de manera que ambos responden a los intereses del país en esta materia

Así puede decirse que México está en condiciones de una participación creciente en la OMT con lo que podría obtener una mayor proyección internacional del sector turístico de manera que logre sus objetivos de acuerdo a su interés de impulsar el desarrollo económico en este ámbito.

La colaboración de México dentro de la OMT actualmente es mediante la promoción de sus avances logrados en materia turística fin de que un momento dado pueda servir como un marco de desarrollo turístico para todos los países miembros, particularmente de los países en crecimiento, como vehículo idóneo para alcanzar este último el progreso económico que conlleva a elevar el nivel de vida de sus habitantes.

Las acciones que realiza la OMT son muy elementales, básicamente es proporcionar asesoramiento a los miembros mediante estudios y estadísticas que la organización elabora sobre las medidas que los países deben de adoptar para el crecimiento y mejoramiento de sus respectivos servicios turísticos, así como también el cuidado del medio ambiente

La intervención de la OMT en los proyectos actuales en cuestiones económicas de apoyo es nula ya que se puede afirmar con fundamentos de investigación que carece de recursos financieros suficientes para apoyar los proyectos turísticos de sus miembros

El BID (Banco Internacional de Desarrollo) se convierte en una de las instituciones crediticias que más apoyo económico ha aportado para la construcción de nuevos esquemas turísticos y para la remodelación de otros ya existentes en el país.

Con base a lo expuesto anteriormente se puede afirmar que la OMT no ha podido cumplir uno de sus más importantes objetivos trazados desde su formación, que es el contribuir al desarrollo económico de los Estados Miembros, lejos de esto de continuar así tendrá que ser reformada o bien ser sustituida por organismos de voluntad propia.

Las perspectivas futuras del turismo en México no pueden ser determinadas, sin hacer referencia a la economía y a la política internacional que ha tenido un papel preponderante en el desarrollo del turismo internacional moderno. La política de poder le ha otorgado a los avances tecnológicos un lugar privilegiado en tanto ha permitido retroalimentar las posiciones de los países que se encuentran haciendo uso de ella.

El turismo como actividad inherente a las condiciones socioeconómicas, políticas y tecnológicas, ha sido utilizado como instrumento de auxilio económico y como instrumento de presión política, sujeto a las condiciones preexistentes en el dinámico escenario internacional.

La estructura funcional de turismo internacional está inmersa en el contexto político y económico que prevalece en un momento determinado, por ser el producto de esas condiciones, sus tendencias se han deformado o modificada también dentro de ese marco. Dadas las condiciones en las que opera el mercado actual del turismo mundial, esa estructura tiende a consolidarse aún más, con el consiguiente fortalecimiento de su posición político-económica. Sin embargo, no es elemento único en las consideraciones que se pudieran hacer al futuro en relación a esta actividad.

La crisis económica internacional ha repercutido en las tendencias observadas en el turismo, otras cuestiones aparentemente sin relación, con este sector también han definido las futuras formas del fenómeno turístico internacional.

Esas cuestiones son las relacionadas con los cambios tecnológicos y de mentalidad de las generaciones que se encuentran entre nosotros y las venideras. De esta manera el problema del crecimiento de la población y las desigualdades externas e internas, así como el de la obtención de alimentos y la necesidad de preservar el sistema ecológico, amado a la creciente dificultad para utilizar los energéticos tradicionales, también serán elementos que determinarán el comportamiento de las personas que están en posibilidades de ejercer la actividad turística esta. Sus resultados rebasarán como mucho la concepción de países emisores y países de turismo.

La historia nos muestra que los viajes y el turismo han dependido siempre del avance o la modificación de las condiciones socioeconómicas y técnicas que se han verificado en una sociedad en un momento histórico determinado. En el mundo actual, esas modificaciones están ya a la vista.

La política turística de México requiere de manera apremiante, que se consideren más los cambios que se avecindan, como el objeto que se pueda actuar en concordancia y no, como hasta ahora, en el permanente marco de una política correctiva que siempre estará detrás de los acontecimientos que vendrán en un futuro más o menos previsible y a los que es necesario hacer frente en corto y mediano plazo. Las causas de los cambios en las acciones no son producto del azar, cuando se habla de política correctiva son el resultado de las presiones sociales que se hacen evidentes cada vez con mayor fuerza.

Desde una perspectiva global en el análisis del desarrollo un país, las interrogantes aparecen y se multiplican cuando se pretende, establecer el verdadero valor del turismo, comparándolo con otras actividades económicas, en su posibilidad de contribuir a una mejor calidad de vida para la población actual y para las generaciones futuras. Ello obliga entonces a relacionar y afrontar diversas vías y alternativas de desarrollo. También lleva a evaluar el turismo receptivo en su comparación con el egresivo (entradas y salidas), con el fin de precisar el saldo económico, social y cultural que aporta para el beneficio del país. Es decir, la visión de conjunto de la problemática

del desarrollo, así como el enfoque global de la específica del turismo, introduce elementos de mayor riqueza y complejidad, cuyo tratamiento implica un franco desafío a nuestra capacidad planificadora.

Resulta claro que la situación crítica que viven nuestros países ha dificultado hasta ahora una adecuada, evaluación de la importancia del turismo, más allá de lo que él significa como fuente de divisas o generador de empleos.

El no tomar en cuenta la importancia que tiene el turismo es como no poner atención a la realidad actual así lo tendrían que comprender los Gobiernos Federales, los Estatales y la Iniciativa Privada, y canalizar sus actividades este sector sin descuidar las otras ramas productivas estructura económica del país.

Una solución a esta problemática son las inversiones para el fomento del turismo en donde se tienen que considerar dos puntos a tomar:

- 1 - La existencia de un incremento en la afluencia de turistas con base en estadísticas recientes y ;
- 2 - Analizar si se mantiene la misma tasa de crecimiento anual, haciendo referencia al Plan Nacional de Desarrollo (PND) (1995-2000) el cual es uno de los objetivos primordiales en relación al crecimiento económico.

Para cualquiera de estas dos vertientes que se presentan es necesario crear proyectos (megaproyectos). Lo cual se está llevando acabo en nuestro país (como ejemplo tenemos Bahías de Huahutla, Izaja Zihuatanejo, Los Cabos, ETC ...)

Finalmente para concluir el presente trabajo de investigación es necesario hacer aportaciones para un mejor desarrollo del turismo en México.

Una comunidad que aspira a desarrollarse necesita proporcionar a cada una de sus integrantes un adecuado nivel de información sobre las circunstancias integrales donde se explica su existencia. En ese sentido, el turismo entendido en su dimensión nacional y social puede cumplir un papel *comunicacional* de primer orden para complemento el que es propio - o debería serlo - de la educación, la promoción cultural y la labor de los otros medios de comunicación. Ello se justifica todavía más cuando, a lo largo de la historia de los países subdesarrollados, se ha intentado desde las naciones industrializadas y desde sus aliados locales reducir a toda costa esa información o, por lo menos, desvirtuarla en lo posible.

Reconocer entonces el propio espacio es contribuir al reconocimiento de uno mismo como ser protagónico de la vida de una nación. Es el primer y más elemental requisito de toda auténtica política de desarrollo. Sólo a partir de este nivel de *autoconocimiento* es posible acceder a un segundo nivel que es el de la *comprensión* de la problemática de dicho espacio, la visualización de las relaciones entre los diversos factores que lo integran, el conocimiento a la previsión sobre las posibilidades de cambio y superación.

Pero existe una circunstancia tanto o más importante que las señaladas, y a la cual el turismo como reconocimiento y comprensión del contexto nacional y social puede contribuir enormemente: La de facilitar, a través de la comunicación directa con dicho contexto en sus términos totalizadores y particulares, el *sentimiento* imprescindible para internalizar lo que de otra manera quedaría reducido a los niveles de racionalidad de alguna manera insuficientes para servir a la necesaria cohesión nacional.

Una nación se conoce y se comprende, pero sobre todo adquiere una dimensión trascendente, cuando el pueblo que la conforma lo adquiere además respeto y un sentimiento profundo capaz de contribuir a su defensa, promoción y desarrollo, es decir a su liberación real. En este sentido cabría recordar aquello de que nadie muere en la defensa de una idea o de una verdad, si es que ellas no han arraigado previamente en los sentimientos.

Encarada entonces la actividad turística en sus posibilidades de reconocimiento, comprensión y comunicación afectiva con el contexto integral nacional, ella se convierte en una poderosa herramienta para el desarrollo, complementaria de otras como la educación, la información y la labor de los medios masivos de comunicación capaces de reforzar la cohesión espiritual de la población y la construcción de una personalidad nacional autónoma y diferenciada.

Desde esta perspectiva, los aspectos económicos que son inherentes a la actividad misma, antes que perder importancia, se fortalecen, pero desde una perspectiva social distinta. El enfoque económico cobra pues una significación diferente, en la medida en que deja de ser la finalidad última de esa actividad y pasa a convertirse en uno de los diversos componentes, en esas condiciones, el objetivo fundamental ya no sería la rentabilidad sino el bienestar y el desarrollo integral de la sociedad. Por ello la primera concepción que debe regir al turismo nacional es la que el mismo, como derecho de los individuos al conocimiento, a la comunicación con su contexto y a la recreación, constituye un recurso social indispensable para el desarrollo integral, no pudiendo por lo tanto quedar sometido a criterios de rentabilidad económica o de lucro. Al igual que ocurre con los recursos y servicios de la educación, la salud y la vivienda el turismo mismo exige una concepción que lo mienta y lo promueva en todas las ordenes y circunstancias tanto económicas, industriales y de infraestructura impidiendo que este derecho de la comunidad se convierta en un objeto más del circuito mercantil.

A partir de este enfoque globalizado, el recurso turístico demanda políticas complementarias destinadas a acrecer su fortalecimiento y entre ellas se destaca las siguientes:

- 1.- planteamiento. Dirigido a hacer del turismo una actividad permanente, sistemática y coherente con las características de cada país tanto sociales, políticas y económicas atendiendo a los diversos sectores de la población organizada principalmente las grandes mayorías populares como especiales y referidas a la subversiones y microrregiones más importantes para la promoción del desarrollo nacional.
- 2.- Investigación. Destinada a estudiar y evaluar las características de cada nación en sus aspectos globales y puntuales sean históricos, culturales, económicos, políticos, sociales, ambientales, geográficos ó bien los vinculados con sus relaciones con las naciones vecinas y con el mundo, para elaborar propuestas viables y efectivas que ligan el turismo un verdadero recurso del desarrollo.
- 3.- Capacitación del Personal. A fin de especializar un enfoque diferente del turismo realizado con sentido nacional para impulsar el destino de aquel junto con el esparcimiento y con la recreación necesaria lo cual dispone de actividades ahora subestimadas o poco desarrolladas (cuentos con la población a nivel de sectores organizados, o de familiares, actos culturales, empleo de medios modernos de comunicación, encuentros y debates públicos, etc.)
- 4.- Fortalecimiento de las infraestructuras turísticas. Atendiendo a las necesidades y posibilidades de las grandes mayorías (centros vocacionales, servicios de hotelería y

transporte de tarifas reducidas, etc.) dentro de los planes globales relacionados con el desarrollo de los distintos ámbitos nacionales y del país en su conjunto.

5 -Promoción del turismo. Facilitando desplazamientos masivos mediante una mayor coordinación con las actividades educativas y con los llamados "puentes" las vacaciones y el tiempo libre de la población los que habrán de requerir, en muchos casos, de ajustes y redefiniciones.

Este tipo de políticas requiere, a su vez, de diversas estrategias que faciliten su desenvolvimiento y sirvan a los objetivos de desarrollo buscados. Entre tales estrategias, se seleccionan las más importantes.

Cooperación intersectorial. A fin de que los distintos sectores públicos (economía, educación, salud, cultura, recreación, etc.) coordinen entre sí actividades conjuntas orientadas al mejor empleo y aprovechamiento del recurso turismo en su dimensión nacional y social.

Capacitación de la Población. Promoviendo la mayor y más adecuada gestión de aquélla, a través de las organizaciones populares ya existentes (sindicatos, comunidades campesinas, clubes, asociaciones, etc.) y la que sería necesario crear o redefinir en función de los intereses libremente expresados por la comunidad, lo cual implica también una labor de capacitación que facilite la participación.

Descentralización. Tendiendo a fortalecer nuevos polos de promoción turística en los espacios considerados de mayor importancia para el desarrollo estratégico nacional.

Diversificación. A fin de delimitar segmentos específicos y fortalecer los distintos tipos de turismo que, aunque encuadrados en un enfoque totalizado, deben o pueden servir para necesidades puntuales como el turismo juvenil, sindical, deportivo, cultural, etc.

Experimentación. Destinada a imprimir nuevas originales vías al turismo interno, como pueden ser de programas con alojamiento en comunidades rurales y grupos familiares urbanos, probados ya con relativo éxito en naciones desarrolladas, pero prácticamente inexistentes en nuestros países. El sentido de hospitalidad, que es particularmente propio de la población rural, antes que verse afectada por este tipo de programas, podría ser substancialmente enriquecido en la medida en que serviría a una labor capaz de facilitar el intercambio sociocultural, la comunicación del mundo urbano y campesino y, obviamente, permitiría incrementar el nivel de ingresos de la familia rural mejorando la distribución de los recursos.

Es evidente que el turismo social es factible principalmente allí donde dominan modelos de desarrollo de ese mismo carácter es la gestión democrática de la población la existencia de condiciones socioeconómicas educativas y culturales para el desarrollo de la calidad de la vida de la población.

Sin embargo, aun en el caso de no existir Estados o Gobiernos interesados por el desarrollo nacional y social, corresponde a las fuerzas organizadas de la población (sindicatos, organizaciones rurales, partidos políticos, gremios, clubes, asociaciones, centros culturales, etc.), emprender las acciones posibles para experimentar y construir una actividad turística y recreación en tanto legítimo derecho social enfocada con los criterios ya señalados o con los que se crean más útiles a sus intereses, ya que dicha actividad puede servir también de recursos organizativo, participativo y democrático de importantes sectores del pueblo en un tránsito hacia un poder y un gobierno representativo de las necesidades nacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

AGENOR, MARTÍN "TURISMO AHORA", EN CUBA INTERNACIONAL 1982.

ARRILLAGA, JOSÉ IGNACIO DE. EL TURISMO EN LA ECONOMÍA.
MADRID EDITORIAL. SELECCIONES GRÁFICAS 1956.

A.G. LA FLAMME THE IMPACT OF TOURISM. EN ANNALS OF TOURISM
RESEARCH. VOL. 3 NÚMERO 2. 1975.

BAUBRILLARD, JEAN. LA POLÍTICA Y SU RELACIÓN CON EL ESTADO
EDITORIAL SIGLO VEINTIUNO, MÉXICO 1982

CONCANACI - SERVYTUR "ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS Y
RESULTADOS DEL SECTOR TURISMO EN MÉXICO" (1983-1988).

CÁRDENAS TABARES, FABIO. COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO
2ª EDICIÓN, PÁG. 100. EDITORIAL. TRILLAS MÉXICO D.F. 1983

DOMÍNGUEZ ROMÁN, LUZ DEL CARMEN. LA FRAGILIDAD DEL SECTOR
EXTERNO EN EL DESARROLLO MEXICANO EL CASO DEL TURISMO, 1970
1976, PÁGINA 1 - 2. CAMMISA, JAMES VITRAVELING. SURVERYS 1990.

EVALUACIÓN 1983 Y PERSPECTIVAS 1988. SECTUR MÉXICO 1989.

ET. AL. "OCIO Y TURISMO", BIBLIOTECA SALVA DE GRANDES TEMAS
NO. 21. SALVAT EDITORES, BARCELONA 1979

FERNÁNDEZ FUSTER LUIS, TEORÍA Y TÉCNICA DEL TURISMO. MADRID
TOMOS I Y II 1967.

FONATUR CONVENIO PARA EL CAMBIO ESTRUCTURAL INTEGRAL
Y REHABILITACIÓN FINANCIERA. MÉXICO - AGOSTO 1989.

GETINO, OCTAVIO. TURISMO Y DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA.
EDITORIAL LIMUSA

GERMAIN LANQUAR ROBERT, "THE ORGANIZATIONAL
DEVELOPEMENT
OF THE WORLD TOURISM ORGANIZATION A CASE OF STUDY" TEXAS
A.M. UNIVERSITY, DOCTOR OF PHILOSOPHY 23 DE JUNIO 1981.

GONZÁLEZ, ALPUCHE, RAFAEL. TEMÁTICA Y LEGISLACIÓN TURÍSTICA.
MÉXICO 1988. PÁG. 391

JIMÉNEZ, ALFONSO. TURISMO: ESTRUCTURA Y DESARROLLO.
EDITORIAL MC - GRAW, HILL. PÁGINAS 105 - 106

LAHASTIDA GARZA RENE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO.
MÉXICO 1981. O.P.

LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. EDITORIAL. PORRÚA
1990. ARTÍCULO 28.

MCINTOSH, ROBERT. TURISMO: PLANEACIÓN ADMINISTRACIÓN
SHASHIKANT GUPTA Y PERSPECTIVAS. EDITORIAL INTERNACIONAL.
MÉXICO 1988.

MOLINA, SERGIO. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO. EDITORIAL
LIMUSA, MÉXICO 1989.

MARTNER, GONZALO. PLANIFICACION Y PRESUPUESTO POR
PROGRAMAS EDITORES SIGLO XXI MÉXICO 1990.

OMT FORMAS DE INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN EL SECTOR
TURISMO. IIAFA 42 MADRID ESPAÑA.

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) DOCUMENTOS BASICOS MADRID 1979.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1989-1994. PODER EJECUTIVO FEDERAL. MÉXICO 1989.

PLAN NACIONAL DE MODERNIZACION TURISTICA 1989-1994.

PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO 1989-1994. MÉXICO

RAMÍREZ BLANCO MANUEL "TEORÍA GENERAL DEL TURISMO" 2da. EDICIÓN EDITORIAL DIANA MÉXICO 1992. PÁGINA. 360.

RODRÍGUEZ LÓPEZ MARIO "GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE MÉXICO" EDITORIAL PORRÚA, MÉXICO 1990.

RAMÍREZ VIZCARRA MIGUEL ÁNGEL TURISMO NÁUTICO INTERNACIONAL, EDITORIAL TRILLAS

SALINAS DE GORTARI, CARLOS PRIMER INFORME DE GOBIERNO 1989. PODER EJECUTIVO FEDERAL. 1-NOV-1989, 8 SECTUR.

TOSCANO MORENO OCTAVIO "TURISMO Y POLÍTICA EXTERIOR" SERVICIO ENERO - FEBRERO 1976 PÁGINAS 10 - 11, TAMBIÉN JULIO - AGOSTO DE 1981, PÁGINA 10-11.

TORRUCO, MARQUEZ MIGUEL Y RAMIREZ BLANCO MANUEL SERVICIOS TURISTICOS EDITORIAL DIANA MÉXICO 1991.