

38
2 ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ANÁLISIS EVALUATIVO DEL IMPULSO AL
TURISMO RECEPTIVO DURANTE EL PERÍODO DE
CARLOS SALINAS DE GORTARI**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES**

P R E S E N T A :

AUXILIO DE LOS ANGELES LEON BARRON

L

MEXICO, D. F.

1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

270439



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A dios,

A mis padres,

A mi esposo e hijo,

Y a todos aquellos

Que me apoyaron,

Gracias.

Indice.

Análisis evaluativo del impulso al turismo receptivo durante el período de Carlos Salinas de Gortari 1988-1994.

Introducción	III
1 Antecedentes de la actividad turística.	
1.1 Concepto de turismo	1
1.1.1 Clasificación del turismo	4
1.1.1.1 Turismo interno	4
1.1.1.2 Turismo externo	6
1.1.1.3 Turismo receptivo	7
1.2 Promoción turística	8
1.3 Historia y evolución del turismo	11
1.3.1 Antecedentes de la actividad turística a nivel mundial	11
1.3.2 Antecedentes de la actividad turística en México	14
1.3.2.1 Actividad turística en el gobierno de Miguel Alemán Valdés 1946-1952.	15
1.3.2.2 Actividad turística en el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines 1952-1958	17
1.3.2.3 Actividad turística en el gobierno de Adolfo López Mateos 1958-1964.	18
1.3.2.4 Actividad turística en el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz 1964-1970.	20
1.3.2.5 Actividad turística en el gobierno de Luis Echeverría Álvarez 1970-1976.	21
1.3.2.6 Actividad turística en el gobierno de José, López Portillo 1976-1982.	24
2 Situación del turismo receptivo de 1983 a 1988.	
2.1 Diagnóstico: situación del turismo receptivo en 1983.	26
2.2 Productos de la planeación turística implementados de 1983 a 1988.	27
2.3 Estrategias e instrumentos de desarrollo para el turismo receptivo.	28

2.3.1	Infraestructura.	28
2.3.2	Estructura o planta turística.	29
2.3.3	Políticas y acciones promotoras del desarrollo turístico.	30
2.3.3.1	Promoción y comercialización de la oferta.	30
2.3.3.2	Política tarifaria.	30
2.3.3.3	Capacitación.	31
2.4	Situación del turismo receptivo en 1988 y su participación en la economía nacional.	32
2.4.1	Situación del turismo receptivo en 1988.	32
2.4.2	Participación del turismo receptivo en la economía.	34
3	Planeación turística durante el periodo de Carlos Salinas de Gortari.	
3.1	Diagnóstico	36
3.2	Productos de la actividad turística: "Modelo de desarrollo Turístico 1989-1994".	37
3.3	Estrategias generales.	38
3.4	Metas	41
3.5	Vertientes de instrumentación del Plan Nacional de Turismo.	42
3.5.1	La obligatoria.	42
3.5.2	La de coordinación.	43
3.5.3	La de concertación.	43
3.5.4	La de inducción.	44
4	Análisis evaluativo.	
4.1	Infraestructura hotelera.	45
4.2	Creación de empleos.	48
4.3	Capacitación.	49
4.4	Turismo receptivo.	50
4.5	Captación de divisas.	53
	Cuadros	56
	Gráfica	58
	Conclusiones	59
	Recomendaciones	62
	Bibliografía	68

Introducción

El turismo ha cobrado una gran importancia como actividad económica para el país debido a su capacidad de crear empleo, a su influencia en la distribución de la riqueza, a su injerencia en el desarrollo regional así como a su participación en la diversificación de las economías otrora netamente agrícolas, y a la cantidad de divisas que aporta a la nación.

Es indudable que el periodo de gobierno de Carlos Salinas de Gortari ha marcado la historia de México. Este sexenio es por demás interesante ya que produjo cambios en el sistema político, económico y social del país, que han tenido consecuencias hasta nuestros días. El sector turístico tuvo un gran impulso durante este sexenio; durante los primeros cinco años de esta administración se registró una tasa de crecimiento medio anual de 3.0 por ciento, cuatro veces más que durante el periodo de 1983-1987. Esto ubicó a México en el octavo lugar en la recepción de turistas internacionales, después de haber ocupado el décimo cuarto en 1989.

Por todo lo anterior resulta relevante analizar los objetivos y las estrategias planteadas por Carlos Salinas de Gortari en su Programa Nacional de Desarrollo Turístico principalmente las encaminadas al fortalecimiento del turismo receptivo, ya que es el que más impacto causa económicamente, a fin de evaluar sus alcan-

ces al final del sexenio.

Con la investigación se pretende demostrar que el impulso que recibió el turismo receptivo en este periodo fue debido al impacto económico positivo de esta actividad para el país.

La investigación es netamente documental y se hará a la luz del estudio de las diferentes acciones gubernamentales a través de los planes y programas para el desarrollo del turismo, para posteriormente evaluar los logros, tanto con la ayuda de estadísticas como por otros medios. Los resultados nos permitirán visualizar el estado de cosas en 1988 y el cambio conseguido para 1994.

En el primer capítulo, respondiendo a las necesidades de la investigación, aparece la clasificación del turismo tomando en cuenta sólo al turismo receptivo y al emisor. También en este apartado se desarrollan los antecedentes del turismo tanto a nivel mundial como nacional.

En el capítulo dos se expone la situación del turismo receptivo de 1983 a 1988, periodo correspondiente al sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, que servirá para conocer el estado de cosas antes del periodo de estudio.

El capítulo tres aborda el tema de la planeación turística durante el periodo de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) desglosando ampliamente su Programa de Desarrollo Turístico a fin de

estudiar las estrategias mediante las cuales alcanzaría sus metas.

En el cuarto capítulo se realiza el análisis evaluativo; se apuntan las metas planeadas y se presentan los logros así como la manera en que esos objetivos se alcanzaron y su impacto en la economía del país.

La elaboración del presente trabajo está sujeta a limitaciones de tiempo y espacio, razón por la cual constituye solamente una primera aproximación a la temática, sin embargo, dado mi interés por ella, el material recopilado y su análisis es resultado de una labor sistemática aunque corta, que se realizó con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la investigación científica del turismo. Por otra parte, dado mi profundo interés en el tema, mi intención es continuar en la misma línea en el ejercicio de mi profesión.

1. Antecedentes de la actividad turística.

1.1 Concepto de turismo.

A lo largo de la historia, el turismo ha sido definido de diversas maneras, desde diferentes enfoques teóricos, así como desde varias disciplinas, sin lograr un acuerdo sobre su contenido. En lo que sí existe un consenso es con relación a las raíces etimológicas. La palabra turismo tiene su origen en los vocablos *tour* y *turn*, las cuales proceden del latín *tornare* que significa girar. *Tour* procede del inglés del siglo XVIII, probablemente del galicismo *tour*.

Ambos términos indican la idea de girar, regresar, se ha aplicado a viaje de ida y vuelta. De tal suerte las palabras turismo y turista son de origen inglés y designan una actividad específica iniciada en Inglaterra. (1)

Como ya se mencionó el concepto de turismo tiene muchos enfoques que, en algunos casos, llegan a la contradicción. Por esta razón, es necesario citar algunas de estas definiciones con el objeto de crear, a partir de ellas, un concepto propio.

1. Vid. Luis Fernández Fuster. Teoría y técnica de turismo, Tomo I, Madrid, 1978, p. 21

Para Edgar Hernández, el turismo es " el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor al de 24 horas y menor al de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados".(2) Esta definición es limitada, puesto que se puede hacer turismo que dure menos de 24 horas, como es el caso de los visitantes a los diferentes sitios turísticos cercanos a su domicilio.

Por otra parte, para los humanistas el turismo es considerado como un excelente medio para propiciar " el encuentro y la comunicación entre los pueblos para lo cual destacan las ventajas que, especialmente de índole cultural, obtienen las comunidades emisoras como las receptoras; todo lo cual, según sus puntos de vista, ayuda a incrementar el conocimiento y la comprensión entre los pueblos y contribuye a establecer la paz internacional". (3) Este enfoque es interesante ya que destaca algunas de las ventajas que el turismo ofrece, aunque no menciona nada acerca del factor económico.

Para algunos economistas, el turismo es el negocio de proveer

2. Edgar Alfonso Hernández Díaz . Planificación turística. Ed. Trillas, México, 1982,p. 12
3. Manuel Ramírez Blanco. Teoría General del Turismo. 4a. ed., Ed. Diana. México, 1992. P. 8

y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros (...) por tanto el concepto de turismo está directamente

relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento e indirectamente, virtualmente con toda la industria y negocios del mundo". (4) Este concepto está más relacionado con el objetivo de la investigación, sin embargo, es aún parcial, puesto que deja de lado los aspectos cultural y social.

Para otros el turismo "comprende todos los procesos especialmente económicos que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista, en y fuera de un determinado municipio, país o estado".(5) Dicho concepto, al igual que el anterior, deja de lado el aspecto humano del turismo que propicia la convivencia entre individuos de diversas formaciones sociales y el contacto con culturas ajenas a la propia.

De las diversas definiciones citadas, es posible deducir que el turismo es el fenómeno que provoca el desplazamiento temporal de un conjunto de personas del lugar donde tienen su domicilio a otro dentro de su propio país o del extranjero, con el propósito

4. *Ibid*

5. *Ibid*

de emplear su tiempo libre en recreación o por mejorar su salud. Esta actividad conlleva fenómenos económicos, sociales, políticos, jurídicos y culturales, y precisa de toda una infraestructura de servicios; hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, espectáculos, instalaciones para el descanso y salud, vías de comunicación erigidas, en su mayoría, especialmente para servir a los turistas.

1.1.1 Clasificación de turismo.

Existen varias clasificaciones de turismo, pero por la naturaleza de nuestra investigación nos referiremos sólo a aquella que se hace de acuerdo con el área geográfica del desplazamiento turístico. Esto es: turismo interno y turismo externo.

1.1.1.1 Turismo interno.

Para Fernández Fuster turismo interior o interno "es el que realizan los nacionales de un país sin salir de su propio territorio". (6) Acerenza afirma " se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país fuera de su lugar normal

6. *Ibid.*

de domicilio, hacia otras áreas del territorio de su propio país".(7) Si bien es cierto que ambas definiciones plantean que el turismo doméstico, como algunos lo llaman, es el que un individuo o grupo realiza dentro de su país, existen diferentes interpretaciones de dicho concepto, en relación con la distancia y el tiempo que se permanezca en algún lugar. Siendo así, es pertinente citar la definición que de turista nacional, hace la Organización Mundial del Turismo: "Toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar situado en ese país, pero distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado" (8). Es claro que esta última definición incluye a los turistas extranjeros, con lo que no estamos de acuerdo, por lo cual, expondremos a continuación el concepto de turismo externo.

7. Miguel Angel Acerenza. Administración del turismo. Conceptualización y organización. 4a. ed. Ed. Trillas. México, 1994.p. 41

8. *Ibid.*

1.1.1.2 Turismo externo.

El turismo externo o internacional es definido por Miguel Acerenza como "los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual. Es decir a los viajes que realizan los nacionales o los residentes de un determinado país hacia otro distinto del suyo, hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado"(9). Por su parte Luis Fernández Fuster afirma que es el que "realizan los nacionales cuando cruzan las fronteras para visitar otros países"(10). Sin duda el primer concepto es más completo, ya que comprende también a los residentes y no sólo a los nacionales. Sin embargo ambos coinciden en hablar del turismo internacional como aquel en que el elemento territorio extranjero está presente. En la presente investigación este tipo de turismo será denominado emisor, ya que en los documentos oficiales es así como se le denomina.

9. *Ibid*

10. Fernández Fuster. *op. cit.* p.29

1.1.1.3 Turismo receptivo.

Al respecto Fuster afirma: "el turismo receptivo son las corrientes extranjeras que entran al país"(11). Desde este punto de vista el turismo interno queda limitado a los nacionales o residentes, dejando para referirse a los extranjeros el término de turismo receptivo.

Entre estas tres clasificaciones, encontramos una diferencia importante que es el factor económico. El turismo receptivo proporciona al país un ingreso de divisas repercutiendo favorablemente en la balanza de pagos. Por el contrario, el turismo exterior ocasiona un egreso de capital hacia el extranjero. Por su parte el turismo interno promueve la distribución de la riqueza estimulando el consumo y el desarrollo económico regional.

Cabe mencionar que el turismo externo y el turismo receptivo son considerablemente sensibles a los cambios monetarios y a los problemas políticos que pueden presentarse en los países, y sobre todo la estabilidad social, ya que, ésta está íntimamente relacionada con la seguridad para el turista.

11. *Idem*

1.2 Promoción turística.

"En la práctica, la promoción es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando éstas se encuentran integradas al proceso de *marketing*"(11). De lo anterior se deduce que la promoción es una actividad destinada a la optimización de la comercialización de un producto resultado de una acción dirigida a fomentar o despertar el interés en el consumidor y debe situarse como parte de un proceso, ya que por sí sola sería difícil que cumpliera con su objetivo.

La publicidad - el conjunto de actividades encaminadas a presentar a un grupo un mensaje con respecto a un producto o servicio-, la promoción de ventas -actividades de comercialización- y las relaciones públicas -actividades que influyen a la persona a comprar en forma directa, es decir, el vendedor en contacto directo con el comprador- aunados a la promoción son elementos del *marketing*. "La Asociación Americana de *Marketing*,

11. Miguel Angel Acerenza. Promoción turística. 2ª. ed., México, Ed. Trillas, 1983, p.34

lo define como la ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor de modo que satisfaga al consumidor y cumpla con los objetivos de la empresa"(13).

Se maneja este concepto porque, para vender un producto o servicio, es necesario conocer qué necesidades, pero también qué posibilidades financieras tiene nuestro consumidor y no sólo se limita a promocionar el producto o servicio.

Por lo que respecta a la promoción turística para lograr un programa promocional exitoso, deben participar conjuntamente el organismo nacional de turismo y los prestadores de servicios, de esta manera, el plan promocional estará acorde con la realidad. En la elaboración de dicho programa es necesario tomar en cuenta varios factores:

a) Segmento de recepción: Hacia qué tipo de turistas se encaminará la campaña promocional, es decir, debe estar dirigida a grupos que reúnan las características necesarias para poder adquirir el producto. En este punto se debe de tomar en cuenta

13. Blanca Irene Rojas Pichardo. Arqueología del Estado de México como patrimonio turístico. Tesis (Licenciatura en Relaciones Turísticas) Universidad Intercontinental. México, 1997. p. 22

la ideología, la edad, el nivel socioeconómico, las costumbres, el nivel educativo, etc. y es aquí donde la psicología juega un papel muy importante.

b) El mercado: es necesario saber hacia qué mercado se enfocar la promoción. Al respecto existe una primera clasificación; los mercados naturales; en los que el producto ya es conocido; y los mercados potenciales; en los que el producto se introducirá por primera vez. La segunda clasificación se da en función de la intensidad en que se hará la promoción; los divide en mercados prioritarios, secundarios y de oportunidad.

c) Situación del producto en el mercado: Se debe investigar si el producto es conocido, pero los agentes de viajes no lo comercializan o si el producto es conocido pero carece de imagen ante el consumidor.

Una vez considerados los anteriores factores se procede a la elaboración del programa de promoción cuyos objetivos primordiales deberán ser: a) La consolidación del país como destino turístico de primer orden; b) La estimulación de la aceptación, la demanda y el interés por los productos turísticos del país, c) El aumento de la participación de la industria de viajes en la venta de los circuitos turísticos y mantener al turismo cautivo.

Regularmente la promoción se realiza a través de: las oficinas de promoción turística situadas dentro y fuera del territorio nacional por medio de anuncios en prensa diaria y en revistas, anuncios orales y audio-visuales, anuncios al aire libre, folletería, cartéles, películas, artículos para obsequio, eventos culturales, etc.

1.3 Historia y evolución del turismo.

1.3.1 Antecedentes de la actividad turística a nivel mundial.

Cabe recordar que la presente investigación va dirigida principalmente al aspecto económico del turismo, de tal suerte que nos enfocaremos a ese sector. En lo concerniente a los antecedentes históricos del mismo, partiremos de la situación en el siglo XIX, poniendo especial énfasis en el período que va de la segunda mitad a la actualidad. Si bien es cierto que, desde el siglo XVI y hasta mediados del XIX se establecen las bases del turismo moderno (14) no es sino a mediados del siglo XIX cuando gracias a la introducción de nuevos elementos, que más adelante menciona-

14. Es en esa época que se realiza el gran *tour*, de donde proviene la palabra turismo y también es en ese momento que se establecen los primeros centros vacacionales: balnearios de aguas termales y posteriormente los centros destinados a los baños de mar.

remos, se le da a la actividad turística su conformación actual.

Como consecuencia de la revolución industrial, se crea una clase media con más posibilidades económicas, con hambre de nuevas experiencias que, aunada a las mejoras tecnológicas en materia de transportes, provoca un incremento en la actividad turística. Este aumento originó una industria vacacional, de tal modo que para principios del siglo XIX los centros vacacionales registraron un mayor índice poblacional en relación con las zonas industriales (15). Dejando entrever, ya, los benéficos efectos económicos de esta actividad.

Es a mediados del siglo XIX que, a partir de la organización de una convención de alcohólicos anónimos, Thomas Cook descubre el gran potencial económico de esta actividad creando la primera agencia de viajes.

Durante este periodo se observó un acelerado crecimiento del turismo gracias al desarrollo de los transportes, como es el caso de los ferrocarriles, del autobus-salón introducido por Pullman, y de los avances en las comunicaciones marítimas. De esta forma varios países se ven beneficiados económicamente, por ejemplo Francia, Italia, Noruega, Suiza entre otros." Ya en los años

15. Zonas aledañas a los balnearios con un crecimiento de 2.56 % mientras que en las zonas industriales fue de 2.38 %.

anteriores a la Primera Guerra Mundial se estimaba que, por concepto de turismo Austria recibía unos 85 millones de Kronas; Francia, 350 millones de francos; Italia, 427 millones de liras y Suiza alrededor de 200 millones de francos suizos" (16). para la segunda mitad del siglo XX se registran transformaciones importantes en cuanto a las condiciones favorables para el turismo y para su nueva concepción. Es decir se le empieza a considerar como un fenómeno socioeconómico de tipo superestructural.

A partir de 1970 un gran número de países empiezan a fomentarlo debido al impacto favorable que tiene en las zonas receptoras. Se crean centros turísticos debidamente planificados con participación y apoyo económico de organismos internacionales y del sector privado. De tal forma que surgen sitios como Benidorm, en España.

Por lo que respecta a Latinoamérica es en esta etapa que los países empiezan a ver en el turismo una opción viable para su desarrollo socioeconómico. De este modo, en las dos últimas décadas del siglo se observa el surgimiento de centros turísticos en toda la región.

16. Acerenza. *op. cit.* p.66

1.3.2 Antecedentes de la actividad turística en México.

En México, no es sino hasta 1958, que el poder público otorga al turismo importancia económica y cultural. Aun cuando ya desde los años veinte se empiezan a establecer algunos servicios turísticos; nacen algunas asociaciones, por ejemplo la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles, instituida en 1939 y la Asociación Mexicana de Turismo, entre otras. En el orden jurídico surgen leyes destinadas a regular esta actividad, por ejemplo, en 1930, la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y la Ley de Migración, en 1926. A nivel administrativo, se crea el Departamento de Turismo que dependía de la Secretaría de Gobernación. Para 1938, a través del Consejo Nacional de Turismo, se pretende la colaboración de los estados de la República con el Gobierno Federal en ese renglón.

Para antes de la Segunda Guerra Mundial, el turismo en nuestro país cobra gran auge, aunque se registra un ligero decremento debido a la conflagración mundial, no obstante, al término de la misma, en 1946, ingresan al país 250,000 turistas (17).

Si bien es cierto que hasta este momento el turismo presentaba un incipiente desarrollo, también lo es que aún no es considerado

17. Ramírez Blanco. *op.cit.* p.16.

como un fenómeno socioeconómico que precisa de ciertas condiciones para lograr desencadenar corrientes turísticas que creen un impacto favorable en la economía de un país. Es por ello que no forma parte de la planeación nacional. No es sino hasta la segunda mitad de los cuarenta cuando se empieza a considerar la influencia favorable en la economía nacional.

Para facilitar su estudio, en el presente apartado se tratará el tema por sexenios de esta forma se presentará como se fue integrando esta actividad a la planeación y al desarrollo nacional.

1.3.2.1 Actividad turística en el gobierno de Miguel

Alemán Valdés. (1946-1952)

Desde su campaña política, Miguel Alemán consideraba al turismo como una actividad importante en la economía nacional, ya que constituía uno de los renglones con ingresos más altos a nivel nacional. En el marco de la postguerra, cuando eran necesarias innumerables importaciones tendientes a la industrialización del país, el turismo representaba una excelente alternativa para equilibrar la Balanza de Pagos. Es así que se planteó la necesidad de fomentar el desarrollo de ciertas áreas en apoyo a la actividad turística:

a) Construcción y operación de hoteles; b) creación de nuevos caminos y elevación de la calidad de los servicios al turismo carretero; c) establecimiento de nuevas rutas aéreas, la adquisición de nuevos aviones y el mejoramiento y creación de aeropuertos; d) optimización de los servicios ferroviarios para lograr la promoción de este medio de transporte; e) incremento del servicio marítimo; f) control más estricto de la salud e higiene, tanto en alimentos como en instalaciones para seguridad del turismo; g) conservación y promoción del patrimonio turístico nacional; h) promoción de los aspectos culturales e históricos de México en el extranjero; i) establecimiento de un centro educativo para la capacitación técnica turística.

Para el logro de los anteriores objetivos se creó, en 1947, la Comisión Nacional de Turismo, que permitió una mayor participación del Estado en los asuntos turísticos. En 1949, se establece el Departamento de Turismo cuyo objetivo era atender todo lo relacionado con dicha actividad. También, en este sexenio, se realizaron numerosas obras tendientes a la creación de una infraestructura que permitiera el desarrollo de la actividad turística; se remodelaron o construyeron nuevos aeropuertos; se establecieron nuevas rutas hacia Europa; se apoyó el turismo carrete-

ro con la construcción de 21,422 kilómetros de carreteras (18). A nivel internacional se participó en varios congresos sobre el tema con lo cual se impulsó nuestro turismo. Así mismo se inicia una campaña de promoción en los Estados Unidos de América, de donde recibimos las principales corrientes turísticas.

Gracias a todo lo anterior, en 1951 el número de turistas que ingresó al país fue de 400,000, siendo que en 1943 fue de 207,000, por lo que podemos decir que se duplicó en ocho años; participando de sus beneficios gran parte de la población. Es importante comentar que también se construyó una gran infraestructura que serviría de base a futuros gobiernos.

1.3.2.2 Actividad turística en el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines. (1952-1958)

En este sexenio "al turismo se le impulsa, cada vez más, con medidas legales, administrativas y publicitarias, por su creciente importancia en la vida económica, social y cultural del país"

18. Gloria Elena Mendoza Moheno. Alternativas de promoción turística de México en Japón. Tesina (Licenciatura en Relaciones Internacionales) Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1996. p.18

(19). Tales medidas son: la creación del Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, destinado a apoyar a los centros turísticos a controlar la afluencia turística nacional o extranjera, impulso económico a empresas o actividades turísticas. Construcción de nuevos alojamientos gracias a la participación de la iniciativa privada. Diversificación de rutas aéreas a través de acuerdos bilaterales de México con Francia, Holanda y Cuba. Simplificación de trámites para la documentación de turistas externos.

En general, en este periodo, se siguen los mismos lineamientos establecidos por el gobierno anterior, aunque sin mucho éxito puesto que el número de turistas extranjeros aumentó sólo en 9%.

1.3.2.3 Actividad turística en el gobierno de Adolfo López Mateos. (1958-1964)

Ya durante su campaña electoral, el licenciado Adolfo López Mateos consideraba al turismo como una actividad tendiente a convertirse en una industria superior, sin embargo afirmaba que no le encomendaría en su totalidad el desarrollo de ninguna re-

19. Adolfo Ruiz Cortines, al abrir el Congreso sus sesiones el 10. de septiembre de 1957, citado en MAC DONALD, Eugenio. Turismo una recapitulación histográfica de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823. México, 1982, p.28

gión. Veía en el turismo no sólo el aspecto económico, sino también lo social y cultural.

Incrementó el número de visitantes a través de una serie de medidas. En cuanto a la administración pública se promulgó la nueva Ley Federal de Turismo y se elaboró el Programa Integral de Fomento al Turismo, mismo que fue puesto de ejemplo en la XVIII Asamblea General de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (U.I.O.O.T.) en noviembre de 1962. En ese mismo año se fundó el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. Se facilitó la institución de las Cámaras Nacionales de Turismo y su Confederación, así como también se fundó la carrera de técnico en Turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México.

En este esfuerzo la iniciativa privada participó creando, en 1961, el Fondo Privado de Fomento Turístico A.C., cuyo objetivo primordial fue promover el turismo nacional.

En el plano internacional, en este sexenio, hubo una gran actividad; México pasó a formar parte de la U.I.O.O.T. Participó en el VII Congreso Interamericano de Turismo. En 1960, en la Ciudad de México se celebró la tercera Reunión Técnica Interamericana de Turismo, durante la cual, nuestro país dejó en claro que el turismo era un vehículo por el cual se podía promover la comprensión entre los hombres. Dejó sentir su presencia en las reuniones de la Organización y Promoción Internacionales de Tu-

Turismo celebradas en Washington, Lima, Buenos Aires, Lausanne, Matreux y Ginebra. En 1963, nuestro país intervino en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre "Viajes Internacionales y Turismo" con la ponencia titulada "El derecho del hombre a viajar libremente" (20)

El 10 de septiembre de 1964 el presidente López Mateos afirmó: "se ha conseguido mejorar la oferta turística por el perfeccionamiento y ampliación de los servicios públicos en muchos lugares; por la mayor extensión de comunicaciones que facilitan la circulación de muchos visitantes; por la forma sugestiva con que se presentan a la atención internacional los aspectos históricos, artísticos y naturales del país y por las facilidades administrativas que se brindan" (21). Dado lo anterior nuestro país empezaba a ser un lugar de interés para el turismo mundial.

1.3.2.4 Actividad turística en el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz. (1964-1970)

Durante este gobierno hubo una gran actividad en la legislación turística. Se expidió el Reglamento del Departamento de Tu-

20. Mac Donald. *Op. Cit.* P. 30

21. *Idem*

rismo en 1967, así como el de Guías de Turismo, Guías, Choferes y Similares en 1969; el de Agencias de Viajes con el fin de regular las funciones de los prestadores de servicios; se abolieron los impuestos turísticos, en atención a la Resolución de la Conferencia de Naciones Unidas.

Se realizó una importante promoción del país al exterior, como lo afirmó el presidente al llevarse a cabo los Juegos de la Décima Novena Olimpiada en 1968 y la organización del Campeonato Mundial de Foot Ball en 1970. También es importante mencionar, en este sentido, que se celebró, en la Ciudad de México, la Reunión Extraordinaria de sesiones de la U.I.O.O.T., en la cual se adoptaron los estatutos de la Organización Mundial de Turismo (O.M.T.).

Si bien es cierto que no hubo grandes cambios en la actividad turística de este sexenio en relación con los anteriores, los dos eventos internacionales le dieron gran proyección al país, puesto que permitieron que se mostrara al mundo la infraestructura que se tenía.

1.3.2.5 Actividad turística en el gobierno de Luis Echeverría Alvarez. (1970-1976)

Para este sexenio se plantee, principalmente, promover el

turismo nacional. Se resaltó, aún más, el potencial económico del turismo y su incidencia en el desarrollo nacional, como una opción de generar empleos, captar divisas y redistribuir la riqueza.

En este último aspecto se propició el crecimiento de regiones rurales poco favorecidas, diversificando, a través de la figura del fideicomiso sus economías. Esto es, que orientarían su desarrollo no sólo a la agricultura, sino también al turismo, promoviendo la alianza entre gobierno, capital privado y campesinos, de tal suerte que se atendiera a más turistas y se generaran más empleos creando un mercado interno.

Dado el carácter populista de este gobierno, se impulsó el turismo social, a través del cual se daba la oportunidad a los miembros de la clase media y baja, de conocer su país, coadyuvando a la integración de los mexicanos, y al mismo tiempo, a activar la distribución de la riqueza. De esta forma, también se evitaba la fuga de capital por concepto de nacionales que viajaban al extranjero. En apoyo a esta estrategia se instaló, en 1975, el Congreso Nacional para Promover la Cultura y la Recreación entre los Trabajadores (C.O.N.A.C.U.R.T.) y la Dirección de Turismo Social, creándose albergues sindicales, balnearios populares, etc. En 1974 se construyeron nuevos centros de afluencia turística como Cancún en Quintana Roo, Ixtapa-Zihuatanejo en

Guerrero, Puerto Escondido, en Oaxaca, Cabo San Lucas y Loreto en Baja California Sur. Se modernizó y amplió la red aeroportuaria y se adquirieron nuevas naves.

En 1974, se fusionaron varios organismos en el Fondo Nacional de Fomento al Turismo cuyo objetivo primordial era financiar y asesorar los programas turísticos. Un año más tarde se instituyó la Secretaria de Turismo "como órgano del Poder Ejecutivo de la Federación, encargado de formular la programación de la actividad turística nacional y, organizar, regular y fomentar su desarrollo".(22) Por otra parte, con objeto de otorgar mayor estímulo a esta actividad, se expidió la Ley Federal de Fomento al Turismo.

En ese sexenio se hicieron varios esfuerzos por inculcar a los mexicanos el gusto por viajar y conocer el país, con lo cual se aseguró una importante redistribución del ingreso, canalizando los recursos de áreas urbanas a zonas rurales, tal es el caso de Cancún que era un pueblo de pescadores y gracias a la infraestructura turística que se construyó, se diversificó la economía de lugar.

22. Ramírez Blanco. *op.cit.* p.19

1.3.2.6 Actividad turística en el gobierno de José López
Portillo. (1976-1982)

Durante esta administración, José López Portillo, por su incidencia en la balanza de pagos, se vió en el turismo una opción que a corto plazo, ayudaría a salir de la crisis económica del país. Afirmaba, respecto a la infraestructura desarrollada en el régimen anterior: "esa estructura montada y lista para funcionar a una mayor capacidad, no debe desaprovecharse. Si en algún campo hay respuestas de rápida realización y de profundidad suficiente para auxiliarnos en nuestros problemas, es el turismo."

(23) Sin embargo, en los primeros 5 meses de 1977 se registraron solamente 9,500 millones de pesos en el ingreso de divisas por concepto de turismo. Es decir, que el sector no había funcionado como se esperaba.

En ese mismo año se obtuvieron créditos del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo para continuar la construcción de complejos turísticos. Se concedió un estímulo fiscal a la inversión privada que se realizara en este sector y se con-

23. Palabras dirigidas por el presidente José, López Portillo a los delegados de la XXXV Convención Anual de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, México D.F., 14 de enero de 1977. En Mac Donald. p. 230.

tinuó con el concepto de desarrollos turísticos ejidales y comunales.

Se siguió estimulando el turismo social a través del Fideicomiso del Turismo Obrero (F.I.D.E.T.O.) que armaba paquetes turísticos a precios médicos en coordinación con hoteleros y líneas de transporte; establecía descuentos y créditos. De esta forma se reactivaba, con turismo interno, la infraestructura ociosa.

Para 1980 se registró una entrada de divisas, por este concepto, de 12,900 millones de pesos, obteniendo así un incremento considerable respecto de 1977 y se captó una derrama económica de más de 50 mil millones de pesos gracias al turismo interno.

2. Situación del turismo receptivo de 1983 a 1988.

2.1 Diagnóstico: situación del turismo receptivo en 1983.

En términos generales, en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, en la sección correspondiente al diagnóstico, se afirma que se registró un decremento del saldo favorable de la balanza turística debido a que un mayor número de mexicanos viajó al extranjero, de tal modo que la participación del sector en la solución de los problemas económicos del país disminuyó.

Tal situación responde a problemas propios del sector entre los que destacan " la baja calidad de algunos de sus servicios, la política de precios, la falta de un producto diferenciado y competitivo y el manejo inadecuado de la promoción y la comercialización. Y a situaciones ajenas al mismo como: la sobrevaluación cambiaria y la mala situación económica de los países que tradicionalmente mantenían un flujo constante de visitantes hacia el país y las restricciones al transporte internacional." (24) Aunado a esto, existe una concentración geográfica en los centros turísticos de playa y en las ciudades de interés histórico y cultural, lo que ha ocasionado un mal aprovechamiento del poten-

24. Miguel De la Madrid Hurtado. Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Poder Ejecutivo Federal, 1983, p.9

cial turístico nacional.

2.2 Productos de la planeación turística instrumentados de 1983 a 1988.

Como primer producto de la planificación turística de este periodo se encuentra el Programa Nacional de Turismo 1983-1988. Siguiendo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, pretendía:

"consolidar el papel estratégico en el desarrollo integral del país, a través del fortalecimiento y creación de instalaciones y servicios turísticos que demanden un mayor contenido de mano de obra y proporcionen un desarrollo regional equilibrado, lo que permitirá generar empleos, en forma creciente y aumentar la captación y la retención de divisas. El otro objetivo es hacer del turismo una experiencia creativa que difunda los valores y cultura de México por el conocimiento de atractivos culturales (...)." (25)

En este programa se otorga al turismo un papel importante en la economía nacional por lo que se pretende consolidar y desarrollar la planta turística, aumentar las corrientes receptoras,

25. SECTUR. Planeación turística de México. (Mimeo), Secretaría de Turismo, México, s/f, p.9

tener una mejor posición internacional como destino turístico y apoyar al turismo nacional. Para lograr lo anterior se promovería la inversión pública y privada para la creación de infraestructura urbana y turística y se adoptarían políticas orientadas a la promoción y comercialización, al desarrollo, control y organización de esta actividad.

Posteriormente, en 1986, se crea el Programa de Acción Inmediata para el Fomento del Turismo como consecuencia de la crisis económica que atravesaba el país. Se pretendía reactivar el turismo interno y aumentar el receptivo a través de la reconversión económica y la modernización del aparato productivo.

2.3 Estrategias e instrumentos de desarrollo para el turismo receptivo.

2.3.1 Infraestructura.

En apoyo al impulso que se deseaba dar al turismo, se realizaron obras de infraestructura para la urbanización de las zonas turísticas más importantes: Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, La Paz, Los Cabos, Loreto, Nopoló-Puerto Escondido y Bahías de Huatulco.

Se efectuaron obras tales como: construcción de viviendas, de sistemas de captación y distribución de agua potable, de redes de

tratamiento de aguas negras, de sistemas de energía eléctrica, de urbanización de colonias, de instalaciones deportivas, de centros comerciales, de obras de protección contra inundaciones, de auditorios en algunos de los centros, de canales de protección de aguas pluviales, el aeropuerto internacional de Huatulco así como la restauración de sitios arqueológicos.

2.3.2 Estructura o planta turística (creación de empresas turísticas)

Siendo la capacidad de hospedaje determinante en la captación de mayores volúmenes de turistas, se realizaron grandes inversiones en la creación de hoteles, resultando un total de 7,610 establecimientos con 310,470 habitaciones distribuidas en todo el país. Lo anterior significa que de 1983 a 1988 la oferta hotelera registró un incremento de 35 por ciento.

Respecto a los establecimientos de alimentos y bebidas, cabe mencionar que la Ley Federal de Turismo de 1984, dispuso una nueva clasificación, por lo consiguiente el número de estas empresas registradas con calidad turística descendió en 32 por ciento respecto de 1982, siendo éstos un total de 4,590.

Por lo que hace a las agencias de viajes, se obtuvo un incremento del 13.7 por ciento respecto de 1982, siendo al final del

sexenio un total de 2,818.

2.3.3 Políticas y acciones promotoras del desarrollo turístico

2.3.3.1 Promoción y comercialización de la oferta.

Enfocada principalmente a la promoción del turismo receptivo, se difundió una imagen positiva del país en el extranjero, dando a conocer los aspectos culturales e históricos, promocionando la planta turística y los atractivos naturales. El Estado y la iniciativa privada se encargaron de esta actividad a través de reportajes de televisión, revistas, periódicos, folletos, guías, carteles, mapas, y materiales diversos proporcionando al turista orientación e información especializada.

Los esfuerzos de promoción se enfocaron, principalmente, a los centros turísticos de playa, arqueológicos y grandes ciudades; sin impulsar la diversificación que condujera a la captación de otros sectores del mercado.

2.3.3.2 Política tarifaria.

Debido a la competencia internacional que enfrentaba nuestro

país con centros del Caribe, Pacífico y Norteamérica, se adoptaron políticas tarifarias más atractivas y competitivas; obteniendo México una mejor posición en el mercado mundial. "Las tarifas promedio en cuarto doble en la temporada de invierno 1988-1989 ubicaban a los destinos nacionales con 93 dólares promedio, correspondiendo a Cancún 115 dólares, Acapulco con 93, Puerto Vallarta con 80, Cozumel con 89 y Mazatlán con 61. Tarifas inferiores a las observadas en Bahamas 131 dólares, Puerto Rico con 129 y Montego Bay con 136 acumulando un promedio de 137 dólares en la región. En Estados Unidos la tarifa promedio de los hoteles en Honolulu era de 120 dólares, superior en un 4 por ciento a la tarifa de Cancún que era la más alta de los destinos nacionales." (26) Aún cuando las tarifas promedio de Europa son más bajas, la cercanía de México aunada al clima frío de Europa en esa época ponen en ventaja al país.

2.3.3.3 Capacitación.

La importancia de la capacitación en el sector radica en que la calidad del servicio determina que el turista, tanto nacional como extranjero, repita o no su visita. Es el personal quien crea

26. De la Madrid Hurtado. *op. cit.* p.25

la imagen del país por lo tanto su mayor capacitación redundará en el aumento de la afluencia turística.

Para 1987, existían 77 escuelas de turismo registradas y 210 centros de enseñanza turística públicos y privados, resultando un aumento anual superior a 10 por ciento. Sin embargo dichos centros educativos están concentrados, principalmente, en el Distrito Federal, Jalisco y en el Estado de México. Esta situación ocasiona que los egresados no encuentren empleo, puesto que el campo de trabajo es limitado o inexistente. Por otro lado, los planes de estudio no coinciden, en algunos casos, con los requerimientos del campo laboral. Se observa, también, que algunas escuelas no cuentan con las instalaciones necesarias para la optima preparación del educando.

Por su parte, la Secretaría de Turismo capacitó, impartiendo cursos, a 51,644 personas en casi la totalidad de la entidades federativas.

2.4 Situación del turismo receptivo en 1988 y su participación en la economía nacional.

2.4.1 Situación del turismo receptivo en 1988.

Las obras de infraestructura y estructura así como todas las

políticas y acciones tendientes al desarrollo de la actividad turística, tuvieron un impacto en el turismo receptivo arrojando los siguientes resultados:

- a) Se continuó la explotación acelerada de los destinos de playa.
- b) Se mantuvo una dependencia del mercado turístico de Norteamérica la cual constituyó 85 por ciento de la demanda turística de internación.
- c) Como resultado de un gasto mayor por día y de un aumento de la permanencia del turista, el gasto promedio por viaje pasó de 342 en 1983 a 2,544 para 1988.
- d) La participación de los ingresos por turismo receptivo en la cuenta corriente ascendió a 7.8 por ciento en 1988.

Cabe señalar que estos resultados no sólo responden a la planeación turística del sexenio, sino que, también, influyeron factores tales como un tipo de cambio favorable, un clima de estabilidad política y paz social, el crecimiento económico de los mercados internacionales, la diferencia positiva que ofrecen los destinos de México en relación con otros en materia de costos y distancia. Esto último presenta una dualidad puesto que existe una cercanía con Estados Unidos pero una lejanía respecto

de Europa y Asia.

2.4.2 Participación del turismo receptivo en la economía.

La balanza turística registró un saldo de 7,645 millones de dólares, mostrando un crecimiento de 21.5 por ciento, al pasar de 1,184 millones de dólares a 1,439 millones de dólares en 1988.

Por concepto de turismo receptivo se captaron 11,908 millones de dólares y se erogaron 4,263 millones de dólares por concepto de turismo egresivo, lo que nos da una balanza turística favorable. Dichos ingresos representaron 6.6 por ciento de los ingresos acumulados en la cuenta corriente, (sin incluir el petróleo) mejorando así la balanza de pagos de nuestro país. La participación del turismo en la cuenta corriente fue de 9.5 por ciento.

Sin embargo, el turismo fronterizo mostró ingresos por 7,478 millones de dólares y egresos por 9,418 resultando un saldo negativo de 1,940 millones de dólares.

El turismo generó empleos en forma considerable "El personal ocupado en la actividad turística pasó de un millón 768 mil en 1983, a un millón 843 mil en 1988, de los cuales 527 mil son

empleos directos y un millón 316 mil son indirectos" (27). Lo anterior demuestra que a diferencia de otras actividades económicas el turismo mantuvo mayor dinamismo en la creación de empleos, sobre todo a nivel regional.

27. SECTUR. *op. cit.* p.29

3. Planeación turística durante el período de Carlos Salinas de Gortari

3.1 Diagnóstico.

Al inicio de su sexenio, Carlos Salinas de Gortari, reconoce que el turismo debe contribuir más eficientemente al desarrollo nacional. Observa el escaso aprovechamiento del patrimonio turístico mexicano, y el uso irracional y depredatorio que, en algunos casos, se ha registrado. Se retoma el problema de que los recursos financieros se destinen principalmente a desarrollos de playa, limitando la oferta turística.

En el renglón de turismo externo, se observa un desfase entre el potencial turístico del país y el flujo de turistas extranjeros atraídos por el mismo. Se encuentra que, al igual que en 1983, dependemos de un sólo mercado, el norteamericano, pero en poca medida, ya que nuestro territorio atrae sólo un pequeño porcentaje de turistas nacionales de dicho país.

En resumen "La captación de divisas por este concepto no es de la magnitud que debiera ser; por otra parte, no sólo se ha descuidado la diversificación de los mercados de origen de la demanda internacional, sino que también se ha prestado poca atención a la explotación y exploración de nuevos destinos turísti-

cos"(28). Si bien es cierto que la actividad turística se ha incrementado en los últimos años, también es cierto que la oferta es reducida en comparación con otros países de menores dimensiones y atractivos.

3.2 Modelo del desarrollo turístico 1989-1994.

En concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, cuyas líneas fundamentales son: 1) soberanía, seguridad nacional y promoción de los intereses de México en el exterior; 2) ampliación de la vida democrática; 3) recuperación económica con estabilidad de precios, y 4) mejoramiento productivo del nivel de vida, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico se propone:

1) Modernizar la actividad turística para incrementar su potencialidad como fuente de divisas.

2) Aumentar su participación en el desarrollo económico nacional y en el equilibrio regional.

3) Mejorar la estructura turística existente: promoviendo así la

28. SECTUR. *op. cit.* p. 32

generación de empleos.

4) Financiar, a través de FONATUR, nuevos polos de desarrollo turístico.

5) Fortalecer el nacionalismo a través de la difusión de los valores y la cultura mexicanos.

6) Crear una cultura turística.

7) Promover el turismo receptivo y el nacional.

8) Fomentar la creación de políticas de descentralización, adecuación jurídica y simplificación administrativa.

3.3 Estrategias

Al respecto, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico plantea las siguientes estrategias, a saber:

a) La actualización de un inventario de recursos turísticos, así como la creación de uno de atractivos y equipamiento turísticos, con el fin de ampliar, conservar y preservar los

recursos ya existentes.

b) Apoyo a zonas específicas cuyas características las convierten en atractivos reales o potenciales, a través de inversiones en infraestructura y promoción, fomentando la participación estatal, municipal, social y privada. Dichas zonas están clasificadas en ocho: Frontera Norte, Mar de Cortés, Costa del Pacífico, Istmo, Centro, Ruta Balnearios, Costa del Golfo y Caribe Maya.

c) Promoción a la inversión, tanto pública como privada, para el desarrollo de servicios a través de la creación y/o mantenimiento de infraestructura física, social y complementaria que incremente la oferta turística. Esta inversión estará motivada por incentivos fiscales que garanticen recursos, pero que al mismo tiempo, fomenten la llegada de recursos a zonas de alta rentabilidad.

D) Fomento de la demanda turística nacional a través del apoyo al turismo social juvenil e infantil, principalmente, promoviendo la construcción de infraestructura para el turismo social así como el estímulo del gusto por viajar y conocer los aspectos culturales del país.

Por lo que respecta a la demanda extranjera se dará atención

especial al mercado norteamericano, pero se buscarán otros tales como el europeo, asiático y sudamericano. Todo esto se logrará a través de campañas promocionales, organización de eventos náuticos deportivos, ferias etc. En cuanto al turismo fronterizo, se planea la construcción de centros recreativos, brindar mayor seguridad y simplificar los procedimientos aduanales y migratorios.

e) Se pretende lograr la competitividad de los servicios y su modernización con respecto a los mercados extranjeros. Lo anterior se considera factible formando profesionales de mayor calidad para lo cual se revisarán los planes de estudio, de tal suerte que la formación académica sea congruente con la demanda laboral. Se instrumentarán programas de capacitación permanente a fin de concientizar al prestador de servicios para lograr un mejor trato al turista. Con el mismo objetivo se considerará la adecuación de los ordenamientos legales y administrativos.

f) Dado que la actividad turística se relaciona con otros sectores, su buen funcionamiento depende de la coordinación que se mantenga con ellos. Debido a esto se propiciará la concertación entre los sectores público, social y privado a través de la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo. Se permitirá la descentralización que promueva la participación activa y eficiente

de las oficinas regionales de la Secretaría de Turismo.

3.4 Metas

El Plan Nacional de Turismo se plantea objetivos "ambiciosos y plenamente realistas y de gran factibilidad"(29). trazados para ser alcanzados en el periodo 1989-1994; estos son:

1. Recibir 10 millones de turistas procedentes del exterior.
2. Lograr que la actividad turística en México sea superior al crecimiento turístico mundial.
3. Construir 50 mil cuartos de diferentes categorías durante este periodo.
4. Generar 48 mil empleos directos y 120 mil indirectos.
5. Capacitar 75 mil empleados de la planta turística.
6. Captar 5 mil millones de dólares de divisas por concepto de

29. SECTUR, *op. cit.* p.47

de turismo receptivo en 1994.

7. Lograr que la evolución del sector en la economía sea superior a la del producto interno bruto.

3.5 Vertientes de instrumentación del Plan Nacional de Turismo.

Para lograr las metas planteadas se implementaron cuatro vertientes de instrumentación para designar acciones específicas a cada sector: público, social y privado.

3.5.1 La obligatoria.

En esta vertiente se establecen los planes y programas a seguir para lograr la administración central; para establecer la política y la planeación de desarrollo turístico; para impartir la capacitación; para construir establecimientos turísticos y de esparcimiento; para planificar la urbanización y los servicios de hospedaje; para promover la captación de recursos financieros de fideicomisos. A través de estos programas se pretende coordinar acciones entre los diferentes sectores gubernamentales, suscribir acuerdos para asegurar la participación de los sectores y

establecer políticas favorables para el logro de las metas.

3.5.2 La de coordinación.

Aquí se buscará la participación coordinada de los gobiernos de los estados así como de los municipios mediante acuerdos que aseguren: asesoría a los gobiernos estatales y municipales en la creación de sus programas de desarrollo turístico; análisis de proyectos de inversión específicos; continuación del proceso de descentralización administrativa así como la promoción de centros específicos derivados por los gobiernos estatales y/o municipales.

3.5.3 La de concertación.

En ella se establecieron 3 áreas concretas: la primera se refiere al desarrollo de la oferta; se realizarán acciones conjuntamente con particulares para incrementarla, promoverla y diversificarla.

En la segunda se trata el fomento de la demanda, para lo cual se plantea fortalecer la imagen del país en el exterior, concientizar a la población de la importancia de turismo para la economía del país, promover programas de capacitación, fortalecer

campañas promocionales, etc.

La tercera va encaminada a la modernización y competitividad de los servicios turísticos; se propone propiciar y adecuar la normatividad y la regulación turísticas, descentralizar la toma de decisiones, ofrecer un servicio de excelencia y promover encuentros de intercambio académico con países de más experiencia en la materia.

3.5.4 La de inducción.

Esta vertiente se encarga de inducir acciones en las que participen los sectores social y privado para instrumentar políticas cambiarias y de precios que estimulen al turismo receptivo, orientar el gasto público de tal forma que se mantenga el empleo, adoptar una política fiscal benévola con la inversión nacional y extranjera, y fortalecer la promoción y la publicidad.

4. Análisis evaluativo.

4.1 Infraestructura hotelera.

Como puede verse en el cuadro 1 (pág.56), en 1989 se proyectó la construcción de 50,000 cuartos de diferentes categorías, lográndose, en 1994, 63.6 mil unidades con un total de 127.2 por ciento de lo planeado. (Ver gráfica, p.58).

Principalmente esto se consiguió por las acciones del plan estratégico, en el que se inscriben los cinco Centros Integralmente Planeados (30) en los que se basó la actividad turística de país. Dichos centros han contribuido a incrementar la oferta turística, originando destinos de gran calidad, atrayendo nuevos segmentos

30. "Los proyectos turísticos integrales (megaproyectos), (...) son una fórmula de desarrollo que consiste en la realización de un proyecto integralmente planeado, preferentemente en un destino turístico existente, con una imagen establecida, población, aeropuerto, infraestructura básica y otros factores capaces de garantizar su desarrollo continuo. Para lograr su objetivo se requiere la preparación de una oferta importante de terrenos turísticos de primera calidad, que se ofrezcan a los inversionistas nacionales y extranjeros, para que estos con la participación y coordinación de FONATUR, garanticen la infra-estructura adecuada, fortaleciendo así, la imagen e identidad de un centro turístico (...) en ellos se especifica la diversificación de atractivos turísticos con el desarrollo de hoteles, marinas, campos de golf, centros comerciales, unidades departamentales, zonas residenciales y todos los servicios necesarios". En FONATUR, Infonatur. año 1 num. 4/2A. abril. 1994 p.26

del mercado y generando el desarrollo regional.

Las regiones donde se desarrollaron estos centros registraron los siguientes avances:

Cancún: Se convirtió en el destino líder del país, concretando proyectos que propiciaron el incremento de su calidad.

Ixtapa: Destino preferido del turismo nacional que, a través de la construcción de casas de descanso logró un mercado cautivo.

Los Cabos: Se abrió el corredor turístico que une a San José del Cabo con Cabo San Lucas, logrando su posición como segundo destino turístico más importante para el turismo extranjero.

Loreto: Buscando la diversificación de la oferta, se erigió un centro náutico integrado que aunado al potencial natural de la península, contribuirá a detonar la actividad turística de la zona.

Bahías de Huatulco: A pesar de haber iniciado operaciones al principio del periodo, logró despegar como centro de pla-

ya captando tanto turismo nacional como extranjero.

Cabe mencionar que, no sólo se realizaron construcciones en los centros integralmente planeados, (los cuales participaron con 41.6 por ciento del total) sino que también se edificaron nuevos cuartos en los centros tradicionales de playa, (26.2 por ciento) del interior y fronterizos (26.9 por ciento) y las grandes ciudades (5.2 por ciento).

La infraestructura turística precisa de una base de apoyo para obras de urbanización, servicios básicos y equipamiento turístico de tal suerte que el destino turístico se desarrolle como una ciudad con todos los servicios que ello implique (drenaje, agua potable, electrificación, telefonía, obras de tratamiento de aguas negras, subestaciones eléctricas, caminos de acceso y acueductos) sin dañar o alterar el ecosistema al grado de terminar con el atractivo natural del lugar. Esta nueva concepción de desarrollo turístico fue planteada y puesta en marcha, principalmente en los Centros Turísticos Integralmente Planeados, en donde además se amplían y planifican los servicios de vivienda, hotelería, industria, educación y comercio. (ver cuadros 2 y 3 págs. 56 y 57)

En materia de equipamiento turístico, cabe mencionar que buscando la diversificación de los atractivos se edificaron campos de golf, marinas, terminales marítimas, etc. (ver cuadro 4 pág. 51).

4.2 Creación de empleos.

En este renglón se proyectó la generación de 48,000 empleos directos (31) habiéndose creado 31,238, lo que representa 65 por ciento de lo planeado. En lo que respecta a los empleos indirectos (32) se fijó como meta la creación de 120,000 y se lograron 103,596, lo que representa 86.3 por ciento de lo esperado. Esta diferencia de porcentajes favorable al empleo indirecto es debida a que en el Plan Nacional de Turismo se tomó en cuenta la creación de toda una infraestructura de apoyo que satisficiera las necesidades no sólo de los turistas sino también de la población permanente de cada lugar, es decir que la cantidad de personas que prestan sus servicios directamente en el sector turismo es inferior a la que lo hace también para la población permanente.

Al ser los Centros Integralmente Planeados la base de la actividad turística durante el periodo en cuestión, son ellos los

31. Empleo directo es aquí, el que se realiza en los diferentes servicios turísticos; hoteles, agencias de viajes, establecimientos de alimentos y bebidas, centros recreativos, etc.
32. Empleo indirecto es aquél que se realiza en todos los sectores de apoyo tales como el comercio, la industria de la construcción, centros educativos, etc.

que más inversión captaron y los que más empleos generaron. Tomando en cuenta lo anterior se permitió inducir una población de 370 000 habitantes en dichos centros generando empleos directos e indirectos, con lo cual la actividad turística presentó una gran contribución tanto al desarrollo socioeconómico como al regional del país.

La creación de empleos propició a su vez el crecimiento de otros sectores tales como el de las comunicaciones, la industria y otros generando "al rededor de 1.9 millones de nuevos pesos en los cinco desarrollos" (33) Al proveer de empleos el turismo actúa como redistribuidor tanto de recursos como de población; en dichos desarrollos logró superar el nivel de vida de sus habitantes con relación a otros centros turísticos tradicionales y aún a algunas ciudades de país.

4.3 Capacitación.

En este aspecto se programó la capacitación de 75,000 empleados cumpliéndose con sólo 17,900, lo que corresponde a un 23.8 por ciento. Se realizaron 200 convenios entre escuelas y empresas turísticas para adecuar la formación académica con los requeri-

33. INFONATUR. n. 4/2^a época, México, abril, 1994, p.12

mientos laborales del sector.

En el plano laboral, se capacitaron empleados en 46 destinos turísticos, logrando impactos positivos en los niveles de productividad, calidad y eficiencia en beneficio de los viajeros tanto nacionales como extranjeros.

Al ser la calidad del servicio una de las armas más importantes de competencia en el mercado turístico, se llevó a cabo una campaña de cultura turística tendiente a crear una mayor sensibilización de los prestadores de servicios, estudiantes y comunidad en general, sobre la importancia de dicha actividad; consiguiendo un mejor trato al turista, quien por esta situación es muy probable que regrese, constituyendo un mercado cautivo y generando una promoción favorable de boca en boca.

A pesar de estas acciones, el porcentaje alcanzado se encuentra muy por debajo de lo proyectado en el Modelo de Desarrollo Turístico, lo que deja ver un vacío en este aspecto determinante en este sector, puesto que es el personal de contacto quien trata directamente con el turista y es de él de quien recibe las impresiones buenas o malas.

4.4 Turismo receptivo.

Como se apunta en el cuadro 1 (pág.56), la meta trazada en

este renglón fue recibir 10,000 millones de turistas y la captación lograda fue de 11,383.9 turistas representando 105 por ciento del total. Estos resultados permitieron que México se colocara en el octavo lugar en la recepción de turistas internacionales.

El éxito de este objetivo se debió, principalmente, a la promoción internacional de la oferta turística que se basó en la coordinación entre los prestadores de servicios y los gobiernos estatales y municipales. Dicha promoción fue enfocada hacia segmentos específicos en los principales mercados emisores de viajeros. Se instauraron varios programas de promoción e impulso a la oferta turística siendo los principales:

- 1) Mundo maya: en donde se orientó hacia el turismo especializado a través del ecoturismo.
- 2) Ciudades coloniales: en este programa se destacaron los diferentes atractivos, y la promoción se dirigió hacia los mercados con mayor potencial de turismo emisor.
- 3) Frontera Norte: en este caso la promoción se encargó de destacar la calidad de los atractivos turísticos en las principales ciudades fronterizas, promoviendo la nueva oferta de los Centros Integralmente Planeados de la zona.
- 4) Bienvenido a México Paisano y Centroamérica Vecinos: Por medio de este programa se simplificaron los trámites para la interna-

ción de connacionales y turistas extranjeros. También se mejoró la atención y orientación gracias a los esquemas migratorios y aduanales.

Estos programas se dieron a conocer en el exterior a través de los 32 Fondos Mixtos de Promoción (constituidos por la SECTUR, los gobiernos locales y el sector privado) los cuales se dirigieron a los principales mercados emisores de turistas, mejorando también los canales de comercialización. "La estrategia puso énfasis en un mejor conocimiento de estos mercados, los canales de comercialización, y la diferenciación de México frente a otros países con base en campañas y exposiciones que difundieron la riqueza histórica, cultural y natural (...)" (34) ejemplo de ellas es la exposición "México: Esplendor de 30 siglos", presentada en Nueva York, Los Angeles y San Antonio en Estados Unidos; por medio de ella se muestra la imagen de nuestro país como centro histórico y cultural, diversificando con ello de los destinos tradicionales de playa, promoviendo las ciudades coloniales y las grandes ciudades.

Al exterior, la promoción se llevó a cabo por las representaciones de la SECTUR en el extranjero, las cuales apoyaron, mediante la coordinación con los fondos mixtos, la promoción y pu-

34.Poder Ejecutivo Federal. Informe de Ejecución 1994, p.265

blicidad; acciones de mercadeo directo con agentes de viajes y mayoristas, (se firmaron 11 acuerdos de cooperación turística y 6 convenios bilaterales de transportación aérea).

Aunado a esto se realizaron eventos internacionales de promoción y comercialización de la oferta en nuestro territorio:

EL Tianguis Turístico en Acapulco: gracias a este evento se comercializaron, en nuestro periodo de estudio, 3,513 millones de dólares. Entre los destinos más demandados se encuentran: Acapulco, Cancún, Cozumel, Distrito Federal, etc.

La Eurobolsa Mexicana de Turismo: Este evento se creó durante la administración salinista, con el objeto de obtener una posición en el mercado europeo, con una oferta variada de primer nivel. Gracias a ella se promovieron no sólo los destinos de playa, sino los atractivos culturales y arqueológicos de los 31 estados de la República. Dicho evento fue determinante para la captación de 457 mil viajeros provenientes del mercado europeo antes no explotado.

4.5 Captación de divisas.

Como se presenta en el cuadro número 1, la meta a alcanzar fue el incremento de la capitación de divisas por concepto de turismo a 5,000 millones de dólares, para 1994 se obtuvieron 7,179 millones de dólares lo que representa 143.5 por ciento sobre lo pla-

nificado.

Estos resultados se reflejaron en la balanza turística la cual registró un superavit de 2,148.2 millones de dólares, causando un impacto positivo en la balanza comercial del país. Con ello el turismo incrementó su importancia como actividad económica para el país.

Cabe resaltar que una gran parte de las divisas generadas no se queda en el país debido a que las grandes cadenas hoteleras son extranjeras, pero debe tomarse en cuenta la derrama económica en impuestos y salarios que son con lo que, principalmente, se sustenta el desarrollo regional que se ha observado en algunos lugares tales como Cancún o Huatulco cuyas economías se basan en el turismo.

El dinamismo observado fue posible debido a la elevación de la calidad de la oferta turística, de la calidad de servicio y de la paz social conseguidas en el periodo de estudio. Cabe señalar que el desarrollo del turismo no sólo se basa en una estructura, sino que también depende de acciones superestructurales como la modernización de la actividad turística a través de un marco normativo actualizado, tendiente a descentralizar la rectoría del Estado, a través de la SECTUR, y a promover la participación de los gobiernos estatales y municipales. Encaminadas al logro de este objetivo se dictaron normas oficiales mexicanas,

por medio del Comité, Consultivo de Normalización Turística, para garantizar la seguridad física de los viajeros, cubriendo un punto primordial en la actividad turística: la seguridad. Por otro lado, pero en el mismo marco normativo, la nueva Ley Federal de Turismo previó la constitución de Consejos Consultivos Mixtos, para propiciar, en un marco legal, la participación coordinada de los sectores privado y social. En este mismo orden de ideas se observó un proceso de desregulación para la agilización y simplificación de trámites tanto para turistas extranjeros como para inversionistas lo que ocasionó un mayor dinamismo de la actividad.

CUADRO 1

PORCENTAJE DE LOGROS SOBRE LO PROYECTADO			
OBRAS	PROYECTADO	LOGRADO	%
INFRAESTRUCTURA HOTELERA	50,000 CUARTOS DE DIFERENTES CATEGORIAS ^ρ	63,600 UNIDADES ^ϖ	127.2
EMPLEOS DIRECTOS	48,000 ^ρ	31,238 [•]	65
EMPLEOS INDIRECTOS	120,000 ^ρ	103,5896 [•]	86.3
CAPACITACION	75,000 EMPLEADOS ^ρ	17,900 EMPLEADOS ^ϖ	23.8
TURISMO RECEPTIVO ^ρ	10 MILLONES DE PERSONAS ^ρ	10.5 MILLONES DE PERSONAS [•]	105
CAPTACION DE DIVISAS	5,000 MILLONES DE DOLARES ^ρ	7,719 MILLONES DE DOLARES [•]	143.5

FUENTES:

- ^ρ Incluyendo turistas fronterizos, nacionales que visitan México
- [•] FONATUR "La modernización de México a través del turismo" Evolución de FONATUR: dic. 88 ago 94. 43p
- ^ϖ PODER EJECUTIVO FEDERAL. Plan Nacional de Desarrollo. Informe de ejecución 1994. 944 p.
- ^Ω SECTUR. Planificación turística en México 60 p.

CUADRO 2

OBRAS DE URBANIZACION				
OBRAS	UNIDAD	ZONA URBANA	ZONA TURISTICA	TOTAL
URBANIZACION	ha.	837	2,114	2,951
VIALIDADES	Km.	165	185	350
REDES DE AGUA POTABLE	Km.	241	239	480
REDES DE ALCANTARILLADO	Km.	219	218	437
RED ELECTRICA AEREA	Km.	166	30	196
RED ELECTRICA	Km.	-	87	87
RED TELEFONICA AEREA	Km.	40	15	55
RED TELEFONICA SUBTERRANEA	Km.	2	81	83

CUADRO 3

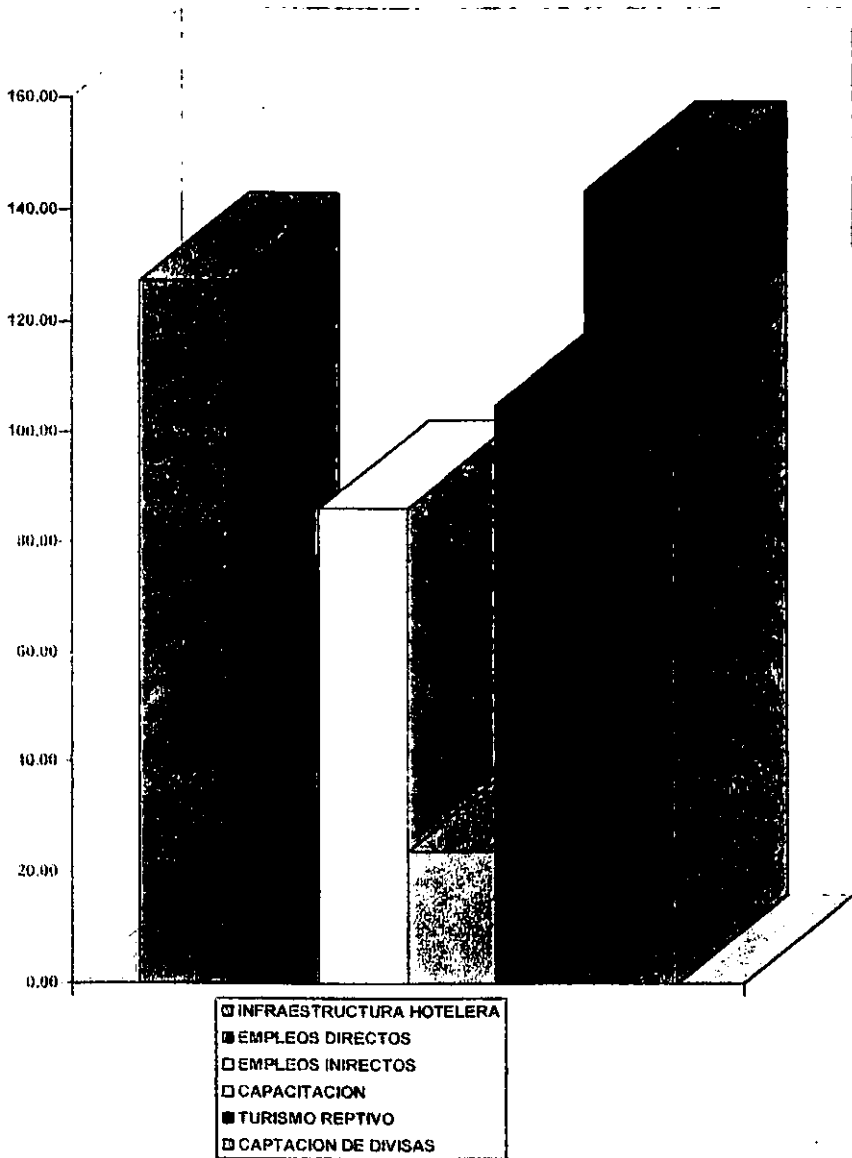
OBRAS DE INFRAESTRUCTURA BASICA				
OBRAS	UNIDAD	ZONA URBANA	ZONA TURISTICA	TOTAL
CAPTACION DE AGUA POTABLE	l.p.s.	785	733	1,518
ACUEDUCTOS	Km	136	88	224
TANQUES DE REGULACION	m ³	10,934	7,980	18,914
PLANTA POTABILIZADORA	l.p.s.	160	320	480
EMISIONES P/AGUAS NEGRAS	Km	14	25	39
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS NEGRAS	l.p.s.	-311	905	1,216
CANALES DE PROTECCION PLUVIAL	Km	17	12	29
LINEAS DE TRANSMISION ELECTRICA	Km	210	284	494
SUBESTACION ELECTRICA	MVA	60	220	280
CENTRAL TELEFONICA	LINEAS			27,326
AEROPUERTOS				5
LONGTUD DE PISTA	m.			12,650

CUADRO 4

OBRAS DE EQUIPAMIENTO URBANO Y TURISTICO				
OBRAS	UNIDAD	ZONA URBANA	ZONA TURISTICA	TOTAL
CAMPOS DE GOLF (5)	ha.		299	229
OBRAS MARITIMAS:				
* CANALES DE NAVEGACION	m.	50	10,730	10,780
* OBRAS DE PROTECCION	m.	380	390	770
* AREAS AGUAS ABRIGADAS	ha.	2	26	28
* MALECONES	m.	1,200	3,562	4,762
* CAPACIDAD DE DARSENA	embarc.	120	1,080	1,200
* TERMINAL MARITIMA	instal.		1	1
EDIFICACIONES DE EQUIPAMIENTO	m2	20,230	58,568	78,910
INSTALACIONES HOTELERAS	hoteles			21

Gráfica 1

Porcentaje de logro sobre lo proyectado



Conclusiones.

Al finalizar la investigación se concluyó lo siguiente:

1. El impulso al turismo receptivo, registrado durante el periodo de Carlos Salinas de Gortari, 1988-1994, superó, en algunos casos, lo planteado en su Programa Nacional de Modernización del Turismo. En los casos donde no lo hizo cubrió un gran porcentaje de lo planeado. Tal es el caso de la creación de empleos y la capacitación.

Los principales casos donde el programa fue más allá de lo planteado se refirieron a:

a) Captación de divisas para la balanza comercial se planeaban 5,000 millones de dólares se obtuvieron 7,179 millones de dólares, logrando un superavit en la balanza turística de 2,148.2 millones de dólares.

b) Recepción de 11,383.9 turistas extranjeros de 10,000 programados.

c) Construcción de 63.6 mil cuartos de hotel de diferentes categorías de 50,000 planeados.

d) Desarrollo de nuevos centros turísticos (Los Cabos, Loreto, Ixtapa) y replanteamiento del de algunos ya establecidos (Cancún y Bahías de Huatulco).

2. La economía de las reas turísticas registró un mejoramiento en varios renglones tales como: comunicaciones, transportes, en la industria de la construcción, desarrollo de la infraestructura urbana, etc.

3. Diversificación real de la oferta turística al ampliar la variedad de destinos y las actividades a realizarse en cada uno de ellos.

4. Diversificación del mercado dirigiéndolo a Europa y Centroamérica abandonando así la tendencia limitada hacia Estados Unidos.

5. Ampliación de la participación del sector público en cuestiones de turismo a nivel federal, estatal y municipal.

6. Mayor participación de sectores privados a nivel nacional y extranjero así como aumento de la del sector social.

7. Incremento del desarrollo regional por la inclusión de la actividad turística en lugares tradicionalmente de economías agrícolas y pesqueras.

8. En general podemos afirmar que, durante el periodo estudiado se modificó la concepción tradicional que las autoridades tenían de la actividad turística. Se puede observar el principio de una tendencia favorable en el sentido de comprender mejor lo que re-

presenta contar con un sector turismo dinámico y eficiente y ofertar hacia todo el mundo, con visión económica, todo el potencial que la naturaleza y la historia nos han legado.

Recomendaciones.

Al ser el turismo una fuente de empleos atractiva por su capacidad creadora a gran escala con relativamente poco capital, es necesario promover mayores inversiones y, como en México es muy complejo este trámite, se deben otorgar ventajas administrativas, estímulos fiscales, eliminar algunos impuestos y dar créditos y facilidades. Además se deben ajustar los salarios de modo que no sólo aumente la oferta de empleos, sino que estén bien pagados de tal suerte que propicien una derrama económica más sustancial en las zonas receptoras de la inversión.

Aún cuando México cuenta con destinos turísticos de calidad a nivel internacional con una infraestructura competitiva, lo que dará la diferencia favorable en el mercado es la calidad en el servicio, por lo que hay que concientizar al personal de que al viajar el individuo busca que lo traten bien, hasta cierto punto que lo concientan, que lo sirvan, etc. y esto es lo que debe ofrecer el personal que da servicio directamente al turista. Para atacar este problema es necesaria la capacitación, pero no aquélla que se imparte a los altos ejecutivos, como se hace en muchas empresas turísticas mexicanas, sino la que es necesaria para el personal de contacto que es el que va a satisfacer las exigencias del turista directamente. Por tanto se deben establecer requerimientos mínimos de calidad para el reclutamiento de personal

tales como estudios técnicos en el área con cierto dominio de idiomas, por lo menos el inglés.

Esto nos llevará a la revisión de los planes de estudio de las escuelas de turismo para que no sólo se cubran las demandas académicas, si no que se cree conciencia de lo que el turista necesita.

Hay que hacer conciencia puesto que existe entre los empresarios la idea de que no se debe invertir en la capacitación para el personal de más bajo rango, ya que se presenta la piratería, es decir, una vez capacitado el personal es atractivo para otras empresas que sin ningún esfuerzo ofrecen mejores condiciones de trabajo y así captan para ellos a la gente capacitada o es el propio trabajador quien busca esos beneficios. Esto se puede solucionar creando campañas publicitarias que concienticen a los empresarios de la importancia de la preparación de su personal, promoviéndola en todos los hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc. de tal suerte que se acabe con la piratería, puesto que si todos capacitan todos se benefician. Así mismo sería conveniente una política de salarios equivalentes.

Para apoyar estos planes es necesario un ajuste salarial en el sector, pues es en esta rama de la economía que existen los salarios más bajos por lo tanto no se puede exigir demasiado en el momento de reclutar al personal.

Todos los logros alcanzados no servirán de nada si continúa la costumbre en nuestro país de que al cambiar de administración gubernamental se registra un reacomodo de personal y al cambiar de adscripción los funcionarios, muchos proyectos benéficos simplemente se olvidan desperdiciando recursos y oportunidades, es por esta razón que se debería establecer jurídicamente que ciertos proyectos de determinadas características se consideren prioritarios en el siguiente gobierno con el fin de dar continuidad.

También es necesario crear leyes que regulen las categorías de los hoteles, puesto que en la actualidad no existe legislación al respecto ni un organismo a nivel nacional que se encargue de ello.

A fin de diversificar más la oferta y atraer nuevos segmentos del mercado, se debe considerar el establecimiento de casinos, por supuesto mediante una regulación regida y supervisada que impida efectos nocivos a nivel social. Con este mismo fin es necesario integrar a los atractivos turísticos, el producto náutico ya que por un lado, existe un gran potencial en los litorales nacionales y por el otro hay demanda por los turistas que a nivel mundial viajan por este medio. Esto podría ser muy productivo por la geografía del país.

Dado el impacto favorable del turismo en el desarrollo y diversificación de las economías se debe estudiar la posibilidad de

crear nuevos desarrollos sobre todo es aquéllos poblados en donde la pobreza extrema se ha convertido en un detonador de conflictos sociales y donde el turismo representa una opción favorable puesto que hay lugares que cuentan con gran variedad de atractivos naturales y culturales explotables (Chiapas, Guerrero, Michoacán y Veracruz).

El turismo juega un papel muy importante en la economía nacional, sobre todo en los países subdesarrollados ya que representa una opción viable de desarrollo, debido principalmente a que no depende del mercado interno vulnerable a las fluctuaciones cambiarias depreciativas e inflacionarias que reducen las corrientes turísticas domésticas, pero que, en algunas ocasiones, aumentan los flujos internacionales debido al impacto favorable de los precios en el mercado internacional. Este sector es una fuente de apoyo a la economía propia y confiable, donde las políticas dependen de la administración nacional y no presenta el problema de otros sectores tales como el de los automóviles cuyos flujos financieros pueden variar a futuro puesto que las decisiones fundamentales se toman en las matrices de estas empresas transnacionales. Así, los resultados ya expuestos permiten observar la incidencia favorable del turismo en la economía como creador de empleos, como generador de divisas, como facilitador de la afluencia de inversión extranjera, como coadyuvante y promotor del de-

sarrollo regional. De tal suerte que todo el apoyo dirigido al desarrollo y fortalecimiento del sector debe ser considerado como prioritario.

Además de que es necesario apoyar la actividad, igualmente es necesario proteger al turista, puesto que se registran muchas anomalías por el incumplimiento de lo ofrecido en paquetes turísticos, es decir el prestador de servicios muchas veces no cumple con lo pactado, creando en el turista la sensación de que ha sido robado, en ocasiones no sólo es la sensación. Al respecto la Procuraduría Federal del Consumidor debería ser más severa en estos casos, imponiendo sanciones que no permitan la reincidencia, además de orientar al turista para el reclamo de sus intereses mediante campañas publicitarias. Respecto a la seguridad del turista es imprescindible crear programas de protección al mismo, ya que los altos índices de delincuencia e inseguridad en nuestro país constituyen una variable determinante en la captación de turismo internacional.

México cuenta con grandes ventajas competitivas y comparativas en el turismo externo con respecto a sus competidores más cercanos. Sin embargo la complejidad y la intensificación de la competencia pueden disminuir las ventajas de las que hoy disfrutamos, de tal suerte que se debe adoptar una política que mantenga los mismos lineamientos en el sentido de apoyar, fortalecer y

diversificar dicha actividad. En este mismo orden de ideas, es determinante que se cambien las políticas mediante las cuales se designa el personal para la SECTUR, ya que se contrata personal cuya preparación no tiene nada que ver con la actividad turística y es en esas manos ajenas al ramo que está el destino del sector.

Bibliografía.

1. Acerenza, Miguel Angel. Administración del turismo. 4a. ed., México, Ed. Trillas, 1991, 309 p.
2. Acerenza, Miguel Angel. Promoción turística. 2a. ed., México, Ed. Trillas, 1983, 103 p.
3. Alemán, Miguel. 15 lecciones de turismo. Consejo Nacional de Turismo. México, 1974, 102 p.
4. Consejo Nacional de Turismo. ¿Que es el turismo?. México, 1976, 145 p.
5. Dahda, Jorge. Publicidad turística. 1a. ed., México, Ed. Trillas, 1990, 139 p.
6. Fernández Fuster, Luis. Teoría y técnica de turismo. Tomo I, Madrid, 1978,
7. Hernández Díaz, Edgar Alfonso. Planificación Turística. México, Ed. Trillas, 1982, 57 p.
8. Mac Donald Escobedo, Eugenio. Turismo una recapitulación histórica de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823. México, 1982, 281 p.
9. Mendoza Moheno, Gloria Elena. Alternativas de promoción turística de México en Japón. México, 1996, 49 p. Tesina (Licenciatura en relaciones internacionales) Universidad Nacional Autónoma de México.
10. Molina, Sergio. Planificación del turismo. Escuela de administración turística, 1991, México, 147 p.
11. Ramírez Blanco, Manuel. Teoría general del turismo. 2a. ed., México, Ed. Diana, 1992, 243 p.

12. Rojas Pichardo, Blanca Irene. Arqueología de Estado de México como patrimonio turístico. México, 1997. p. 22 Tesis (licenciatura en Relaciones Turísticas) Universidad Intercontinental.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Hemerografía.

1. "1988-1994: Balance del sexenio salinista". Momento económico. n.76, México, noviembre-diciembre 1994: Editada por el instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. 33 p.
2. El turismo en México, aspectos relevantes. México, 27 de nov. 1995, Editada por la Secretaria de Turismo.
3. Estudios Turísticos. n. 39, Madrid, 1973. Editada por el ministerio de Información y Turismo.
4. FONATUR. "La modernización de México a través del turismo". Evolución de FONATUR. Diciembre 1988-agosto 1994. 43 p.
5. INFONATUR. n. 4/2a. ,poca, México, abril, 1994, 44 p.
6. "La relación de los servicios y el turismo con el sector externo en México". Comercio exterior. n. 2, México, febrero 1996: Editada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
7. Molina, Sergio. et:al. "Turismo alternativo. Un acercamiento crítico y conceptual". Nuevo tiempo libre. México, p. 155-170

Documentos.

1. SECTUR. Planeación turística. (Mimeo), Secretaría de Turismo, México, s/f, 68 p.
2. Secretaría de Turismo. Poder Ejecutivo Federal. Informe de labores 1989-1990. 100 p.
3. Secretaría de Turismo. Poder Ejecutivo Federal. Informe de labores 1991-1992. 117 p.
4. Secretaría de Turismo. Poder Ejecutivo Federal. Informe de labores 1992-1993. 93 p.
5. Secretaría de Turismo. Poder Ejecutivo Federal. Informe de labores 1993-1994. 80 p.
6. Secretaría de Turismo. Políticas sectoriales y acciones concurrentes en la promoción turística. México, 1995. 53 p.
7. Secretaría de Turismo. Programa Nacional de Modernización del turismo 1991-1994.
8. De la Madrid Hurtado Miguel. Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Poder Ejecutivo Federal, México, 1983, p. 267
9. Salinas De Gortari Carlos. Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994. Poder Ejecutivo Federal, México, 1988, 250 p.
10. Poder Ejecutivo Federal. Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994. Sexto Informe de Ejecución 1994. pp. 264-269