

17  
2 ej



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Filosofía y Letras  
Colegio de Geografía

## EL TURISMO EN MEXICO COMO FENOMENO GEOGRAFICO - ECONOMICO

### T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN GEOGRAFIA  
P R E S E N T A :  
MIGUEL ANGEL MANSILLA STANZIOLA



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

# I N D I C E

## INTRODUCCION

### I

#### CONCEPTO Y ELEMENTOS DEL TURISMO

- 1.- DEFINICION DE TURISMO
- 2.- USO DEL TIEMPO LIBRE Y TURISMO

### II

#### TURISMO Y ASPECTOS GEOGRAFICO-ECONOMICOS

- 1.- CARACTERISTICAS MOTIVACIONALES
- 2.- CARACTERISTICAS INFRAESTRUCTURALES
- 3.- ORGANIZACION DE LA COMERCIALIZACION TURISTICA
- 4.- EL TURISTA, SUJETO Y OBJETO DE LA ACTIVIDAD
- 5.- CORRIENTES TURISTICAS

### III

#### FACTORES GEOGRAFICOS DETERMINANTES DEL TURISMO

- 1.- MEDIOS Y VIAS DE COMUNICACION
  - 1.1.- Transporte Aereo
  - 1.2.- Transporte Terrestre
    - 1.2.1.-Transporte Terrestre Carretero
    - 1.2.2.-Transporte Terrestre por Ferrocarril
  - 1.3.-Transporte Acuático
- 2.- HOSPEDAJE Y ALIMENTACION
  - 2.1.- Servicio de Hospedaje
  - 2.2.- Servicio de Alimentación
- 3.- ELEMENTOS ECONOMICOS INHERENTES AL TURISMO
  - 3.1.- Intermediarios y Auxiliares
    - 3.1.1.-Las Agencias de Viaje
    - 3.1.2.-Los Auxiliares
      - 3.1.2.1.- Guías de Turista
      - 3.1.2.2.- Empresas de Renta
      - 3.1.2.3.- Centros Sociales Recreativos
      - 3.1.2.4.- Casas de Comercio y Envíos Especiales
      - 3.1.2.5.- Bancos y Seguros
      - 3.1.2.6.- Promoción Turística

#### 4.- MEDIO TURISTICO

### IV

#### EVOLUCION DEL TURISMO EN MEXICO

### V

#### EL TURISMO Y SU ORGANIZACION EN MEXICO

- 1.- LEGISLACION EN TURISMO
- 2.- ORGANISMOS OFICIALES DEL TURISMO
- 3.- ORGANISMOS INTERNACIONALES DEL TURISMO
- 4.- ORGANISMOS DEL TURISMO EN MEXICO

### VI

#### PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MEXICO

- 1.- CAPACITACION TURISTICA
- 2.- FOMENTO TURISTICO
- 3.- CONCIENCIA TURISTICA
- 4.- COMERCIALIZACION Y DIVERSIFICACION DE LOS MERCADOS TURISTICOS
- 5.- FIDUCIARIOS EN MEXICO
- 6.- INFORMACION Y ANALISIS TURISTICO
- 7.- PRACTICA CONGRUENTE DEL TURISMO
- 8.- EFECTOS DEL TURISMO
- 9.- TURISMO PUBLICO
  - 9.1.- Vacaciones Pagadas y Turismo Público
  - 9.2.- Turismo Público y su Trayectoria en México
- 10.- EL TURISMO Y SU PROYECCION

### VII

#### EL TURISMO, SU PLANEACION, CARACTERISTICAS Y PERSPECTIVAS EN MEXICO

- 1.- CONCEPTUALIZACION GENERAL DE LA ACTIVIDAD
  - 1.1.- Evolución Reciente del Turismo en México
  - 1.2.- Efectos del Turismo en la Economía Nacional
  - 1.3.- Trayectoria en México en el Turismo Internacional
  - 1.4.- Desarrollo del Turismo Interno en México
  - 1.5.- Oferta Turística y su Capacidad
  - 1.6.- Transporte y Operatividad Turística
  - 1.7.- Horizonte e Inclinaciones del Turismo en México

2.- FINALIDADES DEL SECTOR TURISMO EN MEXICO

3.- LOS METODOS DEL SECTOR Y SU ARTICULACION

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

## I N T R O D U C C I O N

Para contribuir con la ampliación del acervo turístico con que se cuenta en nuestro medio se elabora la presente tesis como una sencilla aportación, con la cual se pretende facilitar la investigación y análisis de la verdad turística.

Al caracterizarse el turismo como fenómeno geográfico-económico en su calidad multidisciplinaria, se vuelve imprescindible definir su campo, factores, preceptos, elementos y conceptos para poder articular y clasificar a la actividad.

El turismo es de esencial importancia para el desarrollo equilibrado de nuestro país, lo que implica un compromiso social hacia su progreso íntegro y digno.

El contar con una uniformidad y concordancia de la información, comprende el tener acceso a publicaciones de apoyo con carácter descriptivo. Esto, permitirá que el estudio del turismo se pueda ordenar convenientemente para obtener la mejor sistematización.

Este ensayo intenta dar ese fundamento teórico mínimo enriquecido con una perspectiva geográfico-global de la actividad en el país y la progresión de su ajuste a la planeación integral como requerimiento que el gobierno y la situación exigen.

Se consultó con diversos autores, pero no se pudo lograr la obtención de material documentado y cabal.

Desafortunadamente, la carencia de coeficientes considerables sobre el tema y de ingentes caudales de datos completos y verídicos, a pesar de haber condicionado la labor de investigación, no impidió que se alcanzaran los objetivos planteados.

No se puede dejar de reconocer las gentilezas, paciencia, sabiduría y esfuerzo otorgados por el M en G Enrique Zapata Zepeda, y la consideración y colaboración del M en G Juan Carlos Rojas

CAPITULO I  
GENERALIDADES DEL TURISMO

1.-DEFINICION DEL TURISMO

El turismo es una forma de comunicación que se basa en el traslado temporal a lugares diferentes con finalidades diversas.

El término turismo está formado por las raíces tour y turn que desde el punto de vista etimológico proceden del latín tornus y tornare cuya significación relaciona la idea de giro o vuelta lo que nos brindará el concepto de viaje circular. Posteriormente fueron tomadas por el vocablo francés e inglés tour para ser empleadas en otros idiomas.

Numerosos teóricos del turismo han aportado sus ideas; de las teorías más interesantes a partir de las cuales podemos obtener información coherente y valiosa, están: la definición Glucksman emitida en 1929 en donde turismo es "El vencimiento del espacio por otras personas que influyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia".<sup>1</sup> Este autor considera el primer elemento importante de la actividad, el desplazamiento; traslado que será de carácter temporal.

El autor Troisi<sup>2</sup> en 1942 escribió, "El conjunto de traslados temporales de las personas originados por necesidades de reposo, cura espirituales o intelectuales". Troisi acentúa la idea de temporalidad y además incluye las necesidades que para él provocan los desplazamientos. La idea de temporalidad es de difícil enmarcación ya que para fines estadísticos se obligaría al establecimiento de límites en el tiempo para esta permanencia. Sin embargo, debemos considerar que los desplazamientos implican la estancia en uno o varios sitios sucesivamente, por lo que el tiempo de estancia así como la lejanía de los sitios a visitar no deben ser obstáculos para que se le considere como turismo a esta acción.

Pero existen otros elementos que deben ser tomados en cuenta. Hunziker y Krapf definieron: "Turismo es el conjunto de las relaciones

1- Glucksman, Robert, Revista Verknr Bader, 1929, p. 40

2- Troisi, Michelo, La Revista Turística, Teoría e Patti, 1942

y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.

En 1955 De Arrillaga explica: "Turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar".

Estos autores confirman las anteriores ideas de desplazamiento y estancia, además de intentar precisar los elementos inherentes al término turismo. No obstante, descubren nuevos elementos asociados al turismo como por ejemplo; la ausencia del lucro como una finalidad en el viaje turístico.

Este elemento es de difícil cuantificación ya que no es posible establecer que en un viaje de recreo no exista este afán.

Los viajes generalmente implican actividades económicas que como el comercio permiten el intercambio de bienes y servicios. Por otro lado, la gran cantidad de excursiones organizadas con una aparente finalidad del lucro como: reuniones de negocios, congresos y simposios de cualquier tipo, llevan implícito un objetivo turístico. Pero cuando el carácter del desplazamiento sea con fines de trabajo como por ejemplo, la prestación de servicios o el ejercicio de alguna actividad económica, debemos excluir a éste como un traslado turístico. Además según Hector Manuel Romero,<sup>1</sup> "El turismo es un fenómeno socioeconómico y cultural provocado por forasteros que al visitar voluntariamente una localidad sin propósitos inmediatos de lucro canjean los consumos materiales y culturales que allí realizan por productos equivalentes generados en la comunidad en que radican".

El turismo como actividad económica queda perfectamente incluido en las definiciones anteriores, al mencionarse las relaciones entre el viajero y su entorno, y al referir los elementos indispensables con que se debe contar para llevar a cabo estos intercambios .

1- Romero, Hector, Sociopsicología del Turismo, E Daiman, México, 1977  
p. 21



En cuanto a la comunicación que se crea, es el hombre quien establece constantemente relaciones con otros hombres, su existencia en comunidad lo obliga a ello. Esta comunicación implica un intercambio, una participación recíproca y una comprensión. La participación recíproca es espontánea, e incluye intercambios sociales y económicos.

"El hombre al satisfacer sus necesidades básicas trata de alcanzar otros objetivos que complementarán su formación, estos consisten en buscar una relación con otros hombres y medios".<sup>2</sup> Además, su actividad al volverse monótona lo obliga a ser repetitivo por lo que la necesidad de variedad determina que por su voluntad busque cambios; el turismo es una alternativa que cubre esa necesidad de diversión.

El carácter parcial de los enfoques que dan los distintos autores acerca del turismo en sus concepciones, implican el establecimiento de una definición que contenga todas las características suficientes y necesarias en un corto espacio para poder explicar la amplia significación del término. Necesario es además, tomar en cuenta que no se ha podido llegar a la unificación de criterios por parte de los estudiosos del turismo en lo que se refiere al establecimiento de una definición.

Por lo tanto: Turismo es una forma de comunicación que se basa en el traslado temporal de personas a lugares diferentes con finalidades diversas excluyendo toda actividad lucrativa.

## 2.- USO DEL TIEMPO LIBRE O TURISMO

Según José R. Balanzario Zamorate,<sup>3</sup> El turismo es un moderno movimiento transitorio de población, determinado por el mejor aumento de las condiciones de vida de algunos habitantes de países, orientado a visitar lugares de interés natural, histórico, recreativo, etc."

Es necesario estudiar al turismo como un fenómeno antiguo que se encuentra siempre paralelo a las demás actividades del hombre.

En épocas pasadas solo unos cuantos podían aprovecharlo, pero al parecer en la actualidad, puede ser realizado por un número cada vez mayor de personas debido al aumento en los niveles de vida de los

2-Mansilla Stanziola Miguel Angel, Memorias VIII Congreso Nacional de Geografía, México, 1981, p. 299

3- Martínez, Manuel, Introducción al Estudio de Turismo, Ed. Joaquín Porrúa, México, 1982

países.

El hombre ha dividido su tiempo en etapas de trabajo y descanso. Es te último se puede utilizar de diferentes maneras; existe el descanso necesario como es el que se debe dedicar a períodos de sueño y alimentación y el correspondiente a las jornadas en las que, necesidades básicas son satisfechas. Dentro de estas tenemos las fisiológicas (alimento, casa y vestido), el tener un sentimiento de seguridad (que implica el aspecto económico ya que con esto se asegura la satisfacción de necesidades), la necesidad de amor, estima y el sentimiento de autoactualización que son inherentes al desenvolvimiento en sociedad del hombre ya que las exigencias de su vida en comunidad implican actividades durante su tiempo libre (como las reuniones de diversos tipos, deportes ocasionales etc.).

El resto del tiempo libre que le queda al hombre (debido a que las necesidades vitales de orden físico y social han sido cubiertas), de be utilizarlo en satisfacer otros objetivos que complementarán su formación, estos consisten en buscar una relación con otros hombres y medios. Por supuesto esta necesidad de uso del tiempo restante está condicionada por las características socioculturales que lo moldearon. Por ejemplo, actividades recreativas de diversión y descanso que puede o no exigir una participación activa como: la colaboración en grupos de distintos tipos, los viajes, las actividades que impliquen aprendizaje, la asistencia a espectáculos, actividades individuales como la lectura, etc.

El hombre hasta hace poco tiempo por la división del trabajo logró organizar su jornada en horas de trabajo y descanso. Solamente las personas de posición acomodada tenían la oportunidad de disponer de tiempo libre, debido a que por sus características las actividades que llevaban a cabo les proporcionaban altos rendimientos.

En el siglo XVIII aparecen las empresas que producen artículos manufacturados y emplean gran número de personas, estas empresas cuentan con horarios de entrada y salida por lo que ofrecen la división del día en horas de trabajo. A partir de esto las sociedades

piensan como utilizar ese tiempo libre. En el campo, es más difícil y lenta la evolución de este fenómeno, pero la organización y división del trabajo obligan al enfrentamiento con esta manifestación. En un principio esto se dió a pequeña escala, pero a medida que se organizan los sistemas, se va ampliando con el tiempo libre del trabajador.

Por otro lado, el hombre que es autosuficiente se ve obligado a ser repetitivo en su actividad, por lo que la necesidad de variedad es indispensable ya que el ritmo de vida actual lo obliga a mantener un funcionamiento hipertenso del organismo, esta anomalía produce trastornos físicos y psicológicos.

Con la aparición de las máquinas en la Revolución Industrial el hombre reduce gradualmente su capacidad creativa, ayudado esto por un desarrollo extraordinario de la tecnología y un alto nivel de vida, lo que brinda la oportunidad al hombre de trabajar menos y tener durante su vida gran cantidad de tiempo libre; la forma de utilizarlo incluye también al turismo ya que su espíritu nómada lo obliga a ello.

En un principio esto se dió a pequeña escala pero a medida que se organiza, el porcentaje aumentó.

Esta necesidad de uso del tiempo libre se puede orientar a cosas productivas ya sean: culturales (el realizar en forma ordenada estudios de investigación científica) o económicas (el dedicarse al aprendizaje de oficios que le permitan una especialización y producción comercial). Para realizarlas, se debe sistematizar el empleo de ese tiempo. Por supuesto el turismo como opción, puede formar la personalidad y crear, modificar, o provocar la evolución de nuevas alternativas en el conocimiento.

Debemos considerar también que el tiempo libre facilita la reflexión en problemas sociales y políticos de trascendencia por lo que la participación en actividades de este tipo es cada vez mayor. "Chanoit, nos aporta la siguiente estadística: hasta el siglo pasado un hombre laboraba 222,000 horas en toda su vida. En la actualidad, pese al in

crecimiento de años promedio, si un hombre empieza a trabajar a los catorce años y termina a los setenta y cinco, apenas habrá laborado 96,000 horas. ¿ Se sabe que hace el hombre moderno con esas 126,000 horas excedentes?<sup>1</sup> Se está hablando lógicamente de regiones en las que el nivel de vida permite la existencia de este tipo de actividades.

El hombre tiene un ciclo biológico que regula sus necesidades físicas, éste también lo obliga a buscar diferentes actividades que incluyan períodos de trabajo y descanso. Estos varían dependiendo de las épocas y culturas, el hecho es que a medida que nos acercamos a la realidad actual las jornadas de trabajo disminuyen debido a una adaptada legislación y mecanización. La legislación, como la ley federal de trabajo y la declaración universal de los derechos humanos, abogan por mejores niveles de vida que incluyen la conservación de la salud e ingresos adecuados para la satisfacción de todo tipo de necesidades. La mecanización, trata de ser un apoyo en la producción, aunque esto no halla ocurrido en gran número de países en los que eli minaba a la mano de obra. Una bien planeada utilización de las máquinas nos acerca más a las metas propuestas con el fin de beneficiar al hombre, esto dá la oportunidad de satisfacer otro tipo de necesidades llevando a cabo actividades recreativas como el placer de viajar.

El turismo nos representa un intercambio cultural y comercial en el que se benefician el visitador y el visitado, hablamos de una dis tención obligada (por el trato) y de un intercambio, en este aspecto es importante la participación de las actividades económicas.

Al tener conocimiento de que gracias a la automatización, el hombre cada vez más se acerca al punto de trabajar para vivir y no solo vivir para trabajar como se presenta actualmente, debemos considerar que el turismo es una actividad cultivada por más de 200 millones de personas en el mundo al año lo que nos indica que la humanidad prefiere al turismo como alternativa. Esta cifra solo engloba al turis-

mo que sale de sus países, pero debemos también considerar el que se realiza interiormente durante los fines de semana y días festivos.

El gran caudal de movimientos voluntarios existente por supuesto, involucra el apoyo en servicios infraestructurales y supraestructurales que se requieren para sostener a la actividad.

Estos fenómenos e intercambios transforman economías y costumbres pero pueden ser un medio para que el hombre desarrolle en forma total sus potencialidades.

## CAPITULO II

### TURISMO Y ASPECTOS GEOGRAFICO ECONOMICOS

#### 1.- CARACTERISTICAS MOTIVACIONES

Existen varias causas a través de las cuales podemos explicar ésta motivación. Necesario es reiterar que el hombre posee como elemento asociado a su personalidad, la necesidad de cambiar su ambiente local por medio de desplazamientos temporales.

Atractivos importantes que se deben considerar móviles para el turismo son los elementos naturales y culturales. El elemento natural incluye paisajes físicos también el conocimiento y contacto con la vegetación y fauna. El elemento cultural (como algo producto de la acción del hombre) engloba aspectos sociales, económicos, políticos e históricos.

Estos nos presentan objetivos científicos ideológicos, tomando en cuenta a la ciencia como algo puro sin ninguna finalidad práctica o empleando los elementos de la naturaleza para un determinado uso. Estos elementos en gran medida se ubican en la superficie terrestre, que es a su vez el lugar en donde el hombre lleva a cabo de forma más amplia todas sus actividades. Por lo tanto, esta zona de contacto en la biosfera será también el campo donde se desarrolle el turismo. La superficie terrestre y el hombre son los objetos del estudio geográfico por lo que el turismo es parte de este análisis.

Al alcanzarse un cierto nivel de progreso, estos traslados ya no se realizan con la finalidad de conquistar y utilizar a la naturaleza. Se crea entonces una nueva finalidad; el que simplemente se establece una relación con la naturaleza para disfrutar de sus elementos sin el afán de destruirlos.

Lo mismo sucede con el otro gran atractivo turístico, la civilización, que ha dejado su huella a través de manifestaciones culturales, creando paisajes o estableciendo ideologías.

Noble finalidad es la de apreciar y gozar estos elementos con el simple afán de conocer o redescubrir.

El turismo es un fenómeno geográfico económico que forma parte del

proceso que analiza y relaciona los aspectos físicos biológicos y humanos que se llevan a cabo en la superficie terrestre (que junto con el hombre son objetos de la geografía), dentro de la producción distribución y consumo (como elementos económicos) en México.<sup>1</sup>

Como fenómeno geográfico económico, el turismo es un elemento que modifica el medio y a las actividades que lleva a cabo el hombre. Su actuación como elemento transformador es importante ya que esta alteración puede ser positiva o negativa.

Por lo tanto, el turismo es una actividad económica que ofrece servicios y está muy relacionada con las características que presenta la calidad del ambiente.

## 2.-CARACTERISTICAS INFRAESTRUCTURALES

La actividad turística es un fenómeno que en esencia no ha cambiado desde hace más de 100 años, las finalidades y motivaciones han sido las mismas, pero el turismo en el siglo XIX solo era accesible a unos cuantos. El desarrollo industrial y la tecnificación en los países con alto nivel de desarrollo económico como es el caso de Estados Unidos, Canadá y los países de Europa Occidental, ha producido un cambio radical en el fenómeno, este es, el crecimiento del mismo.

El acceso al tiempo libre por una nueva y adaptada legislación y mecanización da como resultado un nivel alto de vida, lo que brinda oportunidad a que grandes masas de población en estos países cultiven el turismo como actividad recreativa. Esto a su vez fue ayudado por países que con elementos naturales de atractivo turístico o sin ello, poseían una infraestructura urbana lo bastante desarrollada como para ser motivadores de la actividad.

Pero existen determinantes que obligan en un mismo país a que ciertos niveles de la población no tuvieran acceso a estos valores por ejemplo, las comunidades rurales que no cuentan con los ingresos suficientes como para poder disponer del capital necesario para invertir en un bien intangible como lo es el goce turístico.

1-Considerando al fenómeno dentro de la terminología geográfica, como una manifestación que por sus características en espacio y tiempo, permite el estudio cualitativo y cuantificador del hombre.

La creación de corrientes turísticas se genera en base al nivel económico de los pueblos, lo que determina su capacidad de gasto no importando si poseen o no infraestructura o atractivos.

El viajero generalmente busca ambientes agradables y distintos, ya que el viajero en si, es una finalidad, no solamente como necesidad sino como premio al esfuerzo, por eso y dependiendo de las ideologías de los pueblos que van en función de su realidad contemporánea producto de un proceso histórico, el hombre busca al viajar diversos aspectos que nos pueden clasificar al turismo de acuerdo al lugar de visita. El nivel de vida alto que es la variedad en cuanto a bienes y consumo que ciertos países brindan a casi toda su población, es un factor determinante en la existencia del turismo. Por otro lado el nivel de vida alto depende de la satisfacción de las necesidades primarias.

Elemento inseparable del paisaje cultural urbano es el transporte. La tecnificación actual permite la comunicación inmediata por lo que el conocimiento de diversos lugares está ya supeditado a esto, pero aún con los altos costos de viaje, es posible aprovechar el transporte moderno que sin ninguna dificultad nos traslada en unas horas a cualquier parte del mundo. Por eso cuando el hombre decide viajar, planea su recorrido basándose en sus posibilidades económicas de tiempo y sobre todo de interés. El turismo nos representa un intercambio cultural y comercial en el que se benefician el visitador y el visitado, hablamos de una distensión obligada (por el trato) y de un intercambio, en este aspecto es importante la participación de las actividades económicas. Pero ¿cuánto tiene que alejarse una persona de su lugar de origen para ser turista?. Desde el momento en que el hombre aleja el área de influencia en donde se desenvuelve, se puede considerar turista, tomando como área de influencia, la mínima extensión en donde se realice un muy activo intercambio de actividades (en las que se incluyen las comerciales y culturales) bien integrado por una red de comunicaciones (que corresponde a transportes y comu-



nicación electrónica). Por lo tanto, hay diversos tipos de turismo<sup>1</sup> de acuerdo a distancia y que en nuestro país por sus características es posible:

(a) Turismo Local.- En el que el movimiento se realiza en lugares cercanos entre sí dentro de una misma región, generalmente ciudades por tener una área de influencia mayor.

(b) Turismo Regional.- Abarca casi siempre los movimientos dentro del mismo estado, provincia o departamento, si consideramos a la región como una "porción de espacio terrestre"<sup>2</sup> 1) Que comparte una semejante evolución histórica que ha dado lugar a ciertas características físicas, 2) Que posee vínculos existentes entre sus habitantes, lo que nos da una determinada organización económica y social, 3) Que se encuentra alrededor de un centro, 4) Que sea parte de un conjunto (este se puede aplicar a nivel local, nacional o internacional).

(c) Turismo Nacional.- Cuando el movimiento va de una región a otra dentro del mismo país.

(d) Turismo Internacional.- Si los límites políticos indican que el movimiento se exceda del territorio ocupado por un país.

### 3.-ORGANIZACION DE LA COMERCIALIZACION TURISTICA

La estructuración del turismo como actividad económica depende de las corrientes turísticas y de la apertura de mercados. Debemos considerar como un elemento importante para propiciar la motivación que determinará la existencia de la actividad, la imagen que el turista tiene del lugar a visitar antes de que lo conozca. La promoción de los sitios turísticos es un elemento básico por lo que la publicidad y sus técnicas son elementos que no deben faltar en este proceso. Hay diversos aspectos publicitarios que se deben manejar, por ejemplo: carteles, folletos, tarjetas, libros, películas, artículos de recuerdo. etc.

La difusión de éstos a través de agencias de viajes, medios y centrales de transporte, aparadores, calles, radio, cine y televisión,

1- Mansilla Stanziola, Miguel Angel, obra citada, p 301

2- George, Pierre, Geografía Activa, Ed. Ariel, España, 1976, p.323-7

debe contar además con la promoción turística que el mismo viajero dá a quienes lo rodean por medio de las impresiones que le fueron placenteras. Estas serán también una buena publicidad.

Es muy importante que la visión que el turista en potencia tenga del lugar a visitar se apegue realmente a los elementos que encontrará. El ser verídico en este nivel publicitario creará en el visitante la confianza suficiente para sus futuras experiencias con estas actividades.

No se puede negar el carácter lucrativo del turismo, que beneficia no solo al país que lo ofrece (en cuanto a la captación de divisas), sino también debemos tomar en cuenta su beneficio cultural y de satisfacciones emocionales para los ciudadanos visitantes y visitados. Existe un aspecto social de primordial importancia que se halla apegado a la actividad turística.

Sus efectos sociales provocan el entendimiento, la unión y la armonía de los grupos humanos a través de las relaciones interpersonales creadas por el turismo y por la elevación de nivel cultural del sujeto de la actividad.

Estos beneficios y elementos provocaron el surgimiento del turismo social cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los distintos extractos de población tomando en cuenta sus características y necesidades particulares.

El turismo como actividad económica está formado por un conjunto de bienes y servicios que determinan una oferta y una demanda en donde diversos elementos e intereses se constituyen y relacionan. Las personas que ofrecen y consumen servicios son producto de necesidades que se deben satisfacer y que a su vez son el resultado de un sistema económico, político y social.

La comercialización del turismo produce un consumo de bienes intangibles en donde el turista es el consumidor.

En cambio, la demanda de estos bienes y servicios<sup>1</sup> crean la llamada

1- Los bienes naturales y culturales, y los servicios que complementan la estructura con los que cuenta una zona, determinan la capacidad de atracción turística, son por lo tanto, la oferta.

corriente turística y determinan el que exista un aumento en la producción y cambios en las estructuras económicas y sociales como lo son: el incremento de ofertas de trabajo y de servicios, su bajo costo de instalación y manutención, la transformación en las características de importación y exportación, las variaciones en la balanza turística, cambios a nivel social y cultural de la población etc. Todo esto se dá con el propósito de satisfacer necesidades.

Las corrientes turísticas determinan la demanda de servicios que en algunos casos se dan por temporadas, por lo que se debe preveer la compensación de las pérdidas durante el tiempo que no se trabaja por la baja demanda.

Existen mecanismos que pueden abolir este fenómeno como: el establecer distintas épocas para vacaciones o el otorgar bajos precios y ofertas en las épocas de poca afluencia.

Esa temporalidad puede ser influida por el clima, por lo que países con climas estables tienen ventaja sobre otros con variaciones acentuadas. Sin embargo, es posible limitar esta influencia otorgando una mayor cantidad de servicios, dando información completa y exacta de los efectos que producen los diversos climas y empleando un óptimo sistema de investigación y previsión del tiempo.

Otra influencia en esta temporalidad la provocan las mal planeadas etapas de vacaciones que aglutinan a grandes masas de la población, obligándola a tener como única opción el que dispongan de tiempo libre en épocas muy definidas de vacaciones. El establecer distintas épocas de vacaciones anulará este fenómeno negativo.

El conocimiento de los aspectos que se refieren a la situación política y social de los países, se halla en gran medida condicionado por los diversos medios de comunicación, hecho que influye a la actividad turística.

El que países posean o no una estabilidad política y social fomenta o limita sus posibilidades de ser un atractivo mercado turístico, sin embargo, al darse la estabilidad en una sociedad convulsionada por estos fenómenos, hace que el turista retorne a esos sitios como

objetivos a visitar.

En el turismo intervienen varios factores que se hallan supeditados a técnicas administrativas de alto nivel y que se caracterizan por una gran participación del Estado.

Al ampliarse el sector público a través de coparticipaciones con el sector privado en la actividad, se obtiene un control en las técnicas, lo que nos permite tanto cuantificar y valorar el patrimonio turístico, así como estimularlo y regular las actitudes que se tomen respecto a la infraestructura, precios e impuestos. Esto permite y obliga al Estado a planificar el desarrollo turístico.

La renta turística está determinada por la diferencia entre el ingreso y el costo de los bienes turísticos.

Actualmente en algunos países, los procedimientos que nos brindan estos datos estadísticos, son tan avanzados que se puede obtener información confiable. Estos datos dan lugar al establecimiento de la balanza turística (de servicios) que está condicionada por la cantidad de turistas recibidos en el país y el total de turistas que salieron al extranjero. Cuando existe más salida que entrada de turistas a un país se puede considerar a esta economía turística como deficitaria.

El turismo es actualmente una actividad de gran relevancia ya que sus ingresos sirven para tratar de equilibrar la balanza de pagos junto con la balanza comercial. La actividad es entonces importante porque su volumen de ingresos estable y constante ha permitido incrementar el desarrollo económico de México por medio de la captación de capital (es aún mayor el ingreso que el generado por el comercio exterior de productos). Por lo tanto, se ha convertido en un elemento imprescindible para tratar de financiar el déficit de la balanza de pagos de México. No obstante, a pesar de la gran variedad de atractivos turísticos existentes en nuestro país y de su naturaleza renovadora en la mayoría, el sector presentó en los últimos años una tendencia decreciente del saldo favorable en la balanza turística, como resultado principalmente de la sobrevaluación de la moneda. Esto oca

sionó que el crecimiento sostenido presentado hasta 1980, se estanca ra en cuanto a la captación del turismo interno y se incrementara no tablemente el turismo de los nacionales hacia el exterior. Ello sig nificó una disminución sustancial en las aportaciones del sector a la solución de los problemas derivados de la insuficiencia del aho rro interno y de divisas.

Por otro lado, la carencia de infra y supraestructura acorde con los requerimientos turísticos nacionales y extranjeros, obligó a la acentuación de este fenómeno.

Objetivo principal es entonces el poder conocer las variaciones del mercado turístico en base a la obtención de información mundial acerca del fenómeno que sea cada vez más verídica y completa.

El mercado turístico a pesar de todo tiene limitantes de gran im portancia

La producción de servicios (a corto plazo para satisfacer necesida des) al darse mayor afluencia turística no puede variar, debido a que la infraestructura requiere de importantes y completas inversio nes de larga amortización para así no perder y abrir mercados, ya que no se puede modificar radicalmente el patrimonio turístico, y el mercado depende de la afluencia temporal que a su vez es dada por la variedad y calidad de servicios.

Sin embargo, no requieren ni el patrimonio ni la infraestructura grandes gastos para su conservación. Además, la actividad turística es la que menos inversión necesita para la creación de empleos, se gún las cifras del Banco de México.

En comparación con otras actividades tenemos que: el turismo nece sita una inversión quince veces menor que la rama de la electricidad para crear un empleo, y cinco y diez veces menor que la de las indus trias metalúrgicas y del petróleo respectivamente (con datos de 1963).

Por lo tanto, la creación de empleos es mucho mayor en las activi dades terciarias que en cualquier otra actividad.

Por otro lado, el número de personas empleadas directa e indirecta mente por el turismo es muy alto; por cada cuarto de hotel existen dos empleados directos y tres indirectos. En nuestro país actualmen-

te, casi un millón de personas son las que realizan actividades relacionadas con el turismo.

El turismo por la cantidad de mano de obra empleada, la capacidad de producción de capital y la gran variedad de actividades económicas con que se relaciona se puede catalogar como la mayor actividad productora de capital en el mundo.

Sería impropio considerar al turismo como una industria ya que no produce bienes materiales ni transforma materias primas, que en un sentido estricto serían elementos que caracterizarían a las actividades secundarias.

En cuanto a la importancia económica del mercado turístico en México debemos considerar varios aspectos.

Para poder entender el fenómeno es necesario delimitar el preciso campo que abarca esta actividad en el país. Para esto se ha dividido ya al turismo en local, regional, nacional e internacional, de acuerdo a distancia y características políticas. Esta división nos servirá para poder comprender la trascendencia de la actividad en México.

El turismo nacional engloba al local y regional debido a que éstos se desarrollan dentro de un mismo país. En México no podemos soslayar la importancia de este tipo de actividad ya que los nacionales que la practican al gastar provocan una redistribución del capital en las distintas regiones y a nivel local. Esto ha permitido la mantención y creación de servicios que como fuentes de empleo son de gran importancia ya que determinan la no fuga de divisas al limitar la actividad a nivel internacional.

El turismo internacional que llega a nuestro país así como el nacional, puede ser influido en cuanto a su trascendencia económica por el tiempo y la distancia que se recorra para llevarlo a cabo. Cuando es solo de unas horas debemos considerar que es de paso ya sea en las zonas limítrofes entre países o hacia el interior del territorio.

El turismo internacional constituye en México una corriente continua muy importante ya que en 1979, 69 millones de visitantes aporta

ron tres mil doscientos millones de dolares.

Sin embargo, debemos tomar en cuenta que la mayor parte de la corriente turística que llega a México no pasa de las fronteras, y a pesar de su poco gasto por persona el capital que produce es grande debido a la gran cantidad de viajeros que lo practican.

Existe también una muy importante afluencia de mexicanos que llevan a cabo este intercambio fronterizo en el territorio de Estados Unidos, pero el número es mucho menor que el de visitantes norteamericanos. A pesar de todo, el turismo mexicano que va al exterior y que actualmente es de poco volumen, con la promoción y elementos favorables que ofrece este tránsito, - ha provocado que aumenten considerablemente.

Lo anterior se acentuó al marcarse nuevamente un equilibrio relativo en las tasas de inflación México-norteamericanas provocando así nuevas y constantes sobrevaluaciones del peso a pesar de la crisis y de las drásticas medidas económicas adoptadas (como el desliz diario del peso frente al dólar).

En el turismo limítrofe además, se lleva a cabo un fenómeno de gran intercambio comercial, en donde ropa y alimentos son los bienes consumidos por estas poblaciones flotantes.

Por tener como objetivo estas compras el satisfacer necesidades básicas, no debemos considerarlo como una actividad turística.

Es necesario entonces fomentar la venta de artículos mexicanos en México para nacionales y extranjeros ya que la venta de "artículos gancho" (bienes de consumo extranjero vendidos en México), beneficia en mayor parte a la industria manufacturera extranjera. Para esto se necesita elevar la producción y brindar mayor calidad para crear un competitivo mercado.

El promocionar turismo de gran estancia hacia el interior del país debe ser finalidad principal de nuestras políticas. Esto debe llevarse a cabo por medio de una diversificación de mercados, es decir, no solo explotar el norteamericano sino el nacional y el de otros continentes, realizando una mayor publicidad que contraresta la influencia

exterior y ponga en evidencia las cualidades de nuestro país para atraer turismo extranjero y para limitar el nacional que practica una actividad internacional. Todo lo anterior traerá como consecuencia una gran aportación de divisas al disminuir la corriente turística nacional que va al extranjero con la consecuente fuga de capital, y brindará toda la gama de efectos inherentes a la actividad como lo son: la creación de fuentes de trabajo, una mayor producción, el crecimiento infraestructural y el equilibrio en la distribución del capital.

En México, el turismo es una actividad prioritaria, sus ingresos permiten la captación de divisas y en un elemento importante como factor de equilibrio dentro de la balanza de pagos del país. Su contribución al Producto Interno Bruto<sup>1</sup> en el período de 1977 a 1979 fue de 5.5%, sus cualidades como actividad (como una mayor oferta turística), le permitieron un ingreso superior, lo que incrementó sus inicios de crecimiento.

#### 4.- EL TURISTA, SUJETO Y OBJETO DE LA ACTIVIDAD

El hombre es el que determina a la actividad turística, ya que de acuerdo a sus necesidades se crean demandas a satisfacer mediante servicios y bienes.

Sus necesidades a nivel social o individual, son el producto de una evolución, y reflejo de la circunstancia que lo influye.

Es sujeto del turismo tanto el que ofrece los recursos que constituirán el mercado de la actividad, como el que los consume. El turista debe ser el objeto principal de la promoción que contenga todos los elementos necesarios y suficientes que den a conocer las ventajas y características del lugar a visitar y que traten de cubrir las necesidades del vistador. Por lo tanto, para asegurar un éxito en el desenvolvimiento de la actividad, se debe considerar al manejo publicitario como un primer acercamiento del turista hacia la satisfacción de su necesidad de viajar.

1- Producto Interno Bruto es el valor monetario total de los bienes y servicios producidos en un período determinado de tiempo por la sociedad.



El viajero es desde el punto de vista económico un consumidor. Este es factor primordial en los procesos comerciales, ya que su actuación determinará las características del mercado. Es entonces, imprescindible tomar en cuenta los gustos, tendencias, conducta y posibilidades del turista. Como consumidor, el viajero tiene obligaciones y derechos respecto al prestador de servicios, lo cual debe estar contemplado en legislaciones acordes con las circunstancias.

Puntos esenciales que se deben considerar como finalidades de estudio respecto al consumidor turístico son; el analizar características de actividad, ingresos, ideologías y salud del turista.

a) La actividad nos indica sus necesidades y oportunidades.

b) Sus ingresos dan a conocer la potencialidad que tiene como consumidor.

c) La ideología determina a las otras dos. Se halla dada por el medio que rodea al consumidor, y sin su influencia que va desde gustos específicos hasta condicionamiento religiosos, - crea o no la necesidad de viajar.

d) La salud es la más importante ya que cuando la persona no se puede desplazar por este motivo, ninguna influencia anterior puede alterarlo.

Es muy importante el estudiar las causas por las que personas con características análogas de actividad, ingresos y salud tienen diferentes requerimientos de viaje.

También es necesario analizar las influencias y cambios que se dan en la personalidad de los viajeros y los no viajeros, así como examinar cuales con los elementos necesarios para transformar la actitud del viajero potencial. Cuando se dá un incremento en el nivel de un individuo o comunidad, se puede asegurar que ésta será un nuevo mercado potencial de viajeros. Lo mismo puede suceder cuando a través de un sistema específico de promoción, se crea la necesidad de traslado. Por lo cual, la investigación de los elementos para transformar la actitud del viajero potencial es básica.

Pero debido a que no siempre el mercado potencial creado por las

características del ingreso se convierte en un turismo activo, la disección de estos mercados debe tomar en cuenta otras características además de las anteriores (como el nivel cultural, y la estructura de la comunidad que habita), que son las que conforman su modo de vida y conducta. No obstante, es muy difícil que el turista defina el tipo de actividad recreativa que necesita. Por eso es importante el estudio de las causas por las que las personas con características semejantes tienen distinta necesidad de viaje (ya sea para descanso o diversión). Es entonces, el hombre viajero actual, el condicionado a tomar acciones por incentivos del medio que lo rodea.

En cuanto a los derechos del viajero no podemos desconocer los principales como son: el respeto a la integridad del turista, la potestad de recibir una publicidad verídica y completa, la capacidad de discernir entre alternativas de viaje y empresas basándose en las cualidades geográficas del lugar a visitar y en el ofrecimiento de servicios, y el exigir o anular la prestación de servicios contratados con la recuperación económica equivalente respecto al servicio no consumido.

#### 4.- CORRIENTES TURISTICAS

Las corrientes turísticas son producto de los desplazamientos de viajeros. Actualmente engloban a cientos de millones de personas debido a que la mayoría de los habitantes de un país pueden ser consumidores potenciales de servicios turísticos.

Después de la segunda guerra mundial, las corrientes turísticas sufrieron un incremento debido a una estandarización y aumento en el nivel de vida en la mayoría de los países, además por las facilidades que brindaban las organizaciones sociales y la variedad y calidad de servicios en la oferta turística.

Por supuesto, en base a las características particulares de cada país es como se dan los fenómenos turísticos. Pero cabe considerar que las zonas emisoras de corrientes turísticas se definen por los ingresos de su población, la existencia de instituciones públicas, el grado de desarrollo en el país, el sistema económico-político

que en última instancia conforma el ideario socio político, los elementos culturales e ideológicos, y la infra y supraestructura.

La geografía turística define perfectamente estas zonas emisoras y receptoras de corrientes turísticas.

Por continente y en orden de importancia podemos asegurar que Europa Occidental, América del Norte (incluyendo México) y Asia Oriental y Meridional, son las tres áreas geográficas turísticas más notables.

Le siguen con menor importancia en atractivos y emisión de viajeros, el resto de Asia capitalista, Centro y Suramérica, Antillas, Australia, África e Islas de Pacífico.

En Europa, la cercanía de los países es entre otros factores, elemento fundamental para que este continente sea el espacio turístico más destacado.

Existen en su interior áreas bien definidas de corrientes turísticas. En el caso europeo, la actividad se halla delimitada por los climas y la actividad económica, lo que determina en este caso el ingreso.

El sur por sus climas templados se vuelve atractivo para los visitantes industriales del norte que salen por temporadas de climas fríos, conformando así las corrientes turísticas de invierno. No obstante, la parte septentrional es atractivo insuperable para los visitantes de otros continentes provocando una débil actividad de estas corrientes de sentido contrario.

El nivel de vida alto, la variedad de servicios e infraestructura y la alta calidad técnica, sirven para satisfacer todas las necesidades de las corrientes de turismo.

Países en donde principalmente existe una emisión de corrientes turísticas son: Alemania y Francia. Pero debido a su importancia al ser de mayor emisión, provocan un desequilibrio negativo en su balanza turística haciéndola deficitaria (más salida que entrada de viajeros).

Naciones con enorme recepción turística son España e Italia en donde sus salidas de viajeros es muy escasa. En cambio Bélgica, Holanda y Luxemburgo se prestan como naciones estables.

Los anteriores países constituyen el mayor potencial turístico de Europa siguiéndoles en orden de importancia Suiza, Austria, Inglaterra, Países Escandinavos y Grecia.

No podemos olvidar a países como Yugoslavia y el resto de los mediterráneos que por sus atractivos e incipiente desarrollo turístico serán zonas de gran tráfico.

Los países socialistas principalmente los europeos (Europa Oriental) son naciones que no han tenido una franca apertura al turismo mundial. Sin embargo, son de gran interés y se realiza entre ellos un intercambio de viajeros dentro de los estados del bloque que enmarca sus lineamientos políticos.

La Unión Soviética es el país que más corrientes turísticas emisoras posee. Muy pocas pasan los límites de Europa del Este, no obstante se ha incrementado el número de visitantes del exterior.

Los países que más cultivan la actividad son Unión Soviética, República Democrática Alemana, Polonia, Checoslovaquia, Hungría, Rumania y Bulgaria, estableciendo corrientes turísticas de doble sentido.

El tráfico en el interior de la Unión Soviética es de gran trascendencia ya que posee centros turísticos que satisfacen todas las necesidades de la población localizados principalmente en la parte occidental del país.

E.U., Canada u México constituyen el segundo grupo más importante del turismo mundial.

E.U., es el país con mayor emisión de turismo en el mundo teniendo como zonas de principal acceso a Canada y el Caribe. Por supuesto Europa, México y Asia son en orden de importancia objetivos secundarios para el turista norteamericano.

El turismo interno es de extraordinaria actividad ya que su volumen de población y extensión territorial lo obligan a ello. Canada y México tienen poco movimiento, sin embargo son receptores de turismo Europeo y Suramericano además del Estadounidense que es el principal.

En Asia; Japón y Hong Kong, conforman un grupo que por su importancia turística ocupan el tercer lugar en la actividad. Posee en continente gran variedad de zonas que inician su desenvolvimiento turístico

co. De las principales el sureste de Asia y Australia son las que presentan más perspectivas de desarrollo.

Lo mismo ocurre con Africa y América Latina que por sus problemas políticos limitan su atractivo turístico. La distancia respecto a las fuentes emisoras de corrientes a pesar de ser abolidas por los medios de comunicación, constituyen un limitante por su gran magnitud.

Todos éstos países incluyendo los socialistas pertenecen a organismos internacionales que los agrupan por bloques para regir su funcionamiento.

Las corrientes turísticas son grandes grupos de seres humanos que llevan a cabo un traslado temporal y continuo a lugares diversos con finalidades distintas sin realizar una actividad lucrativa.

Las corrientes turísticas explican el desarrollo de la actividad, por lo que son un factor determinante. Las corrientes de turismo se caracterizan por la temporalidad de su traslado (sin llevar a cabo una actividad lucrativa) lo que define su carácter turístico y los requerimientos del viajero, y por la continuidad de la corriente que brinda la condición de una permanente prestación de servicios turísticos para satisfacer necesidades de numerosos grupos de viajeros.

El gran volumen de turistas que las constituyen le dan un significado social y económico.

Por la distancia que abarcan las podemos clasificar en:

a) Nacionales.- Las que realizan movimientos dentro del mismo país pudiendo ser a nivel local o regional.

b) Internacionales.- Cuando los traslados de viajeros comprenden el extranjero.

Desde el punto de vista del mercado pueden existir zonas con países receptores o emisores de corrientes turísticas.

La temporalidad de éstas puede también ordenarlas de acuerdo a las estaciones del año o a los períodos vacacionales en cada país, establecidos de acuerdo a sus respectivas administraciones.

También se puede definir el tipo de corriente en base al medio de transporte que más emplea.

No debemos omitir el caracterizar a las corrientes considerando el nivel social y económico, y las condiciones del sistema económico-político para poder definir servicios y necesidades que el viajero requerirá, y delimitar rutas, temporalidad de estancia, frecuencia de salidas y medios de comunicación empleados.

La influencia de estas corrientes en la balanza de pagos turística por su carácter continuo, puede determinar el que existan zonas con una constante entrada de divisas si la localidad es de carácter receptor e internacional, o zonas con una constante salida de divisas si la localidad es de carácter emisor e internacional.

## CAPITULO III

### FACTORES GEOGRAFICOS DETERMINANTES DEL TURISMO

#### 1.-MEDIOS Y VIAS DE COMUNICACION

Los transportes y comunicaciones son elementos creados para satisfacer las necesidades de intercambio económico y social. Las comunicaciones incluyen redes telefónicas, telegráficas, telex, correos, cine, televisión, radio, audiovisuales y comunicación impresa. Estos enlaces se deben a las exigencias de integración para el abastecimiento de materias primas, productos elaborados, comercialización, contacto con otros medios de transporte y relaciones sociales y culturales. Por supuesto, las zonas integradas agrupan a centros urbanos y rurales.

Sus características actuales hacen que los medios y vías de comunicación sean un factor determinante de la actividad turística. La calidad de sus desplazamientos delinean el acceso a los centros turísticos. El avance técnico, ha abolido las restricciones de tiempo, distancia, capacidad, variedad, comodidad y seguridad, por lo que casi todos los lugares son accesibles. Pero un elemento inherente a estas características es el costo, que en definitiva limita el uso del servicio. El precio del transporte varía según el tipo y uso que se le vaya a dar.

El transporte en general tiene como finalidad, el traslado de personas y productos con eficacia. Esto incluye el poder llegar a la mayor cantidad de lugares rápida y precisamente a precios asequibles. Para que se realice esto, es necesario que las empresas transportistas posean gran capacidad infraestructural y se servicio. Esto es lo que ha llevado a varios países, a poner en manos del Estado medios importantes de transporte. Sin embargo, el transporte con fines turísticos debe sus características a otras exigencias como lo son: la variedad en el tipo de transportes, el acceso a los lugares de atracción, su relación con los demás servicios turísticos, etc.

Podemos clasificar a los transportes de la siguiente manera: trans

portes terrestres, acuáticos y aéreos.

### 1.1.-Transporte Aéreo.

El transporte aéreo se puede llevar a cabo en dos niveles:

- a) Particular.
- b) Comercial.

El transporte aéreo particular requiere de un alto gasto de adquisición y manutención, su acceso se halla limitado a zonas con pistas, pero su alcance es mayor que el comercial. No es de carácter regular.

El transporte aéreo comercial puede ser Nacional o Internacional y regular o irregular en cuanto a tiempos de salida y puntos de llegada. Los vuelos Charter dan una mayor libertad. Desgraciadamente, es poco su volumen de transportación, por lo que principalmente se ha desarrollado para el transporte de personas lo que hace su función en el turismo muy importante. Este uso se acrecentó después de la segunda guerra mundial. Por su rapidéz la distancia y el tiempo ya no son problemas para el viajero.

El empleo de este medio se halla determinado por la existencia y eficiencia de otros tipos de transporte así como por tradición, ya que es el más moderno.

El costo por el uso del transporte aéreo es muy alto, requiere de un constante apoyo técnico y de una continua inversión de capital. Ambos aspectos se ven condicionados por la competencia. Pero existen circunstancias que bajan los costos como las promociones, coparticipaciones entre compañías y vuelos charter que poseen gran aceptación.

Por su complejidad e importancia se ha requerido una legislación que regule y organice internacionalmente a la actividad. Para ésto, se han establecido organismos que se encarguen de la resolución de problemas como lo son: la Organización Internacional de Aviación Civil y la Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

Las compañías aéreas y las rutas más importantes se encuentran en países desarrollados capitalistas principalmente.

El Hemisferio Norte es el primero que se integró por rutas aéreas



y el más completo en cuanto a la cantidad de compañías que otorgan este servicio.

### 1.2.-Transporte Terrestre.

Se divide en dos tipos: el transporte por carretera y el transporte por ferrocarril.

En el transporte por carretera, el desarrollo y mejoramiento de caminos, va aunado a las necesidades de la población y a la evolución de la rueda como elemento trascendente de transporte.

Desde su inicio, los caminos han requerido de técnica para su construcción. Las diversas civilizaciones los han empleado, y en algunos casos como en la Roma, presentan avances para su construcción tan evolucionados como los actuales. Su empleo en un principio se dió para consolidar el dominio de regiones por parte de pueblos conquistadores. Más tarde, las creencias religiosas obligan a la unión de distintos lugares. Las actividades económicas primarias secundarias y terciarias (como el comercio) son las que hasta siglos recientes se tornan en motivadoras de esta integración.

Al surgir a principios de siglo el motor de combustión interna, la especialización de caminos para vehículos con este tipo de propulsión se hace imprescindible, por lo que nuevas técnicas de construcción aparecen para satisfacer estas necesidades. Hasta después de Segunda Guerra Mundial aparecen las redes de autopistas en Europa y E.U., producto del avance en los diversos vehículos automotores. Esto obliga al establecimiento de una legislación restrictiva y proteccionista por parte del gobierno para el tránsito de los diversos tipos de vehículos. Por lo tanto, podemos hablar ya, de la imprescindible actuación del transporte carretero para satisfacer necesidades turísticas.

#### 1.2.1.-El transporte terrestre carretero.

Puede llevarse a cabo de dos maneras; a nivel particular y a nivel comercial.

A nivel particular el transporte casi siempre se lleva a cabo en automóvil, aunque en los últimos años el acceso a bienes por los al-

tos niveles de vida y producción han permitido el que se adquirieran camiones de transporte particulares con todos los servicios (campers, casas rodantes etc.). Su costo de manutención es bajo y accesible a grandes masas de población por lo que su uso y especialización son elementos condicionantes de la actividad turística.

Debido a las exigencias del transporte individual, la renta de automoviles es un servicio que en gran medida satisfacen las necesidades turísticas y que han llegado a un grado tal de comercialización, que permite la existencia de diversas tarifas y fórmulas de ventas para fomentar y facilitar su operación.

A nivel comercial el transporte se realiza por medio de camiones que ofrecen la ventaja de un costo menor y traslado de grandes grupos de personas en cada autobús lo que fomenta la convivencia.

Existen en este transporte variantes que nos permiten dividirlo en nacional e internacional y regular o irregular en cuanto a los puntos de acceso y tiempo de salida y llegada.

Existen además compañías de autobuses a nivel particular y estatal que compiten para brindar los mejores y más variados servicios llevando a cabo promociones turísticas. Además, aparecen asociadas con otras para conseguir una clientela cada vez más numerosa y selecta. Su importancia para mantener y fomentar el turismo interno y externo es sumamente grande, ya que por sus costos la mayor parte de la población tiene acceso a éstos. En Europa, el turismo internacional ha sido impulsado principalmente por sistemas de transportes terrestres de carácter comercial.

La accesibilidad de los autobuses les permite llegar a mayor cantidad de lugares y para su gran desarrollo es además el contacto con otros medios de transporte.

Las diferentes compañías se han unido para una mayor cobertura, un aumento y variedad de servicios, para un menor costo, una elevación de la calidad, y para un incremento en la cantidad de viajeros.

Estos beneficios en las características del transporte por autobús permiten el que niveles más altos de servicios crean mercados que

compiten con otros países sentando precedentes de calidad y variedad. El autobús puede emplearse con fines turísticos en diversos aspectos como: las excursiones a ciudades y a sus zonas aledañas, y viajes a países y regiones en grandes y cortos trayectos. Esto determina que las compañías hagan el trabajo de agencias de viajes.

Desafortunadamente en ciertos casos y países, la integración de empresas que abarquen todos los mercados y divisiones del servicio ha sido, como práctica monopólica, nociva para el buen desenvolvimiento del sector.

### 1.2.2.-El transporte por Ferrocarril.

Este transporte puede acarrear grandes volúmenes de carga y pasajeros. Su costo es bajo pero requiere una constante manutención de las vías lo que a su vez limita su radio de acción. Es más lento que el transportar por carretera pero su comodidad es mayor.

En un principio fue el transporte turístico por excelencia, pero sus desventajas y limitaciones hicieron que los transportes aéreos y por carretera sean más ampleados hoy día.

No obstante las mejoras en velocidad, seguridad y comodidad lo han puesto nuevamente en el mercado turístico.

En México desgraciadamente, el ferrocarril ha ido disminuyendo paulatinamente su participación como medio de transporte debido al deterioro en la calidad del servicio, consecuencia del rezago en la modernización tanto de sus instalaciones, como de su organización (dado por la corrupción) y métodos de operación.

En la mayoría de los países el Estado posee y controla los ferrocarriles. El transporte por ferrocarril puede ser también de carácter nacional e internacional o regular e irregular. Las líneas regulares o irregulares ofrecen gran cantidad de servicios de alta calidad como son las variaciones en horarios, rapidéz, clases en cuanto a lujo, cobertura de boletos y relación con otros servicios.

Actualmente en Europa como en otros países desarrollados los trenes por su eficiencia sin imprescindibles medios de transporte para zonas cercanas a ciudades por lo que cumplen un servicio de traslado a zonas de trabajo y de recreo. Estos países se hallan integrados

además por completas redes ferroviarias.

Los viajes todo incluido en tren son un servicio de alta calidad e importancia, brindando servicio a todos los niveles y fomentando el turismo social. En Europa han tenido estos gran éxito.

### 1.3.-Transporte Acuático.

Se divide en dos tipos: transporte por ríos y lagos, y transporte por mar.

Es el medio de transporte que más volúmen de mercancías y pasajeros puede trasladar. Su costo es -- -- bajo, -- lento, pero de gran comodidad. Existen especializaciones en cuanto a las características de lo transportado.

Este tipo de transporte como servicio turístico es de los más antiguos y empleados.

El transporte por ríos y lagos se realiza en las corrientes de aguas sobre continentes lo que ha determinado la existencia de pueblos. Pero desgraciadamente limitan a su curso el empleo de las aguas para el transporte de pasajeros y mercancías. La posibilidad de acceso a los distintos centros de atractivo turístico a través de carreteras y vías de ferrocarril por su facilidad de cobertura determinan un empleo relativo del transporte acuático por ríos y lagos. Sin embargo, como enlace y alternativa turística son de gran relevancia.

El transporte por mar es muy importante pero se utiliza principalmente para el traslado de mercancías. En el caso del de pasajeros por sus características de traslado es además de un medio de transporte, al mismo tiempo un lugar de alojamiento, lo que determina el que sea una compilación turística sin paralelo. Las "ciudades flotantes" tienen la posibilidad de recorrer el mundo brindando todos los servicios que requiere la actividad turística. Desgraciadamente, su mantenimiento e incremento como medio de transporte se ve seriamente limitado por el aumento en el precio de los hidrocarburos, su principal energético. El costo de operación hace por lo tanto imposible el ofrecer bajos costos por lo que solo limitados grupos de población

tienen acceso a este medio.

Se presentan varios tipos de acuerdo a su carácter pudiendo ser nacional, internacional, regular o irregular.

Una opción para el traslado de pasajeros a precios realmente moderados empleando el transporte marítimo lo constituyen los buques mixtos que llevan carga y pasaje.

Los cinco océanos se hallan surcados por las rutas marítimas lo que une a todos los continentes.

Existen organismos que regulan la ordenación y manipulación de las líneas marítimas en el mundo, las más grandes son la Conferencia Atlántica y la Conferencia Transpacífica.

Actualmente el uso de barcos de menor tamaño y empleo eficiente de combustible junto con la combinación de promociones, excursiones organizadas y combinación con otros medios, hace que los viajes por barco se vuelvan atractivos para el turismo. Esto a su vez fomenta la existencia de servicios de carácter irregular con el más alto nivel y calidad.

Podemos asegurar en conclusión que el medio de transporte de mayor uso es el automóvil ya que las tres cuartas partes del tráfico turístico del mundo se efectúa por carretera; le siguen el ferrocarril, el transporte aéreo y por último el acuático.

## 2.-HOSPEDAJE Y ALIMENTACION.

### 2.1.-Servicio y Hospedaje.

Este es el elemento básico para la realización de la actividad, consiste en brindar alojamiento a los viajeros que además se complementa con otros servicios como el buen trato y un ambiente agradable.

En un principio debido a la poca afluencia, la demanda de servicios era mínima. Actualmente la comercialización ha determinado que para sostener y abrir nuevos mercados se requiera del ofrecimiento de servicios y con alta calidad.

Existen por lo tanto, elementos inherentes al servicio como lo son: el brindar el hospedaje propiamente dicho y el ofrecer otros servicios en el mismo emplazamiento (dependiendo del tipo de alojamiento)

como lo son restaurantes, bares, zonas de recreo, comercios, peluquerías, estacionamiento, farmacias, agencias de viajes, estéticas, correos, telégrafos, centros nocturnos, de cuidado de animales, deportes y cambios de moneda. Dentro de estos existen varios niveles (calidad y variedad) de servicios que pueden ser de gran lujo, primera, segunda y tercera clase.

El hospedaje y la alimentación en realidad son servicios que casi siempre se ofrecen juntos. En posadas, mesones y fondas ya se explotaba este tipo de servicios. Los paradores y albergues como alojamientos de paso fueron desapareciendo o transformándose debido a los avances en los medios y vías de comunicación.

En México se han desarrollado grupos de empresas hoteleras y restaurantes modernos tanto nacionales como extranjeros que además de prestar servicio y explotar el sector, han adoptado modalidades requeridas por la demanda externa, con niveles altamente competitivos. No obstante, la concentración y falta de apoyo con otros elementos infra y supraestructurales, han hecho que se limite su variedad, cantidad y calidad, provocando así una escasez de oferta con características diferentes para atender otros segmentos del mercado y para aprovechar el gran potencial turístico en la totalidad del territorio nacional. Actualmente se ha llegado a una especialización en el servicio de hospedaje por lo que podemos incluir en este los siguientes tipos: a) hotel, b) motel, c) departamentos y casas privadas, d) condominios de tiempo compartido, e) casas de huéspedes o pensiones, f) campos turísticos, g) albergues juveniles, h) refugios y cabinas en centros vacacionales.

Dentro de estos existen varios niveles en la calidad y variedad de servicios por lo que pueden ser de gran lujo, primera, segunda y tercera clase, la clasificación de acuerdo al nivel se da en estrellas, letras y números. Son necesarios entonces hospedajes de gran lujo para los viajeros que desean este tipo de servicios. La adopción del turismo por grandes masas de la sociedad, ha determinado la proliferación de servicios con calidad estandar capaces de lograr el bienes

tar a la población que los emplea. Los establecimientos de nivel intermedio son los que se encuentran en mayor cantidad y los más utilizados por la población.

De acuerdo al tiempo de estancia pueden ser: de corto plazo cuando es menos de una semana, mediano plazo cuando es más de una semana y menos de un mes, y largo plazo cuando es más de un mes.

En base a su temporalidad de apertura puede ser: estacional; el que solo abre en épocas de mayor corriente turística, y permanente; el que opera siempre tomando en cuenta la propiedad del emplazamiento pudiendo ser éste por lo tanto particular, estatal o mixto.

La localización permite su clasificación de acuerdo a los distintos paisajes donde se ubica siendo entonces de:

a) Paisaje cultural.- En ciudades que a su vez pueden tenerlos en el centro o en la periferia y en carreteras.

b) Paisaje natural.- En montañas costa de playa o escarpe, llanura, ribera de río o lago.

De acuerdo a su tamaño pueden ser: pequeños, medianos y grandes.

Por último, considerando su organización puede ser independiente o en cadena. Esta clasificación se ha creado para poder llevar a cabo promociones conjuntas, lo que permitirá ampliar y consolidar el mercado turístico.

Las cadenas hoteleras cubren a nivel nacional e internacional las necesidades turísticas. Están formadas por grandes empresas que son dueñas o administradoras de hoteles en distintos lugares.

También existen grupos de hoteles independientes que se organizan en cadenas para obtener apoyo mutuo. Su finalidad al constituir bloques, es incrementar la eficiencia productiva, bajar costos y obtener mayores ingresos propiciando una mayor cantidad y calidad de servicios para satisfacer a un mayor número de consumidores dando precios bajos.

Las cadenas hoteleras operan y se hallan constituidas por compañías que poseen y manejan sus hoteles. Estas pueden otorgar su nombre o aún participación en la inversión, administración, tecnología y ser-

vicios a hoteles independientes o en grupos. Su relación con establecimientos independientes está sujeta a las variaciones del mercado, ya que cuando la rentabilidad o posibilidades de consolidación y desarrollo del inmueble y medio turístico son bajas, estas cadenas propietarias operadoras se retiran.

Sus características abarcan varios aspectos; tratan de bajar costos a través de compras y publicidad al mayoreo, intentan ofrecer mayor cantidad de servicios al asociarse con otras empresas (como las agencias de viajes), llevar a cabo inversiones nulas o mínimas en los emplazamientos hoteleros y requieren de la disposición de mayor cantidad de personal capacitado.

En México existen actualmente 26 cadenas hoteleras de las cuales doce son extranjeras con el 28% del total de la inversión y catorce son nacionales con el 17% del total de la inversión, correspondiendo el resto a hoteles independientes.

Cada una actúa como monopolio y trata de obtener el control de la actividad. Por lo tanto, en nuestro país, faltan políticas de inversión que den preferencia a nacionales y no a extranjeros.

De la clasificación en base al tipo de hospedaje se tiene lo siguiente:

a) El Hotel.

Es un establecimiento que brinda alojamiento de renta por día y se complementa con la prestación de los servicios turísticos suficientes para satisfacer los requerimientos de los viajeros.

El número mínimo de camas debe ser de 10 y puede funcionar brindando al servicio con alimentos (plan americano, americano modificado o continental) o sin alimentos (plan europeo).

Los elementos del hotel lo constituyen cuartos que puedan contar con servicios variados y complementarse con otros en el mismo emplazamiento. Su construcción generalmente es vertical.

Presenta una variante en el hotel residencial; sus habitaciones son de gran lujo para largas estancias por lo que su alquiler no es por día.

b) El Motel.



Presenta una construcción horizontal. Cuenta con unidades habitacionales donde se localizan los cuartos que se hallan independientes de la administración y de otros servicios del establecimiento. Es de creación reciente y se hizo para satisfacer las necesidades del hospedaje de paso o escala en carreteras.

Su variante es el motor hotel que se localiza dentro de las zonas urbanas.

c) Los Departamentos o Casas Privadas.

Cuya función es satisfacer las necesidades de grupos turísticos o de familias para largos períodos de estancia.

d) Los Condominios de Tiempo Compartido.

En donde varios turistas usuarios ( copropietarios) son dueños del apartamento que cuenta con servicios básicos y complementarios para su empleo o renta durante varios días.

Este puede funcionar de manera individual o en cadena lo que permite al viajero disfrutar de los distintos lugares de recreo en donde la cadena ofrece sus servicios.

e) Las Casas de Huespedes o Fensiones.

Estas solo ofrecen cuartos a un número limitado de personas a bajo costo y con opción a compra de los servicios auxiliares que pueden incluir; lavado de ropa y comidas.

f) Los Campos Turísticos.

Son grandes superficies de terreno que generalmente cuentan con lugar para el estacionamiento y aprovisionamiento de casas rodantes y excursionistas con tiendas campaña ya que cuentan con gas, luz, agua y servicios de higiene personal.

g) Los Albergues Juveniles.

Son emplazamientos turísticos para grupos de jóvenes que cumplen con ciertos requisitos para su admisión. Ofrecen servicios de uso común a los viajeros a un bajo precio y para cortas estancias. Este favorece al turismo social o popular.

h) Los Refugios y Cabañas.

Son emplazamientos que brindan alojamiento gratuito por breve tiempo.

po a viajeros naturistas y excursionistas. Localizados generalmente en parques nacionales, reservas naturales, centros vacacionales de gran tamaño o zonas de casa y pesca, con un servicio auxiliar. Su mobiliario es limitado a los mínimos requerimientos del usuario. Un indicador de la trascendencia del factor hospedaje en la actividad turística se halla englobado en el cuadro mostrador a continuación que presenta la capacidad de alojamiento expresado en el número de camas disponibles.

NUMERO DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 1962

Países	Hoteles	Pensiones	Albergues	Otros	Total
Estados Unidos	5.750,000	---	---	---	5.750,000
Italia	576,234	195,204	150,220	987,142	1.908,800
Iglaterra	166,000	900,000	---	151,250	1.217,250
Francia	585,105	500,000	---	105,970	1.191,075
Alemania	277,390	208,255	157,366	545,575	1.189,187
Austria	---	---	---	316,069	639,036
España	162,666	168,395	---	49,111	880,172
Suiza	216,338	9,399	---	---	225,677
Yugoslavia	42,323	5,863	10,771	68,984	127,441

Cuadro publicado por la Dirección de Turismo en España.

El cuadro como se puede observar no posee gran exactitud, sin embargo, como referencia es un acercamiento a la realidad. En este, E.U. es el país con mayor potencial respecto a varios países de Europa que a pesar de su tamaño, por tradición y cualidades son de gran atractivo turístico y muestran una oferta considerable de camas.

La infraestructura hotelera requiere costos grandes de inversión y varía el precio de manutención de acuerdo al país.

Por su importancia económica ha sido necesario crear una legislación hotelera que ordene e impulse a la actividad.

Existe además un problema importante a resolver, ya que al consolidar y ampliar el mercado hotelero se requiere la renovación y crea

ción de hoteles. Esto determina la participación estatal haciendo que se encuentre el servicio no solo en manos de particulares sino también del gobierno (aún llevando a la creación de empresas parastatales), teniendo siempre como objetivos el evitar la dependencia de compañías extranjeras y fomentar el desarrollo de las nacionales.

Crear escuelas de hotelería necesarias para la preparación de personal, y el apoyo al hotelero de mediana y pequeña empresa en cuanto a financiamiento de construcción, aumento y mejora de servicios para la atracción de usuarios, son finalidades que también se deben satisfacer.

Existe un organismo que determina las características de la actividad hotelera en el mundo; este es la Asociación Internacional de Hoteles, que junto con la Federación Internacional de Agencias de Viajes, han establecido un acuerdo llamado "Code of fair play" que regula las relaciones entre ambas ordenando la reglamentación y condicionando el mercado. Esto incluye tarifas, reservaciones, cancelaciones, comisiones, etc.

El control de precios a través de una actitud del Estado, es una acción primordial para evitar abusos y mantener una afluencia turística. Desgraciadamente, en varios países así como en México, este control no ha sido lo suficientemente amplio como para evitar irregularidades.

Las políticas de reorganización que engloba el Plan Nacional de Desarrollo, toma en cuenta la necesidad e importancia de estos actos para evitar su descrédito.

La devaluación de nuestra moneda ha sido un elemento nocivo que acentúa la crisis; sin embargo, en el campo de turismo, permite la competencia de nuestro mercado (siempre y cuando se mantengan precios reales), por los bajos precios y la alta calidad de los servicios que se ofrecen. El turismo es como actividad captadora de divisas, de gran trascendencia. Desafortunadamente, la crítica situación que se vive limita el goce de instalaciones por el turismo nacional ya que su comercialización esta dirigida al viajero extranjero.

Los precios por su parte, son fijados de acuerdo a las necesidades y características de los hoteles por los hoteleros, regulados éstos a su vez por las dependencias del Estado.

En México, la Secretaría del Ramo de acuerdo a la Ley Federal de Turismo autoriza precios, tarifas, condiciones de hospedaje y alimentación, y vigila el cumplimiento de lo establecido.

Estas condiciones además deben ser del conocimiento público.

La planeación es básica para el desenvolvimiento de la actividad en nuestro país. Actitudes mal orientadas en el pasado determinaron la falta, saturación, escasez, e improductividad de servicios y centros turísticos que no se encuentran normados por un criterio que ordene y evalúe las necesidades del país y que en base a sus intereses cree la infraestructura suficiente para satisfacer los requerimientos económicos y sociales.

Son grandes las inversiones que en materia hotelera se han hecho en México. El financiamiento de las empresas generalmente se ha realizado por los hoteleros ya que los créditos para este sector eran limitados en cuanto a monto y a zonas de distribución.

La inversión turística necesaria para que se lleve a cabo el desenvolvimiento de la actividad hotelera, abarca varios aspectos como son: el emplazamiento hotelero propiamente dicho y su equipamiento lo que incluye servicios auxiliares, y la infraestructura urbana necesaria para que se pueda desarrollar la actividad.

Estas inversiones requieren grandes volúmenes de capital por lo que los financiamientos y amortizaciones son muy importantes. El uso racional del capital y equipamiento es lo que dará altos rendimientos.

En México existen organismos que subsidian la inversión turística. Ejemplo de ellos es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) que concede créditos a los inversionistas del país para el equipamiento hotelero.

## 2.2.-Servicio de Alimentación

Necesidad básica del turista es la alimentación. Este servicio den

tro de la actividad (como complemento del alojamiento y como empresa comercial aislada), ha variado desde sus inicios debido a los cambios en los requerimientos y a la organización social. Su finalidad, es otorgar alimentación variada, completa, rápida y limpia por un costo determinado. La existencia del servicio se encuentra relacionada con las características y necesidades de los consumidores del centro receptor y de los visitantes.

En cada país o región existe una gran variedad y cantidad de productos alimentarios y especialidades culinarias. La Geografía gastronómica es un elemento indispensable para la explotación de la actividad.

La reglamentación oficial es un elemento trascendental que legisla, ordena, y relimita los derechos, deberes, y características del servicio en beneficio de los consumidores.

Existen varios tipos de establecimientos en donde se ofrecen alimentos preparados los principales son:

- a)- El Restaurante.
- b)- Las cafeterías con servicio de alimentos preparados.
- c)- Los vehículos ambulantes que despachan alimentos preparados (pueden ser independientes o extensión de algún restaurante).
- d)- Las máquinas que ofrecen alimentos elaborados.

El servicio de restaurante tiene varias modalidades:

- a)- Los restaurantes con servicio a la mesa.
- b)- Los autoservicios en el que el cliente escoje u ordena sus alimentos para el mismo llevarlos a la mesa.
- c)- Los restaurantes de barra (Snack bar) en donde se sirve comidas o bebidas ligeras que se consumen allí mismo.
- d)- Los restaurantes con servicio en el automóvil, en donde comidas ligeras son despachadas en el propio auto.

Generalmente se asocia la prestación del servicio de alimentos al de vinos, licores y bebidas preparadas. En algunos restaurantes estos servicios se otorgan en la mesa, pero en otros existe un local anexo (bar) en donde se dan estas bebidas.

No se puede dejar de considerar que la variedad y calidad en los tipos y modalidades de establecimientos que ofrecen un servicio alimentario, se encuentran determinados por las características de cada país y región. A nivel internacional, las situaciones económicas y sociopolíticas que presentan los Estados, condicionan la estructura de la oferta.

En el caso de las regiones localizadas dentro de un mismo país, está dada por la facilidad que tenga cada zona para lograr una diversificación de su actividad económica, lo que traerá como consecuencia una mayor capacidad para estructurar una oferta cambiante.

Los restaurantes se pueden clasificar de acuerdo a varios aspectos como son:

- a)- En base al género de alimentos pudiendo ser: vegetarianos, de pescados y mariscos, de carnes de ganado mayor o menor (inclusive aves e insectos), dadas por las posibilidades de abastecimiento y producción de las localidades.
- b)- Por las características y variedad de cocina, de cocina internacional, de cocina nacional o de cocina mixta, que dependiendo del lugar puede acentuar los atractivos locales con comida tradicional de alta calidad.
- c)- Tomando en cuenta el manejo de servicios pudiendo ser: a la carta, de menú fijo, o mixto.

La calidad y cantidad de servicios los agrupa de la siguiente manera:

- a) Restaurantes de lujo.

Con cocina internacional, especialidades culinarias y de bebidas, con personal de alto nivel técnico.

- b) Restaurantes de primera.

Con cocina mixta y un grado medio de especialización en alimentos, bebidas y personal.

- c) Restaurantes de tipo medio.

Con cocina nacional sin especialización en alimentos, bebidas y personal.

d) Restaurantes de tipo económico.

Con cocinero nacional y con un mínimo de servicios.

3.-Elementos Económicos inherentes al Turismo.

3.1.-Intermediarios y Auxiliares.

3.1.1.-Las Agencias de Viajes.

Son empresas que como intermediarios en la actividad turística, cumplen un papel esencial

Surgen como solución a la necesidad de información y organización del viajero para facilitar el ejercicio y la explotación del turismo. Esto determino su importancia y el apoyo de las diversas ramas de la actividad.

Thomas Cook en 1841 fue el primer iniciador de las agencias de viajes, ya que elevó a la categoría de recurso turístico la existencia de intermediarios.

El gran volumen de consumidores permitió el acceso a la práctica del turismo y su diversificación.

La influencia de las agencias de viajes en la economía es relevante ya que solamente la compañía llamada en la actualidad Wagon Lits Cook, emplea a más de 10,000 trabajadores y cuenta con más de 630 oficinas en el mundo.

Por el desenvolvimiento de las capacidades económicas de las agencias de viajes, estas pueden poseer bancos, transportes, compra y venta de inmuebles, y aún enseñanza de idiomas.

Sus funciones incluyen el proporcionar medios de transportes necesarios y los servicios que el turista requiera durante su visita. Son por lo tanto, intermediarios entre los viajeros y los prestadores de servicios turísticos.

Para el éxito de estas empresas, su labor debe tomar en cuenta las características del mercado y las necesidades del consumidor.

El turismo organizado es la solución a los requerimientos de las corrientes turísticas.

Por otro lado, las agencias de viajes son además de escaparates, depositarias y vendedoras de servicios al mismo precio que otorgan

las empresas turísticas.

Se puede definir como agencia de viajes a "las empresas de carácter comercial privadas o del gobierno que actúan como intermediarias entre viajeros y prestadores de servicios turísticos".

Su campo de acción incluye:

- a)- El proporcionar a comisión los servicios de reservación y venta de transportación, alojamiento y alimentación.
- b)- La prestación a comisión o de manera directa, de viajes organizados por la propia agencia o terceros en donde se otorguen servicios turísticos básicos y auxiliares.
- c)- El informar y calcular costos de viaje.
- d)- El promover atractivos turísticos a través de distintos medios dando a conocer sus características.
- e)- La prestación a comisión de trámites financieros, aduanales, de seguros y migratorios.
- f)- El brindar al cliente servicios, reservación y venta de entradas para el acceso a espectáculos y centros culturales, artísticos y deportivos.
- g)- El emplear los servicios de guías e intérpretes.
- h)- Reservar y vender servicios de renta de vehículos.
- i)- Ayudar en las realizaciones de eventos sociales, (congresos y convenciones).
- j)- El transporte de pasajeros y la etiquetación de equipajes entre hoteles y estaciones de transportes.

Las agencias de viajes deben por lo tanto conocer las características que constituyen a los prestadores de servicios turísticos, los recursos naturales y culturales de las zonas empleadas con este fin, y las necesidades, posibilidades y comportamiento de las corrientes turísticas. La complejidad de los requerimientos turísticos. La complejidad de los requerimientos turísticos obliga entonces a la especialización de las agencias turísticas de viajes.

Su clasificación en varios tipos es necesaria y conveniente para un correcto funcionamiento.



Los servicios prestados por la agencia se pueden englobar en dos actitudes respecto a su forma de operación: cuando la empresa labora en base a comisiones y cuando la empresa labora para obtener ganancias totales.

En el primer caso la empresa es representante de los prestadores de servicios y escaparate para los viajeros, constituyendo así el enlace entre la oferta y la demanda.

Puede actuar como simple intermediaria o como planificadora de viajes basando sus utilidades en las comisiones.

En el segundo caso, la agencia emplea a los prestadores de servicios y ofrece al consumidor viajes completos en donde la organización se puede basar en el empleo de instalaciones propias; si cuenta con ellas para que las utilidades sean mayores. Por lo tanto, la agencia actúa como promotora y operadora.

Su potencial ha exigido una reglamentación que defina condiciones, obligaciones, características y derechos. Esta legislación es principalmente creada y aplicada por el gobierno.

El marco legal debe incluir varios aspectos entre los que se encuentran: la delimitación de las actividades que puede ejercer la agencia, su acción bajo la tutela del Estado, las responsabilidades que adquiere frente a consumidores y prestadores de servicios, y los procedimientos legales y sanciones por sus irregularidades.

La clasificación de agencias de acuerdo al tipo de mercado al que están dirigidas puede dividir las en:

a)- Agencias receptoras de turismo. En donde se satisfacen los requerimientos del turismo extranjero en el país donde opera dicha agencia. Deberá contar con personal especializado para facilitar el trato con este tipo de consumidor. En la prestación de otros servicios puede actuar como comisionista u operadora.

b)- Agencias emisoras de turismo. En donde se organizan los viajes de nacionales al extranjero. Generalmente actúan en combinación con agencias del exterior para poder cumplir con sus funciones. Debe poseer personal altamente calificado y especializado en el trámite de

documentación, además de tener la información y elementos suficientes como para satisfacer las necesidades del viajero en el extranjero.

c)- Agencias de turismo nacional. En donde la función principal es promover viajes dentro del país en donde laboran.

d)- Agencias mixtas. Son las que manejan turismo receptivo y emisor. Deben ser grandes, con gran capacidad y número de empleados para poder manejar simultáneamente estos viajes.

De acuerdo a la especialización y campo de acción se clasifican en:

#### 1.- Agencias de Viajes Mayoristas.

En donde su organización es especializada y variada para satisfacer con una red de oficinas, personal de alto nivel técnico y mecanismos electrónicos avanzados, las necesidades del otorgamiento de un servicio amplio e instantáneo .

Cuenta con capacidad financiera para el mantenimiento de sus niveles de comercialización. Su relación estrecha con los prestadores de servicios, su responsabilidad, honradez, perfeccionismo y fama, les permite brindar alta calidad turística al consumidor.

Las necesidades de grandes volúmenes de operaciones les permite compartir su mercado empleando agencias de viajes minoritarias.

#### 2.- Agencias de Viajes Operadoras.

En donde sus características son similares a las agencias de viajes mayoritarias. Cuentan además con emplazamientos, bienes e infraestructura propia y trabajan en combinación con las agencias de viajes mayoristas y minoristas.

#### 3.- Agencias de Viajes Minoristas.

Se dividen de acuerdo a su especialidad. Son pequeños emplazamientos urbanos que cuentan con un mínimo número de empleados. La venta al turista de limitados servicios turísticos al menudeo, junto con su forma de operación en base a comisiones dadas por agencias mayoristas o por prestadores de servicios, son los elementos que las definen.

Las agencias de viajes presentan dos tipos de acuerdo a sus caracte-

terísticas de organización; estas son las agencias matrices y las agencias sucursales.

Las agencias de viajes ofrecen grandes ventajas que benefician a la práctica de la actividad. Sus relaciones con prestadores de servicios les permite bajar costos.

En las agencias por comisión, los prestadores de servicios reducen el precio que se cobra generalmente al consumidor para asegurar la ganancia de la agencia sin aumentar precios. Además, entre otras ventajas que ofrecen las redes de agencias, se pueden mencionar el sistema de ventas y publicidad continuo que evita gastos a los productores y asegura los mercados.

Las agencias de mediano y pequeño tamaño se tienen que agrupar para solventar las crisis y limitar las irregularidades en sus actuaciones para así evitar competencias negativas. El afán de supervivencia y la creación de nuevas empresas ha restringido las posibilidades de una armónica organización.

### 3.1.2.-Los Auxiliares.

De entre los auxiliares del turismo tenemos a los guías de turistas, las empresas de renta, centros de cambio de moneda, centros de espectáculos recreativos y sociales, bancos y seguros, casas de comercio y de envíos especiales, y promoción turística.

#### 3.1.2.1.-Guías de Turistas.

Los guías de turista constituyen al personal que informa, acompaña, interpreta y ayuda al viajero. Su finalidad es satisfacer los requerimientos del turista, por lo que sus conocimientos, capacidad de expresión y simpatía deben ser óptimos para un buen desenvolvimiento.

Las necesidades de la actividad turística propiciaron la aparición de estos auxiliares. Por su importancia se han creado reglamentos que los definen, clasifican, limitan y les imponen obligaciones y derechos (se les exige preparación). Su desenvolvimiento empírico, los ha caracterizado por muchos años. No obstante, en la actualidad, las diversas instituciones de capacitación y la legislación forman

a estos profesionales del turismo. Para su funcionamiento, se han creado agrupaciones y sindicatos en donde los agremiados por la irregularidad de la actividad, tratan de obtener una cierta seguridad.

De acuerdo a la especialización del guía existen varios tipos:

a)- Guías Conferenciantes.

Son los que poseen amplios conocimientos sobre los lugares a visitar por el turista. Su función es mostrar y explicar las características de cada lugar en el idioma propio.

b)- Guías Interpretes.

Poseen las mismas cualidades y funciones de un guía conferencian-  
te pero además son políglotas.

c)- Guías Acompañantes.

Son los que se limitan a acompañar en todo momento a los turistas quedando éstos bajo su responsabilidad. Solo brindan la información turística mínima indispensable.

d).- Guías Conductores.

Pueden llevar a cabo las funciones de los guías conferenciantes, interpretes o acompañantes y cuentan además con un vehículo propio o alquilado para realizar sus funciones.

e).- Guías Fijos.

Poseen las características de los guías conferenciantes o interpretes pero su incapacidad para desplazarse con los viajeros los -  
diferencian de los anteriores y los define en su especialización.

Los guías turísticos pueden ser independientes o dependientes en base así son contratados directamente por los viajeros o si laboran para alguna empresa turística (ya sea un hotel o agencia de viajes) privada o del gobierno.

### 3.1.2.2.-Empresas de Renta.

Su función es proporcionar al turista elementos auxiliares para desarrollar la actividad. Los alquileres pueden abarcar bienes inmuebles como casas y departamentos, y bienes muebles como autos, barcos, aviones y aparatos electrónicos.

Las necesidades del viajero especializaron el servicio a tal grado, que no solo actúan como elementos separados de agencias de viajes u otras empresas turísticas, sino que además poseen campos propios.

#### 3.1.2.3.-Centros de Cambio de Moneda.

En donde el turista tiene acceso a las divisas de los distintos países que visita.

Su ventaja respecto a los bancos, lo constituye la diferencia de horario. Sin embargo, la existencia de cheques de viajero y tarjetas de crédito son una excelente opción para que el viajero cumpla con sus compromisos económicos.

#### 3.1.2.4.-Centros Sociales Recreativos.

Son recursos turísticos empleados para promover, consolidar y prolongar la estancia. Su importancia es igual a la de los recursos naturales, ya que cumple con una función de satisfacer la necesidad de recreación. Pueden ser o no gratuitos y su carácter periódico o continuo depende de las cualidades del centro turístico.

Existen gran variedad de espectáculos recreativos, los principales se llevan a cabo en:

Centros de Espectáculos Deportivos.- En donde certámenes de todas las variedades de deporte (se han éstos mecanizados o no ), y toros, se llevan a cabo.

Centros de Espectáculos Culturales.- Con exposiciones agrícolas, ganaderas forestales, pesqueras, industriales, mineras, literarias, zoológicos y acuarios.

Centros de Espectáculos Artísticos.- Para teatro, danza, conciertos y películas.

Centros de Convivencia Social.- Para agrupaciones y familias.

Museos.- Para el estudio del hombre, sus culturas y actividades.

Balnearios.

#### 3.1.2.5.-Casas de Comercio y de Envíos Especiales.

Al desplazarse el turista trata de obtener mayor goce de su viaje al adquirir objetos típicos del lugar que visita. Esto representa

una extensión y certificación de su viaje. Las artesanías así como otros artículos son finalidades de adquisición por poseer las características propias del país y del fabricante, lo que les dá exclusividad y valor. La demanda de artículos típicos como las artesanías se ha incrementado dando lugar a una especialización en la producción y comercio de estos objetos en base principalmente a los materiales de fabricación.

También existe el comercio constituido por la venta de todo tipo de artículos (desde alimentos hasta autos) en comercios especiales donde el pago de impuestos se nulifica al no usarse estos en el país productor. Estos artículos gancho, son atractivos trascendentales para las corrientes turísticas.

### 3.1.2.6.-Bancos y Seguros.

Su finalidad como servicio turístico es brindar seguridad a los valores y persona del viajero o grupos de turistas. A través del banco, los intercambios monetarios son fáciles y seguros evitando así pérdidas tiempo y responsabilidades para el viajero.

Otra función importante se halla enmarcada por el financiamiento que se brinda a los usuarios para costear viajes, o a los prestadores de servicios para renovar, operar, mantener y crear supraestructura turística.

Para esto, se emplean seguros de viaje, créditos, cuentas reconocidas y depósitos en monedas extranjeras convertibles, uso de resguardo y transferencia de capital, giros, chques personales y de viajero, tarjetas de crédito, ahorro e inversiones en valores.

### 3.1.2.7.-Promoción Turística (Publicidad).

El turismo como actividad geográfico económica, presenta un carácter total ya que las finalidades, motivaciones y mecanismos constituyen un sistema.

La inducción a los desplazamientos de los viajeros se debe a las características motivacionales del lugar receptor.

La promoción turística no solo tiene como objetivo lograr respuestas económicas, sino también el obtener efectos de carácter social

y cultural. Esta promoción convierte al turismo potencial en turismo activo ya que con sus implementos provoca el ánimo de viajar.

La planeación y el desarrollo de las actividades turísticas son el objetivo de los promotores de la oferta.

Existen varios elementos y técnicas que se emplean para crear en el sujeto la necesidad de desplazarse con fines turísticos.

Los métodos de propaganda pueden ser:

a)- Una propaganda dirigida a un determinado sector de la población turística en base a sus intereses y capacidades por empresas de la actividad, para determinados servicios o regiones.

b)- Una propaganda dada para la generalidad del potencial turístico sin dirigirla a aspectos específicos.

La creación de la oferta puede ser de dos tipos:

#### 1.- De Carácter Oficial.

En donde los organismos oficiales a través de departamentos especializados ejecutan técnicas promocionales de manera sistemática.

En el caso de México, las autoridades federales, estatales y locales actúan por medio de empresas oficiales o descentralizadas como la Secretaría de Turismo, el Consejo Nacional de Turismo, Pemex, Ferrocarriles Nacionales de México, Aeronáutico, Mexicana, etc.

Esta actividad es complementada por departamentos que los países turísticos tienen en su territorio y en otras naciones que son las emisoras de viajeros.

Los beneficios del turismo han hecho imprescindible la estructuración de esta actividad a nivel gobierno. Esto lo evidencia la creación en nuestro país del Plan Nacional de Desarrollo Turístico elaborado y publicado en 1962.

#### 2.- De Carácter Privado.

En donde los lineamientos que la conforman, por las limitaciones de las empresas particulares, no son de carácter permanente.

Las asociaciones y sociedades civiles de carácter profesional aparecen a finales del siglo pasado respondiendo a la necesidad de manutención y creación de mercados.

En nuestro país, funcionan a nivel nacional asociaciones automovilísticas, de agentes de viajes, de guías turísticos, aéreas, de hoteles, de restaurantes y de centros de espectáculos entre otras.

La publicidad se vale de varios medios de comunicación para ampliar su cometido, entre los principales se encuentran:

- a).- Material Impreso. Formado por información en periódicos, revistas, libros, folletos, cartas, carteles, guías, mapas, tarjetas postales, directorios telefónicos y programas.
- b).- Material. Ofrecido a través de cine, radio, televisión y teléfono.

Otra actividad promocional básica está constituida por las relaciones públicas.

Estas se manejan mediante un contacto directo con el consumidor a nivel personal, pudiendo emplearse diversos medios para lograr este contacto.

Sus objetivos son:

- a) La promoción de atractivos y servicios dando a conocer características positivas que aseguren al mercado.
- b) El fomentar la relación y participación entre los distintos prestadores de servicios y con el gobierno.

La forma de cumplir estos objetivos es mediante la organización de reuniones periódicas y excursiones para dar a conocer los atractivos turísticos, la distribución de propaganda impresa y su difusión a través de los distintos medios de comunicación, y el tener contacto y conocimiento de los distintos criterios turísticos por medio de sugerencias.

Respecto a los efectos de este proceso promocional, se tiene que la mayoría de las reacciones son inmediatas, ya que la motivación actúa de tal manera que el viajero se siente obligado a aprovechar oportunidades.

No obstante, existen técnicas de mercado que tienen como finalidad provocar efectos a largo plazo en los desplazamientos turísticos. Esto obliga a que al sistematizar los procesos que determina -



rán el traslado, se reflexione correctamente acerca de la organización promocional antes de llevarla a cabo, y que como un indicador, se tomen en cuenta los resultados.

#### 4.-MEDIO TURISTICO.

Los centros receptores de viajeros deben contar con una población conscientizada respecto a sus responsabilidades con el visitante.

La primera impresión del turista en un ambiente hospitalario determinará su tiempo de estancia y las posibilidades de un retorno. Este factor es de gran importancia, su nivel debe ser tan alto como el de los servicios y recursos turísticos para motivar esos desplazamientos. Por supuesto, debe ser elemento imprescindible de los prestadores de servicios.

La promoción en este aspecto, es un factor que mediante la divulgación de cualidades y efectos condicionará la modelación en la conducta de la población local.

La conciencia turística por lo tanto, no solo implica el conocer la importancia de la actividad, sino también el poder enfrentarse a situaciones de encuentro con una adecuada actitud.

En México, se ha creado la Camara Nacional de Turismo que ha elevado a nivel de complemento turístico a las actividades auxiliares. Este organismo las ordena y permite el contacto entre las diversas empresas para su superación y acción conjunta teniendo como finalidad el desarrollo del turismo.

## CAPITULO IV

### EVOLUCION DEL TURISMO EN MEXICO

La significación del turismo como fenómeno geográfico económico, repercute por su complejidad en la vida social y económica de los pueblos, es por eso que su proceso como permanente objetivo de estudio, resulta imprescindible para comprender sus características.

Hasta mediados del siglo XIX solo grupos restringidos de alto poder adquisitivo y con gran disposición de tiempo tenían acceso al disfrutar de la actividad. Existían muchas dificultades para el traslado debido a la carencia, incomodidad, inseguridad y poca capacidad de los medios y vías de comunicación, así como en los servicios de hospedaje y alimentación. No se han creado todavía las actividades intermediarias y auxiliares, aunque existe una precaria información de los diversos lugares a visitar. El barco como medio de transporte es tal vez el más empleado por las características que presenta en cuanto a bajo costo de servicio y gran volumen de traslado. Además, se inicia la elaboración de legislaciones laborales que facilitan el derecho al tiempo libre por medio de vacaciones pagadas y su empleo en viajes.

Del siglo XIX hasta 1940 se produce el goce de la actividad por un mayor número de personas debido al aumento en el nivel de vida y a la creación de la necesidad turística con diversas finalidades. Thomas Cook en 1841 inicia la primera excursión de carácter comercial. Por su éxito, las comunicaciones servicios primarios y auxiliares de turismo proliferan y se especializan debido a la existencia de corrientes producto del acceso de mayor cantidad de población a la actividad.

Más tarde surge el hotel como patrón de hospedaje. Por lo tanto al surgir la especialización, se obliga al requerimiento de un nivel alto de servicios y a la instauración en Europa de las primeras escuelas de hotelería.

Por otro lado, al volverse generalizado el uso de transportes, las

vías de comunicación e infraestructura de estaciones y puertos son cada vez mejores y más eficientes.

Aparecen los organismos de turismo y se definen agencias de viajes, centros de recreo, legislaciones laborales y diversos auxiliares como los sistemas de crédito y publicidad. Las facilidades brindadas tanto por los servicios auxiliares de la actividad como por las exigencias laborales en los distintos países, hacen que en la población se popularice el turismo como actividad determinante en su desenvolvimiento.

La diversificación y división de las actividades turísticas facilitan el acceso del turismo a la mayor parte de la población y consolidan la influencia en su desenvolvimiento cultural y económico. Los avances técnicos y científicos facilitan el que un mayor número de gente tenga acceso al empleo de medios de transporte más efectivos y cómodos así como infraestructura y servicios auxiliares con un alto grado de evolución.

Al definirse la posición y características de los países después de la segunda guerra mundial la división internacional del trabajo obligó a la definición de las distintas responsabilidades que cada bloque de países debía cumplir. Esto facilitó el desarrollo de las economías imperialistas que al incrementar los diferentes niveles de vida en su población crearon el nuevo estilo de vida que exigía una óptima utilización en el empleo del tiempo libre. Por el papel determinante de los países subdesarrollados en la actividad económica mundial como productores de materias primas, consumidores de productos elaborados y abastecedores de mano de obra barata para los países metrópoli, se vieron obligados los primeros a adoptar nuevas formas de organización acordes con las necesidades y costumbres de los países ricos.

Esto hizo que el acceso al turismo por grupos de población privilegiados en los países pobres se volviera una imperiosa necesidad para las compañías transnacionales que ofrecen servicios turísticos.

A pesar de no ser determinante el ingreso de capitales extranjeros

para el desarrollo de las actividades terciarias en ciertos países, si provocan el crecimiento de una infraestructura y servicios turísticos que enriquecen los recursos de los países pobres y sirven para satisfacer las necesidades de los viajeros por placer provenientes de los países industrializados y de los que tienen como objetivo ampliar los mercados de sus empresas en las naciones subdesarrolladas.

La necesidad de consolidar y facilitar en desarrollo económico en los países permitió que los avances técnicos como la rápida evolución perfeccionamiento y acceso a los medios e infraestructura en transportes, comunicaciones, hospedaje y servicios fueran una realidad. Todo ésto facilitó en los distintos organismos turísticos la planeación y desarrollo de sus funciones para que la práctica masiva del turismo se diversificara, haciendo más accesible los sistemas de crédito a las mayorías que desean viajar con lo que se estructuró el turismo social.

Los transportes masivos regulares con itinerarios fijos así como los privados, están al alcance del público en general y estimulan la manutención, diversificación y modernización de infraestructuras y servicios turísticos.

En México aparecen las primeras corrientes turísticas del exterior a partir de los años 20, lo que obliga a la creación de los primeros organismos turísticos especializados que tendrán como función la regulación de los distintos servicios auxiliares de la actividad. La rápida diversificación y crecimiento turístico, determinó el que a finales de este decenio, se crearan legislaciones y comisiones para ordenar a incrementar los movimientos hacia el país. Nuestra cercanía con E.U., aceleró la necesidad de considerar a las migraciones temporales como corrientes turísticas ya que la gran cantidad de norteamericanos que tenían acceso a la actividad se internaron en nuestro país.

Hombres visionarios, como Emilio Portes Gil y Lázaro Cárdenas establecen las bases para que años después se ordene el turismo como actividad económica y fenómeno geográfico al conjugar y delinear la

participación de los sectores público y privado en esta importante rama de la economía. Desde los años cuarenta México sufre un desarrollo acelerado del turismo lo que condicionó el equipamiento del país en cuanto a infraestructura y supraestructura de hospedaje, transporte y servicios debido a que la política económica del Estado en este período consistió en consolidar la paz y unidad social, y promover la industrialización del país.

El país en esa época, trató de impulsar a las empresas privadas tanto nacionales como extranjeras mediante un gasto inflacionario (aumentando la emisión de moneda), aplicando medidas impositivas regresivas, y devaluando la moneda lo que ocasionó la inestabilidad cambiaria.

Lo anterior permite que a pesar de la guerra, el turismo se defina como un elemento fundamental en la planeación del desarrollo social y económico de México.

El surgimiento de los grandes centros turísticos ubican a México como participante trascendente en el mercado mundial, lo que obliga al perfeccionamiento de los preceptos (como la creación de las leyes federales del turismo a partir de 1949) y a la mayor participación gubernamental en la actividad (al formarse la Comisión Nacional de Turismo y la Secretaría de Turismo).

En los últimos 20 años el desenvolvimiento de la actividad se ha caracterizado por un análisis de su desarrollo desde el punto de vista técnico para optimizar los beneficios de ésta. Por lo tanto, la creación del plan nacional de desarrollo turístico a partir de 1961, es la respuesta a las necesidades de eficiencia y productividad.

La creación del Consejo Nacional del Turismo en 1961 y del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas en 1962 hace que, como organismos técnicos especializados, sean estos los realizadores de estudios socioeconómicos sobre el turismo, además de asesores en la planeación y promoción de éste.

Por otro lado, los sectores oficiales y privados apoyando profundamente las políticas de tecnificación y fomento turístico se abocaron

a la creación de escuelas de turismo para regular la capacitación de las personas que laboran en esta actividad.

Nuevos reglamentos y leyes a partir de 1965, ajustan la actuación y funcionamiento de los prestadores de servicios y coadyuban el desarrollo turístico, integrando el desenvolvimiento de núcleos marginados de población. Cuando se abaten los desequilibrios regionales, aumenta el número de visitantes y el tiempo de estancia de los mismos en el país. Por lo que al crearse en 1974 la Ley Federal de Fomento al Turismo (que precede a la Ley Federal de Turismo de 1976) no solo se cubren los aspectos antes mencionados sino que también se instauran los principios de coordinación y programación entre las dependencias del gobierno federal que tienen ingerencia en la promoción y fomento en las actividades del ramo.

Además, se crean organismos financieros como el Fondo Nacional de Fomento al Turismo que brinda asesoría y financiamiento a los programas turísticos.

Todo esto se consolida con la formación de la Secretaría de Turismo en 1974 que como órgano del poder ejecutivo de la federación es el encargado de formular la programación de la actividad turística nacional y de organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo protegiendo los medios y funciones que proporcionan los servicios al turista.

La expedición en el régimen del Lic. José López Portillo del Plan Nacional del Turismo, da un lugar determinante dentro del desarrollo socioeconómico nacional a la actividad turística, al contemplar objetivos, políticas, instrumentaciones, metas y etapas para la promoción, comercialización y generación de empleos, además de la atracción de inversiones, captación de divisas y el apoyo de un desenvolvimiento nacional equilibrado.

## CAPITULO V

### EL TURISMO Y SU ORGANIZACION EN MEXICO

#### 1.-LEGISLACION Y TURISMO

Las reglamentaciones jurídicas de cada Estado determinan a la actividad . La política económica seguida por las naciones como conjunto de elementos para enfrentar un fenómeno, influye a las acciones turísticas haciendo que el turismo se encuentre condicionado por las necesidades e intereses de los poderes públicos y del estado.

A pesar de ésto el turismo se ha formado un vasto campo de acción en el cuál intervienen el gobierno y los particulares como prestadores de servicios turísticos básicos y auxiliares. Por lo tanto el desenvolvimiento de la actividad se halla supeditado a las buenas relaciones y disposición que tengan los conductores de ésta.

La legislación en el ramo laboral ha sido determinante en la evolución del turismo ya que al fijarse salarios, jornadas, protección, descanso y seguros de enfermedad en los trabajadores, se aumentó y aseguró el nivel de vida de éstos. Los logros sociales obtenidos permitieron el acceso de grandes núcleos de población al disfrute de la actividad eliminando la característica del turismo como un fenómeno elitista.

No sólo las garantías y derechos justos de los trabajadores se vieron beneficiados con estas acciones sino que el haber más corrientes turísticas los servicios se diversifican y abaratan. Esto a su vez es producto de la eliminación de períodos estacionales exclusivos para vacaciones, cubriendo los períodos no hábiles para los prestadores de servicios. Además los núcleos de población menos favorecidos se ven apoyados por organizaciones sociales (empresas, sindicatos, asociaciones patronales) y del gobierno (instituciones públicas) que subsidian la actividad recreacional. Con ésto, el turismo llega a la

mayoría de las capas de población obteniendo así el goce de recursos, la integración y la culturización de la población.

El Estado por su parte, orienta los ingresos fiscales a las distintas obras de carácter social. Entre éstas, el turismo es objetivo prioritario. Su desarrollo depende entonces de estas acciones.

Las políticas fiscales influyen a la actividad como sector y a sus elementos de manera individual, por lo que el usuario, prestador y dueño del servicio, someten sus conductas a estas disposiciones.

Los traslados de viajeros se ven restringidos por medidas que en cada país varían pero que siempre existen, como las migratorias, las de derecho y uso de infraestructura, etc. Aún cuando la necesidad de emplearlas las hace imprescindibles, nuevas políticas bien planeadas que otorguen franquicias y facilidades las hacen menos abruptas para la práctica del turismo.

Además, las inversiones se van incrementando por los estímulos que el gobierno otorga y que van dirigidos a zonas y países con potencial en el ramo. Ejemplo de estas medidas son la exención de impuestos, exenciones y créditos más asequibles.

Por otro lado, la diversificación de la actividad ha obligado a elevar los niveles técnicos del servicio. Esto implica el que los requerimientos de personal capacitado se incrementen y especialicen haciendo imprescindibles programas educativos e instituciones acordes con las necesidades del turismo. Desgraciadamente en un principio, la preparación de personal solo se había orientado hacia ciertas áreas del ramo. Actualmente se ha diversificado y especializado la enseñanza creando niveles técnicos y profesionales que preparen personal apto para desempeñar los diversos cargos dentro de la actividad.

Debe tomarse en cuenta que los métodos de enseñanza y las técnicas de aprendizaje deben cambiar y adaptarse a los intereses y demanda de la actividad tomando en cuenta por supuesto, los mercados de trabajo.

Este servicio debe ser aportado por una actitud conjunta tanto del Estado (a través de la reglamentación formativa y profesional, orde-



nación de programas, promoción y establecimiento de centros docentes). Como de los particulares (con la creación de colegios y capacitación constante del personal en coordinación con las exigencias de empresas prestadoras de servicios).

Las vías y medios de comunicación son también objeto de legislación en interve<sup>n</sup>ción del Estado. Este se encarga de proveer la infraestructura suficiente para la transportación (vías ferreas, carreteras, puertos marítimos, puertos aereos, estaciones puentes, etc.) y las normas y tarifas que abarcan los aspectos de tránsito señalamientos, y elementos específicos a los que deben sujetarse los vehículos (medios de comunicación). Sus objetivos son ordenar la circulación y asegurar a los viajeros. Su actuación es de gran beneficio para el turista ya que a través de tarifas adecuadas y precios o promociones especiales el gobierno motiva a los prestadores de servicios para la ampliación de sus mercados.

Esta reglamentación existe a nivel nacional e internacional lo que facilitan el desarrollo del transporte entre los distintos países.

A pesar de que cada Estado posee códigos propios, por medio de diversos organismos y convenios entre los países se ha podido facilitar la circulación de vehículos en el mundo. El agua y el aire son universos de transporte que se hallan contemplados en la legislación internacional, permitiendo y obligando al mantenimiento de políticas que creen y respeten los derechos de los estados a su patrimonio acuático y aereo.

En el caso del oceano existe cierta libertad para la circulación de los transportes a lo largo de un curso por altamar, ya que los derechos de los países a zonas oceánicas, se limita a aquellas que enmarquen su territorio hasta cierta distancia del litoral. Esto obliga a que las embarcaciones se sometan en las "zonas libres" a la legislación que impera en los estados a los que pertenezca el transporte.

Los tratados (como la Convención de Ginebra sobre Altamar) y organismos internacionales, señalan las libertades y derechos de los es-

tados respecto a sus recursos hidrológicos compartidos.

También en el aire, existe cierta independencia internacional establecida por organismos como la Asociación Internacional del Transporte Aéreo. La organización Internacional de la Aviación civil y sus similares en los distintos países regulan los intercambios comerciales, no comerciales, uso de infraestructura y de servicios, tarifas, cruce de espacios aéreos propios y extranjeros, y emergencias.

Los transportes terrestres en cambio ven sometidos a la regulación gubernamental en cada país, estas políticas siempre han tratado de lograr la potestad de las mayorías al empleo con diversos fines de medios y vías de comunicación. La nacionalización de estos servicios que en ciertos casos puede ser oportuna, es una medida para cumplir dichos objetivos.

La transportación de materias primas, productos elaborados y pasajeros a bajos precios, son el resultado de las políticas adoptadas por los gobiernos al obtener el control en los medios de transporte terrestre.

Los ferrocarriles como servicio de transporte, han sido los ejemplos más evidentes de estas actitudes, ya que la aparición del automóvil con su invasión de los mercados de transporte, hacen peligrar seriamente la sobrevivencia del ferrocarril. Los países desarrollados por su capacidad económica han logrado hacer de este servicio un elemento clave a pesar de su carácter deficitario para el tráfico internacional e interno. El desarrollo del turismo empleando este medio se ha visto incrementado grandemente ya que la buena administración del transporte ferroviario conjuntó a varios países para que como en el caso de Europa, se crearan políticas que determinaron una optimización en la explotación del transporte. Los convenios internacionales además han facilitado el desplazamiento a grandes corrientes de tráfico aún a través de varios continentes.

Por otro lado, podemos considerar sin duda alguna al transporte carretero por medio del automóvil como el gran favorito para los desplazamientos turísticos a gran nivel por su bajo costo y versatili-

dad. Ello obligó a los diversos gobiernos y organismos como la Organización Mundial del Turismo y del automóvil, la Federación Internacional del Automóvil, la Federación Internacional de Carreteras y el Plan Mundial de carreteras por parte de la ONU, a apoyar y ordenar estos desplazamientos. Prueba de estos intentos son el incremento de carreteras, clubes, información sobre códigos internacionales para ordenar la transportación, e itinerarios, y aduanas.

Los viajes internacionales por su importancia, presentan una relación estrecha con la organización y normas que cada país establece respecto a los desplazamientos temporales, éstas, influyen al viajero que llega y al que sale. Cada país de acuerdo a sus políticas establecidas, podrá limitar o fomentar este intercambio turístico.

Las características económicas y políticas de cada Estado, han condicionado el establecimiento de legislaciones que sujetan al turista a seguir una reglamentación migratoria que puede incluir: obtención de visa y pasaporte, control de divisas, control de artículos específicos, requisitos sanitarios, conocimiento de obligaciones y derechos, y limitación en el tiempo de visita.

Las exigencias varían de acuerdo a cada país y época llegando a la sencillez de la simple presentación de una indentificación para pasar de un país a otro cuando estos son vecinos o se hallan sujetos a un tratado internacional.

El pasaporte constituye al medio más importante, ya que es el documento expedido por las autoridades de un país que acredita la identidad y nacionalidad del viajero. Esta autorización puede permitir el paso a uno o varios países siempre y cuando sea reconocido por éstos.

En el caso de las visas, presentan una cobertura menor ya que solo son autorizaciones concedidas por algún Estado para entrar y residir en ese país, o solo para transitar sin detenerse por él.

Desafortunadamente, las formalidades a cumplir para lograr su otorgamiento, son demasiado complicadas. No obstante, en la conferencia de las Naciones Unidas sobre el turismo y los viajes internacionales, se recomendó que los países deben facilitar la práctica del turismo

suprimiendo exigencias en el visado. Actualmente solo algunos países lo mantienen para su propio control.

Las aduanas por su parte, son otro elemento migratorio trascendente que enmarca a las instrucciones que tienen a su cargo la percepción, control, vigilancia y ejecución de derechos, leyes, importaciones y exportaciones de bienes, y el tráfico fronterizo. La variedad de transportes empleados para el desplazamiento turístico ha determinado el que las aduanas no solo se localicen en las fronteras o costas de un país, sino también en los puertos aéreos. Debido a la importancia del intercambio internacional y su influencia en las economías estatales, los diversos Estados se han visto obligados a controlar estos intercambios. En 1963 la ONU por medio de la Conferencia General Aduanera, estableció convenios que facilitaron estas actividades a nivel internacional.

Estas franquicias incluyen al control de:

- 1.- Efectos personales del viajero,
- 2.- Recuerdos de viaje,
- 3.- Admisión de propaganda turística,
- 4.- Compendios de servicios turísticos extranjeros,
- 5.- Material técnico dirigido a los representantes oficiales acreditados,
- 6.- Elementos de divulgación cultural,
- 7.- Importación temporal de vehículos de carácter privado.

Además se han establecido una serie de restricciones en base a una estricta vigilancia para que regulen el ingreso o salida de dinero en efectivo.

Las divisas son definitivamente elementos trascendentales en la actividad económica y repercuten profundamente en la estabilidad monetaria de una nación. Países con un desequilibrio cambiario pueden aún, restringir totalmente el intercambio de dinero. Las limitantes establecidas, permiten conocer la capacidad adquisitiva de los viajeros evitando así el que su estancia sea una carga para el Estado, y restringen la adopción de empleos por los turistas, lo que afectará fuentes y variedades de trabajo.

Respecto a las limitaciones sanitarias estas han sido establecidas por los gobiernos para proteger la salud de sus ciudadanos ya que la proliferación de epidemias en el pasado, debido al avance técnico en cuanto a medios y vías de comunicación se refiere, aumentó el peligro de su propagación. Medidas que regulan aspectos sanitarios, han evolucionado desde las "cuarentenas" para evitar su progreso, hasta organizaciones que las legislen.

En 1948 surge en la ONU la Organización Mundial de la Salud que reglamenta sanitariamente a los países y que por medio de medidas especiales como la vacunación, han erradicado enfermedades epidémicas contagiosas. Africa y Asia han sido las regiones más atendidas en este respecto.

## 2.-ORGANISMOS OFICIALES DEL TURISMO

Los gobiernos, se interesan por el turismo en cuanto a su organización, a principios de este siglo. Las naciones europeas fueron las primeras en integrarse a esta manera.

Francia e Italia, sentaron las bases de los organismos especializados en esta materia.

México, al ver la importancia económica que el turismo internacional tiene en las balanzas de pago, durante los 60 adoptó propias normas que determinaron una planificación y regulación jurídica por parte del Estado colaborando de esta manera para con la iniciativa privada.

Objetivos fundamentales de los organismos oficiales son entonces; promocionar a través de todos los medios los atractivos del país, evaluar y cuantificar estos recursos, fomentar el turismo social colaborando con las distintas instituciones privadas y públicas, ordenar por medio de normas que regulan los intercambios turísticos, desarrollar una conciencia y capacitación turística acordes con las necesidades, planear el desarrollo de los centros turísticos, y organizar, clasificar, crear, modernizar y ampliar servicios e infraestructura turística. Todo ésto deberá ser ordenado y coordinado siguiendo

una adecuada planeación.

Al crearse las oficinas nacionales de turismo a principios de siglo, en algunos países de Europa no solo se lograron realizaciones importantes en cuanto a la coordinación de los organismos privados y gubernamentales, sino que se crearon departamentos de documentación, y la regulación de precios en servicios. Se determinó por lo tanto, la importancia del turismo como una trascendental fuente de ingresos que en definitiva mantendría balanzas económicas favorables en las naciones que lo explotaran ya que sus ingresos eran mayores que sus gastos.

México como país en vías de desarrollo, tuvo que enfrentar una organización oficial del turismo al presentarse la necesidad de regular las migraciones extranjeras, por lo que las leyes generales de población en décadas de los años 30 y 40 son las que motivaron el surgimiento de organismos especializados en el ramo.

Hasta 1960 se creó el Departamento Autónomo de Turismo como entidad descentralizada dependiente del Ejecutivo Federal. Dentro de sus primeras acciones se encuentran la elaboración de la Ley Federal de Turismo que dió la importancia y autoridad suficiente a todas las demás organizaciones nacionales del ramo (tanto estatales como federales y locales). El departamento de turismo abarcó como atribuciones propias la supervisión, fomento, control y delineación de responsabilidades en servicios e infraestructura, además de la creación y dirección de centros de capacitación turística.

Como auxiliar del Departamento, se creó la Organización Nacional del Turismo integrada por personas y empresas prestadoras de servicios turísticos, y el Consejo Nacional del Turismo como órgano de consulta y asesoramiento para el análisis, fomento y promoción del turismo.

Actualmente, con la existencia de la Secretaría de Turismo se ha logrado la unificación y actuación coordinada de los distintos sectores y organismos, y la elaboración del programa Nacional del Sector Turismo como respuesta a la imperativa necesidad de planificación coherente con los objetivos estrategias y líneas de acción del Plan

Nacional de Desarrollo.

La importancia de la actividad por sus repercusiones en la economía y en la sociedad, han hecho del turismo un sector decisivo en el desenvolvimiento de los países, convirtiéndolo en un renglón que no puede pasar desapercibido para las acciones gubernamentales. El Estado ha pasado a formar parte del proceso evolutivo de la actividad por su participación cada vez más activa en las diferentes actividades económicas de la mayoría de los países. La actitud tomada por el sector público es una expresión de la necesidad existente de buscar el beneficio en los intereses generales sobre los intereses particulares. Su intervención en el control y fiscalización turística, ha abarcado todos los elementos constitutivos del ramo.

En cuanto a la publicidad y promoción es casi imprescindible la participación estatal, ya que el equipo técnico necesario para cumplir con estas metas y objetivos requiere de múltiples recursos. Respecto al uso racional de recursos y protección de prestadores de servicios y consumidores la actuación gubernamental es necesaria para evitar excesos y crisis. Por otro lado, el ingreso obtenido por los países en materia de impuestos es de gran importancia sobre todo en los que afecta a las empresas prestadoras de servicios por sus ingresos generales, ya que el impuesto que deben pagar los usuarios es cada vez menor y tiende a desaparecer en algunos países.

Otro aspecto determinante de la actividad y que no puede escapar a la regulación por parte de los gobiernos, es el manejo de las leyes que limitan el tráfico entre los países. Su complejidad ha restringido la intervención de organizaciones internacionales ya que cada país es el único responsable de su control. Afortunadamente hay varios ejemplos (como en los países de Europa Occidental) de excelentes ventajas obtenidas al eliminar trabas en el tráfico internacional, lo que brinda grandes esperanzas para que estas actitudes se generalicen.

La importancia de la actividad en el desarrollo y equilibrio de las diversas regiones y poblaciones de un país hace que este sea otro

elemento de interés para la regulación estatal. Por lo que emplear las diferentes zonas de una nación como destinos en la orientación de las corrientes turísticas es un compromiso para los gobiernos. La gran demanda de los servicios turísticos ha sido condicionada por el número cada vez mayor de personas que tienen acceso a la actividad. Esto debido a la participación estatal que ha ampliado y popularizado la intervención de todos los sectores sociales en la conformación de las corrientes turísticas.

Podemos concluir que el desarrollo de una política turística que conjugue lineamientos y metas propuestas por el Estado para influenciar la vida económica y social de un país, tiene como objetivo el que se trata de incorporar en los beneficios de esta actividad a la totalidad de la población en esa Nación. Para ésto es imprescindible la participación tanto de la sociedad en general a través de la consulta popular, como de la iniciativa privada y del gobierno, con lo que al obtener la mayor cantidad de elementos de juicio se podrán plantear adecuadamente los problemas y encontrar más fácilmente las alternativas de solución. Es entonces, la concepción de una planificación turística apoyada en los instrumentos adecuados la obra que al contemplar todos los elementos que integran a la actividad permitirá el llevar a cabo plenamente las realizaciones.

### 3.-ORGANISMOS INTERNACIONALES DEL TURISMO

Los organismos internacionales del turismo pueden ser de tres tipos principales:

- a) Los que son creados por los gobiernos de países y tienen capacidad legal para realizar convenios de carácter internacional, y para entablar relaciones con los países miembros.
- b) Los que se constituyen como agrupaciones no lucrativas de particulares que se encuentran regidas por la legislación de su país de origen.
- c) Los que presentan un carácter mixto.

De las organizaciones creadas por los gobiernos, tenemos como ejemplos; al Consejo Económico y Social de la ONU que se aboca a la solu



ción de problemas turísticos, a la Organización Mundial de la Salud que conformó el reglamento sanitario del viaje internacional, a la Organización Marítima Consultiva Internacional que se encarga del turismo, a la Organización Internacional de la Aviación Civil que regula la la transportación aérea, a la Organización de los Estados Americanos que ha buscado el proveer y facilitar al turismo en sus países miembros y que mediante los centros interamericanos de capacitación turística, ha prestado asesoría técnica e investigación científica, a la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico que en Europa ha concedido gran importancia al sector turismo, y por último, a la Organización Mundial del Turismo que es la más importante. La OMT fundada en 1925 en Holanda, ha tenido distintas denominaciones hasta que en 1946, se le reestructuró con el nombre de Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo.

En 1963, al celebrarse en Roma la primera conferencia mundial del turismo organizada por la ONU, se llegaron a acuerdos importantes referentes al desarrollo del turismo. Dentro de los beneficios obtenidos por esta conferencia tenemos la consolidación de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, como organismo especializado de la ONU en cuanto a turismo se refiere. En 1970, debido a las responsabilidades y compromisos que adoptó la Unión en 1963, se encontró que su naturaleza legal era inadecuada para cumplir con las funciones que se le habían impuesto. Se pensó crear entonces, una organización internacional de turismo de carácter intergubernamental con una naturaleza jurídica apropiada, por lo que se formó la Organización Mundial del Turismo.

Desde sus inicios a principios de siglo, la OMT ha tratado de contribuir al libre desarrollo de la actividad entre los países ya que no solo considera a las corrientes turísticas como elemento determinante en la evolución de los pueblos, sino también como importante instrumento para lograr el intercambio cultural y la convivencia entre las naciones. La labor de esta organización incluye el análisis de problemas internacionales respecto al movimiento temporal de personas y divisas, y la investigación a nivel científico y técnico por

medio del instructivo de investigaciones turísticas.

El campo que cubre la organización abarca todos los continentes provocando el que su acción deba contemplar aspectos a nivel mundial y regional cuando las circunstancias así lo exijan para definir su participación central en el turismo. La OMT, ha establecido colaboración estrecha con los organismos correspondientes de las Naciones Unidas, con sus instituciones especializadas, y con las actividades que se encuentran en el programa de la ONU, para el desarrollo. Esta organización ha realizado gran cantidad de campañas en donde se ha llegado a decisiones de extraordinaria efectividad. La reglamentación y simplificación del tráfico turístico, de divisas, visitantes y vehículos, ha traído excelentes ventajas para la actividad. Su misión, es la de acrecentar la importancia del turismo como fenómeno geográfico de gran importancia económica y social así como el estimular la organización del turismo a nivel nacional, la cooperación técnica y crediticia de los gobiernos, y el logro de un equilibrio en los precios e impuestos de los servicios.

Otros organismos oficiales de turismo a nivel regional son: la Conferencia Interamericana de Turismo, la Asociación Turística de la Zona del Pacífico, la Asociación Turística del Mercado Común Europeo y la Oficina Interestatal del turismo Africano.

Todas estas tienen como finalidad el tener representatividad en el extranjero y ordenar, crear y mantener servicios técnicos y actividades turísticas en sus países miembros.

Dentro de los organismos particulares podemos agrupar: a la Alianza Internacional del Turismo que maneja el trámite, edición y difusión de documentos de viaje en formación, a la Cámara Nacional de la Marina Mercante, a la Unión Internacional de Ferrocarriles, a la Unión Internacional de Transportes por Carretera, a la Asociación de Transporte Aéreo Internacional, a la Asociación Internacional de Hotelería, a la Asociación Mundial de Agencias de Viajes y a la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes.

Otros organismos de los tres tipos son: La Federación Internacio-

nal de periodistas y escritores de turismo de carácter internacional, pero con pocos representantes por la dificultad que implica al contar con un periodismo científico en cada país; la Asociación Internacional de Expertos y Científicos en Turismo, en donde se realizan trabajos que requieren de gran especialización; las distintas asociaciones de agencias de viajes que han tratado de agruparse en la organización universal de asociaciones de agentes de turismo; y otros organismos que comprenden actividades específicas del ramo.

A la ONU al parecer, le corresponde el papel de ubicar las responsabilidades de los organismos internacionales para lograr una coherencia en sus acciones y una simplificación de su número y labores.

#### 4.-ORGANISMOS DEL TURISMO EN MEXICO

La constitución política de los Estados Unidos Mexicanos contempla una legislación que regula a la actividad y que se adecúa perfectamente a los lineamientos e intereses patrios que como Estado de Derecho posee México.

Por su importancia como captador de divisas, generador de empleos, contribuyente al desarrollo original equilibrado, fortalecedor de la identidad cultural y estimulador de los demás sectores económicos, el turismo se ubica como sector imprescindible en el desarrollo económico y social. Es por eso que se ha requerido de una legislación que sirva para poder instrumentar de manera institucional su organización.

Para lograr su sistematización jurídica y la capacidad ejecutiva del sector público turístico, se ha tenido que incluir el estudio de la ordenación administrativa federal, estatal y municipal del país.

Su complejidad como actividad económica implica el que se deba apoyar en el análisis de la legislación migratoria y la legislación aduanera.

En la primera, la Ley General de Población fundamentada en el principio de la libertad para viajar, divide en seis tipos al viajero turístico. Las categorías son: turista general, turista visitante y tu

rista estudiantil en donde se incluyen aquellos viajeros que solo viajan por placer, y a los que vienen al país con fines comerciales, mercantiles, científicos, deportivos y estudiantiles, por lo que se les han simplificado al máximo los requisitos para su internación y concesión de tiempo de estancia en el país.

Por otro lado, las categorías de transportes y visitante fronterizo se caracterizan por limitar a un mínimo el tiempo de estancia en el país y facilitar aun más su obtención. Sin embargo, existe la categoría de inmigrante rentista que intenta radicar temporadas largas y aun definitivas en el país.

La legislación aduanera por su parte ha intentado simplificar los tramites de revisión de equipaje a aquellos inmigrantes temporales que se ajustan en las seis categorías turísticas.

Es por eso que la armoniosa participación del sector público y privado en la organización turística mexicana, determina el que en materia de extranjeros se trabaja con equidad y recíproca correspondencia.

Existen en México por lo tanto, una serie de organismos que regulan la actividad; de los más trascendentes se incluyen varios tipos.

El primero y más importante es el de los organismos oficiales del gobierno de la República del cual forman parte la Secretaría de Turismo, el Consejo Nacional de Turismo en proceso de desaparición, las Secretarías de Hacienda, Relaciones Exteriores y Gobernación.

La Secretaría de Turismo hasta 1974, fué un departamento autónomo de turismo dependiente del Poder Ejecutivo. En la actualidad como órgano del Poder Ejecutivo, se encarga de reglamentar, planear, fomentar, vigilar y ejecutar políticas turísticas.

El Consejo Nacional de Turismo como organismo oficial de apoyo permanente para el desarrollo de la actividad, depende directamente del ejecutivo y actúa coordinado a la Secretaría para complementar sus programas.

Incluye al sector privado en su formación, lo que le permite concretar el equilibrio de esfuerzos entre los sectores público y pri-

vado. Es en definitiva un organismo eficaz que ha cumplido con las finalidades que le fueron encomendadas<sup>1</sup>.

Otros organismos son los preocupados por el aspecto técnico de la actividad en donde participan tanto el sector privado como el público, La búsqueda de una tecnificación en la actividad, ha requerido la participación de ambos sectores en aspectos como: la investigación integral del fenómeno turístico y la capacitación del personal que realice la actividad para poder lograr su desarrollo estable.

Como ejemplo de organismos tanto oficiales como mixtos están: el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Patronato de la Escuela Mexicana de Turismo y el Instituto Mexicano de investigaciones turísticas.

Existen también organismos técnicos esencialmente privados que prestan un servicio social sin tener una finalidad económica como la Asociación Mexicana de Turismo, el Club de viajes Pemex, la Asociación Mexicana de Caminos, la Asociación Mexicana Automovilística y la Asociación Nacional Automovilística.

En cuanto a Organismos del sector privado que se dedican a regular las acciones de sectores especializados en materia jurística tenemos como ejemplo las asociaciones mexicanas de hoteles, de restaurantes, de agencias de viajes y de guías de turistas, que agrupan a los prestadores de servicios como organismos que constituyen al turismo.

Por otro lado, existen organismos que tienen como finalidad el asegorar y financiar los programas turísticos; entre ellos encontramos al Fondo Nacional de Fomento al Turismo y a la Banca Nacionalizada.

1-Actualmente, el proceso de desaparición del Consejo, contempla su integración a la Secretaría de Turismo para continuar con sus mismas funciones y finalidades.

## CAPITULO VI

### PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MEXICO

#### 1.-CAPACITACION TURISTICA.

La actividad por ser de carácter terciario, brinda al consumidor productos intangibles de extraordinaria importancia como lo son; el disfrute del paisajes naturales y culturales por medio de un eficiente apoyo humano y material. Este servicio entonces, tiene que ser de óptima calidad para el mantenimiento y engrandecimiento de la actividad.

Por lo tanto, la supra e infraestructura empleada junto con la calidad del personal que ofrece el servicio, son determinantes para lograr satisfacer los requerimientos del turista.

Como en muchos campos de la actividad humana, la necesidad de regular ciertas actividades para satisfacer demandas específicas, a propiciado su práctica sin capacitación. Es pues el avance en los metodos empíricos muy superior el de los teóricos, pero para poder hacer un turismo formal y oportuno que satisfaga plenamente las demandas de mercado, se exige el dominio de ambos ya que las necesidades y recursos actuales implican mayores responsabilidades al prestador de servicios.

Definitivamente, la tecnificación y capacitación del personal empleado en turismo, es elemento imprescindible no solo por ser fuente de trabajo para el sector educativo, sino por reconocer su valor como derecho de los trabajadores y para asegurarles niveles de vida dignos con perspectivas de desarrollo personal. Es por eso que la necesidad de crear instrumentos que faciliten y condicionen esta capacitación, ha sido y seguirá siendo principal preocupación del sector público.

Cumpliendo con ésto, se creó a partir de 1978 la Dirección General de Capacitación Turística dependiente de la Secretaría de Turismo, como organismo coordinador de la enseñanza turística.

Desafortunadamente, se han presentado varios problemas de fondo.

En primer lugar, se tiene una excesiva oferta educativa en los niveles superiores de esta rama de actividad, lo que ha superado grandemente la oferta de empleos provocando graves desequilibrios. Esta situación creada por la problemática general que vive el país, ha hecho que miles de profesionistas del turismo se vean desempleados, acentuando así desequilibrios existentes y haciendo que a nivel básico y medio no exista personal.

Por otro lado, existen problemas específicos en la capacitación turística que involucran a programas, profesores, textos y escuelas que además de presentar carencias tienen como única finalidad el lucro.

En el caso de los programas, por ser la base para la capacitación y de responsabilidad gubernamental, son elementos prioritarios. No obstante, su contenido no ha satisfecho la necesidad de una capacitación especializada acorde con las necesidades e intereses del sector y del país.

Esto obligó a que la Dirección General de Capacitación Turística junto con la Secretaría de Educación Pública produjera el Plan Nacional de Enseñanza Turística para que al evaluar, emplear, legislar, y coordinar adecuadamente los recursos con que se cuenta, se genere una tecnología propia adecuada a las necesidades turísticas del país.

## 2.- FOMENTO TURISTICO.

Para lograr la existencia de la actividad, es necesario que además de lograr un equilibrio entre los elementos de la oferta constituidos por los recursos naturales, culturales, infra y supraestructurales, y los de la demanda integrados por el tiempo libre, preferencias y capacidades del viajero, se logre despertar en el viajero el interés por viajar.

Es por esto que la difusión de la actividad hace que el turista potencial se convierta en activo, obteniendo así no solo beneficios económicos sino también sociales.

El deseo de viajar estimulado por el fomento turístico es el ún

co elemento que provoca realmente el intercambio. Por supuesto, el fomento no solo genera respuestas en los viajeros sino también en los habitantes de las zonas receptoras quienes deben poseer una actitud favorable para poder recibir al turista.

El medio adecuado que debe prevalecer para la recepción de viajeros permitirá el aprovechamiento de todos los beneficios de la actividad. Por lo tanto, el fomento turístico brindará un inmejorable conocimiento turístico lo que facilitará la conservación y promoción de mercados.

La publicidad, será entonces el canal de comunicación ideal para dar a conocer las cualidades de la oferta y dirigir los requerimientos de la demanda.

Para poder alcanzar los objetivos del fomento turístico se requiere una publicidad estructurada en base a una planificación que satisfaga las necesidades de los países en base a sus sistemas socio-económico y a su nivel de desarrollo. Este, es el camino a seguir para lograr competir dignamente en el mercado internacional.

De los elementos de propaganda indispensables para conseguir resultados efectivos, tenemos los símbolos, logotipos y mascotas que además de llamar la atención del viajero, permiten la identificación del lugar a visitar, por otro lado, debemos considerar, que los procesos de comunicación generales (masivos) y particulares (interpersonales) son formas de comunicación empleadas para la promoción turística. Por lo tanto, empleando los distintos medios de comunicación como son la radio (palabra hablada), la televisión (imagen), la prensa (palabra escrita) en donde se incluyen libros, periódicos, revistas folletos, cartas y carteles, y el cine junto con un aparato publicitario que abarque ferias, clubes, exposiciones, universidades y asociaciones, asegurará la creación y mantenimiento de los mercados turísticos.

México ha tratado de dar a conocer su imagen a través de órganos promotores del turismo como son el Consejo Nacional de Turismo (actualmente en proceso de desaparición como entidad independiente, in



tegrándose a la Secretaría de Turismo) que utiliza a la Dirección de Promoción Turística, sus oficinas de coordinación general y Delegaciones. Con esto, se hará posible establecer una competencia de alto nivel en los mercados internacionales.

### 3.- CONCIENCIA TURISTICA.

El sector turismo ha encontrado en casi todos los ambientes y sistemas socio económicos campo propicio para su desenvolvimiento.

Esto, sin duda ha propiciado que el turismo constituya una actividad económica de gran trascendencia por su preponderante papel como fenómeno geográfico económico. Las acciones que se tomen para mantener y acrecentar el patrimonio turístico son medidas que en todos los países se han vuelto prioritarias por los efectos favorables que tienen para las economías y civilizaciones.

La formación de una conciencia turística amplia, brindará la capacidad a los Estados para reconocer las cualidades que tiene el sector como elemento vital e imprescindible.

El aprecio que el turismo se ha ganado, ha dado lugar a la existencia de una rivalidad entre las distintas naciones para explotarlo adecuadamente. Es por eso tan importante el conocimiento que se tenga de los factores y elementos que conforman a la actividad para así poseer un semblante turístico adecuado.

Para lograrlo, se tiene que realizar una valoración y estructuración de los recursos turísticos.

La estructuración de recursos permitirá conocer la oferta turística con que se cuenta. Esta, debe incluir a todos aquellos elementos que constituyen a los paisajes geográficos natural y cultural, y a los que se les haya elevado a la categoría de recurso turístico. La elaboración de mapas del medio físico constituye por lo tanto, el procedimiento ideal para cumplir con esta finalidad.

La evaluación por su parte, implica el estudio profundo de esta estructuración, que al reconocer las características de cada elemento natural o cultural, implementa las metas y acciones a seguir.

Por otro lado, los servicios que constituyen al sector como acti

vidad económica, deben ser sujetos a una estructuración y valoración, esto incluye no solo el ordenar a los servicios como elementos de la oferta, sino también debe contemplar la articulación de las empresas e individuos que los propicien. El análisis debe aquilatar los tipos, características, y localización de la infra y supra estructura existente.

Toda la información obtenida referente a recursos y servicios dará la capacidad necesaria para que al deducir su actual explotación y estado, se pueda planear su cimentación y desarrollo.

Una vez conocidas las características de la oferta, se vuelve necesario conocer las que constituyen a la demanda.

La demanda se halla registrada en la información almacenada. Esto hace que el material estadístico de carácter turístico sea el contenido esencial para conocer en su totalidad al fenómeno.

Los rasgos que presenta la demanda permitirá realizar todas las acciones requeridas para aprovechar optimamente el turismo y lo ubicará en su relación con los mercados que ocupa el sector en cada región y país.

La información referente a la demanda turística se puede recopilar utilizando la información regular de fuentes gubernamentales y privadas para manejar el acervo más completo (y amplio).

Los datos gubernamentales a pesar de ser los más exactos y amplios, deben ser empleados con discreción y tomando en cuenta la situación global de las zonas en donde se recopilan.

Las fuentes privadas por su parte, ofrecen una información incompleta por la incapacidad que existe para el registro total. No obstante, es la única fuente de información confiable para conocer datos internos.

Se cuenta también con la información irregular que se obtiene por medio de modelos. Estos ejemplos son resultado de las investigaciones realizadas en los distintos tipos y niveles de servicios existentes, así como de los viajeros potenciales y activos que se encuentran en las diferentes localidades haciéndolos sumamente confiables.

#### 4.- COMERCIALIZACION Y DIVERSIFICACION DE LOS MERCADOS TURISTICOS.

Para consolidar el papel estratégico del sector en el desarrollo económico nacional, es imprescindible obtener eficiencia en el funcionamiento turístico e independencia tecnológica, financiera y comercial.

La forma de lograrlo, es orientando los programas del sector hacia la obtención de una estructura más estable entre el turismo receptivo de carácter internacional y el turismo interno.

Desafortunadamente, el primero es esencialmente de carácter fronterizo y limitado a una sola corriente; la Norteamericana. Esto hace que se vuelva imprescindible el buscar y atraer nuevas y varias fuentes potenciales del turismo para superar la dependencia existente, ya que si el mercado estadounidense disminuyera, provocaría graves desequilibrios a la actividad.

En lo que respecta al segundo, tiene que ser cada vez más importante respecto al primero para intentar sostener una soberanía del exterior respecto al funcionamiento de la planta turística.

Es necesario diversificar la oferta turística en base a una planeación para evitar el continuar dependiendo de centros de atracción tradicionales que al concentrar servicios y absorber corrientes y capitales, impidan el libre desenvolvimiento del sector.

Objetivo principal es entonces, fortalecer la balanza de pagos al asegurar una mayor captación de divisas empleando al turismo internacional y reteniendo al turismo nacional para evitar fugas de capital. Para esto, debe ampliarse la demanda por parte del turismo internacional diversificando los mercados de origen a través de un adecuado fomento turístico.

Es también preciso incrementar la variedad y calidad de servicios, y optimizar el uso de los recursos naturales y humanos del país para dinamizar el crecimiento de los mercados internacionales y nacionales.

México entonces, al contar con numerosas zonas de atractivo turístico que conjuntan clima, paisajes, vida y cultura, debe dejar de

encauzar inversiones hacia los lugares saturados, principalmente del centro del país, que por lo mismo a últimas fechas han presentado una preocupante baja en su movimiento turístico.

#### 5.- FIDEICOMISOS EN MEXICO.

Para poder obtener un desenvolvimiento equilibrado del sector en donde se contemple un fortalecimiento de los avances y un incremento de las perspectivas, se han dado en México, los fideicomisos.

Estos, como fondo de fomento económico, sirven para estimular el desarrollo de actividades prioritarias a través de la orientación de capitales hacia actividades que según nuestra política económica se consideran básicas para el crecimiento del país.

Los fondos asignados para el turismo, son manejados por Nacional Financiera (como bando fiduciario) por medio del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), creado por la Ley Federal de Fomento al Turismo.

Además de los fideicomisos permanentes como el anterior, existen otros temporales que se crean según lo exijan las necesidades del desarrollo en la actividad, y desaparecen al terminar su función.

Los fideicomisos se basan en la transmisión de un bien o derecho (susceptible de transferencia según nuestras leyes) a una persona o grupo de personas que lo emplearán para lograr una finalidad específica y lícita.

En México, a partir de 1937 se ha propiciado la evolución del contrato de fideicomiso como un instrumento jurídico para lograr el desarrollo económico de zonas turísticas que por su localización (plazas y fronteras), impiden la posesión directa de la supraestructura asentada para obtener el goce de los bienes.

Por lo tanto, se permitió que las instituciones nacionales de crédito adquirieran el dominio de esa supraestructura para transmitir la posesión o goce la misma a particulares por medio de un contrato de fideicomiso.

Este elemento es entonces, primordial para evitar inversiones extranjeras ilegales, y para proteger nuestro patrimonio .

El equilibrio y legitimidad brindado por el fideicomiso, lo constituye como la mejor respuesta para satisfacer las necesidades requeridas por un centro turístico.

Entre sus principales ventajas se tiene además, la facilidad para obtención de créditos orientados hacia la implementación de supraestructura, y la capacidad para realizar la venta o sesión de los bienes inmuebles.

Por otro lado, con la emisión de Certificados de Participación Inmobiliaria, se consolida el control que debe tener el Estado de estos instrumentos, y se asegura el traslado de dominio a personas aptas al término del fideicomiso. En la actualidad, existen los fideicomisos ejidales de carácter turístico para poder realizar la explotación y desarrollo de áreas rurales. Con lo que se legisla, asevera, promueve y orienta el crédito hacia estas zonas.

Los principales son el Fideicomiso Cumbres de Llano Largo en Guerrero, el Fideicomiso Bahía de Banderas en Yucatán, el Fideicomiso Lago de Tequesquitengo en Morelos, el Fideicomiso Puerto Vallarta en Jalisco, el Fideicomiso Puerto Escondido en Oaxaca y el Fideicomiso Cozumel Mel-Ha y el Caribe en Quintana Roo.

También se poseen los fideicomisos de crédito en donde por medio del financiamiento, se impulsan y desarrollan nuevas regiones turísticas. Destaca su labor en la consolidación de proyectos; Cancún en Quintana Roo, e Xxtapa Zihuatanejo en Guerrero creado por FONATUR.

## 6.- INFORMACION Y ANALISIS TURISTICO.

Debido a que la información obtenida acerca del fenómeno turístico es casi siempre incompleta, se necesita instrumentar procedimientos adecuados que nos brinden datos completos acerca de los efectos económicos y sociales generados por la actividad. Con esta información, se podrán realizar estudios más profundos acerca del turismo, lo que permitirá mediante la evaluación objetiva adecuar esfuerzos y recursos a los requerimientos.

Desafortunadamente, los datos estadísticos son poco precisos, ya que o son realizados en forma parcial por el gobierno o solo se

cuenta con los aportados por algunos de los elementos y ramas de la actividad.

El análisis debe comprender la información acerca de las características de transporte, del medio físico, de métodos administrativos, de especificación y empleo de abastecimientos, de insumos, de otros elementos infraestructurales y supraestructurales, y de sistemas electrónicos para el manejo de datos y el uso de técnicas especializadas para cada uno de los elementos de la actividad, además de estudios de los mercados para su promoción, creación y consolidación.

Estas investigaciones son empleadas por todos los sectores del turismo para poder lograr inmejorables resultados y solucionar los problemas que genera el desarrollo turístico.

Los prestadores de servicios turísticos los emplean para ajustar las posibilidades de la actividad a las necesidades del consumo.

El gobierno utiliza estos datos para establecer legislaciones y apoyos financieros, técnicos y de planeación que realmente se apeguen a los intereses del turismo y de las sociedades que lo cultiven.

Por último, en el caso de las empresas que se dediquen a la enseñanza técnica y superior, no pueden prescindir de los resultados de las investigaciones. Por lo tanto, datos acerca del comercio internacional, de las influencias en los paisajes naturales y culturales y de las relaciones económicas y sociales, permitirán llevar a cabo una labor efectiva de enseñanza y facilitará la investigación en otros campos además del económico.

La generación de información y análisis turístico en México ha sido patrocinada principalmente por el gobierno a través de la Secretaría del ramo. No obstante, la labor realizada por las universidades ha coadyuvado al incremento de estos datos en donde los diferentes departamentos de disciplinas sociales (como el de Geografía) han publicado numerosos estudios, informes y artículos.

Por otro lado, existe el acervo dado por publicaciones especializadas que con aportaciones de alto nivel empleando artículos y edito-

toriales, acrecientan las posibilidades y el material.

Es entonces necesario el contar con información constituida por registros de viajes que cubran períodos de tiempo y áreas específicas.

Lo ideal, es que se manejen datos de viajes por Estado y por año para así poder conocer las nuevas tendencias y cambios en el mercado turístico.

Por el alto costo que implicaría la realización de estudios complicados y detallados, se deben realizar análisis periódicos, con conceptos bien definidos, muestreos, técnicas de encuesta y métodos de investigación de resultados.

Sin duda, cultivar el turismo interno e internacional basándose en una planeación adecuada cimentada en datos confiables aportados por el gobierno, será una de las soluciones para solventar el problema turístico nacional.

#### 7.- PRACTICA CONGRUENTE DEL TURISMO.

El turismo es, sin duda, un elemento importante en la vida del hombre contemporáneo ya que convierte al viajero en un hombre social y activo en su desarrollo económico y cultural. Además, las facilidades con que se cuenta para cultivar la actividad, permiten que un mayor número de personas tengan acceso al turismo y que cada vez existan más lugares a visitar.

Es necesario por lo tanto, considerar al turismo como una actividad de gran trascendencia económica y socio-cultural.

Desde el punto de vista económico como receptor, se encuentra integrado por una serie de elementos que sirven para cubrir los requerimientos del visitador temporal. Este movimiento que surge por factores que condicionan la conciencia del individuo, alteran la actividad y modo de producción de la zona receptora. La actividad implica que ambas zonas actúen como emisoras y receptoras de corrientes turísticas determinando el que deba existir un equilibrio entre el ingreso y el egreso de dinero por este concepto. No obs-

tante, el turismo que se desenvuelve en países subdesarrollados con potencial, es esencialmente receptivo por la incapacidad de la población en vías de desarrollo para satisfacer la necesidad de viajar.

Por otro lado, existen países industrializados que convierten al turismo en la actividad más importante por la captación de divisas que implica, transformándose así en países que solo exportan servicios, no turistas.

La captación de ingresos del extranjero por turismo receptivo, constituye un estabilizador en la balanza de pagos del país que ofrece el servicio. Su influencia se siente no solo en actividades que tienen que ver con el sector sino también en el resto de la población que participa en el intercambio económico, ya que se presenta la actividad como un mercado para sus producciones y servicios.

El turismo interno por su parte, se convierte en un medio que permite la redistribución del ingreso en las distintas regiones al condicionar el intercambio de bienes y servicios.

En definitiva, el desenvolvimiento de la actividad no solo influye en la economía de la zona propiamente turística, sino también en las regiones que la rodean y tienen contacto con ella, ya sea a través de vías de comunicación o por la estructura que presenta el paisaje natural, volviendo así totalmente necesario el considerar en la planificación de la actividad a todas estas zonas.

En lo referente a las interdependencias sociales del sector, tenemos que el carácter del turismo como fenómeno geográfico, implica no solo una influencia en los rasgos físicos, biológicos y humanos (de tipo económico), sino que también es un fenómeno que presenta gran relación con otros aspectos sociales.

La actividad se vuelve entonces, representativa de las grandes transformaciones que han generado las sociedades a lo largo de su evolución. Esto provocó cambios en las conductas colectivas e individuales haciendo que el turismo se convirtiera en un fenómeno global.

Su muy cercana relación con otras características sociales, han



hecho que la actividad sea inherente al avance de ciertos países.

Dentro de los efectos más importantes tenemos a la integración y difusión de una cultura que facilita los intercambios y que fomenta la universalidad de criterios y actitudes.

Los procesos sociales dados por la fusión de dos o más corrientes culturales creadas por el turismo, condicionan la formación de una tercera que si bien puede no estar constituida por un equilibrio de ambas influencias, si bien puede no estar constituida por un equilibrio de ambas influencias, si conforma una nueva cultura original.

Este proceso tiene por supuesto mayores consecuencias e influencias en las zonas receptoras que en las masas visitantes.

Las nuevas civilizaciones formadas por el turismo pueden ser o no perjudiciales para la comunidad del Estado receptor, ya que desafortunadamente los países en vías de desarrollo no pueden adaptarse lo suficientemente rápido como para evitar caer en tendencias y poder absorber solo los aspectos formativos.

La imposibilidad existente para lograr el manejo efectivo de los cambios a que se ven sometidas las sociedades de países pobres, se debe principalmente a la fragilidad que presentan sus estructuras a pesar de poseer valores y principios bien definidos. La pérdida de homogeneidad de estos elementos puede ser evitada con el fomento de una conciencia turística que identifique y confirme identidades propias en los países receptores subdesarrollados.

La planificación pues, debe prever todas las repercusiones que genera la actividad en el marco socio-cultural.

## 8.- EFECTOS DEL TURISMO.

Por su carácter global, la actividad influye en todos los sectores productivos de la economía. Las consecuencias más relevantes, sin duda abarcan aspectos que benefician a las sociedades en general.

Ejemplo de ello, lo vemos en el papel fundamental que tiene el turismo como actividad terciaria al determinar el desenvolvimiento creciente de regiones geográficas que pueden abarcar aun a varios

países.

Por otro lado, tenemos su positiva influencia en el desarrollo y fortalecimiento de las demás actividades y variables económicas.

Sin embargo, existen graves desequilibrios provocados por el turismo debido a su carácter temporal y concentrador lo que provoca perturbaciones en la oferta y demanda, inflación deficit en la balanza comercial, y alteraciones en servicios especializados y el empleo.

En el caso de los servicios, México por su posición en la comunidad internacional muestra su incapacidad para resolver los problemas circunstanciales y estructurales que presentan las corrientes turísticas durante las diferentes temporadas. Lo anterior no solo se vive con el turismo externo sino también con el interno, haciendo evidente la falta de una planeación que contemple no solo la preparación necesaria para encarar los incrementos temporales en los servicios, sino aún la mínima capacitación para poder funcionar con eficiencia en los períodos normales.

De todas maneras, la presencia del turismo y la necesidad para cultivarlo ha determinado el que en períodos cortos de tiempo se logre el equipamiento del país en sectores que dé otro modo no hubiera sido posible fomentar.

Otro efecto importante lo constituye la alteración que sufre el medio por la implantación irracional de asentamientos humanos. Estas alteraciones se resienten en la contaminación y destrucción de los paisajes naturales así como en la nociva transformación de los ecosistemas culturales realizada solo para satisfacer ilegítimas necesidades creadas por la actividad.

En cuanto a la generación de empleos, ésta se presenta como masiva y diversificada por involucrar a casi todas las variables de la actividad económica, haciendo que podamos considerar al turismo como un auxiliar efectivo para el desempleo y otros problemas económicos, ya que requiere de una inversión relativamente baja y proporciona fuentes de empleo para todos los niveles de capacitación.

No podemos dejar de considerar que el sector por su naturaleza

presenta un gran atractivo para la existencia de empleos temporales, lo que en ocasiones puede provocar graves deficiencias en la calidad del servicio y en la estabilidad de la generación de empleos. Lo anterior se da por que frecuentemente en las épocas de gran actividad, se requiere de un mayor número de empleados temporales en relación con los permanentes.

El Estado mexicano debe intentar evitar los efectos nocivos del turismo empleando todos los medios que se encuentren a su alcance. No es posible continuar manteniendo la actividad de un sector, careciendo de una orientación adecuada y utilizando la improvisación.

La visión que se tenga del turismo como fenómeno geográfico global, es básica para poder entender y afrontar los retos que se presenten. Por supuesto, ésto implica realizar importantes acciones que incluyan: fomento turístico, organización del trabajo, impulso equilibrado del turismo por regiones, uso adecuado de infra y supra estructura turística, previsión de consecuencias y planeación de soluciones.

#### 9.- TURISMO PUBLICO.

Por su carácter social, el turismo público es mucho más que un turismo de bajo precio, intenta hacer llegar los beneficios de la actividad a la población de bajos niveles económicos considerando las estructuras políticas y socioeconómicas.

Su existencia determina el que se deba dar prioridad a acciones gubernamentales que satisfagan esta necesidad.

Al encontrarse formado por los estratos de la comunidad con menos recursos es de carácter interno, lo que lo convierte en promotor de la recreación popular y distribuidor de la riqueza nacional.

El origen de este turismo se da cuando las organizaciones especializadas de los sindicatos obreros en los países de Europa, intentan organizar el tiempo libre de los asalariados. Para esto, se requirió de una participación estatal más activa a través de subsidios e incentivos.

El objetivo fué crear un conjunto de condiciones que permitieran

el acceso al turismo por parte de grandes sectores de la sociedad.

Por supuesto, esto involucró una gran participación gubernamental, ya que se tuvo que introducir en su legislación, el derecho a vacaciones pagadas.

El sentido que guardaba el turismo público como recreador de grupos compuestos fundamentalmente por trabajadores de carácter obrero, fue modificado cuando se integró al turismo público, un turismo juvenil y de estudiantes.

Por facilitarse entonces la incorporación al turismo público de otros grupos poblacionales de bajos ingresos además de los trabajadores sindicalizados, se consolidó el sentido social de esta actividad.

El turismo público actual es explotado tanto por instituciones tradicionales de carácter comercial como por organizaciones no lucrativas. Esto ha determinado el que se clasifique al turismo público en base a la forma en que se hace.

Cuando se destina el uso por sindicatos se realiza en alojamientos por casas familiares, hoteles pequeños y villas compartidas. Por su gran demanda tienden a incrementar sus estructuras físicas.

Generalmente, son edificaciones que han sido adquiridas por grupos sindicales que las transforman en centros turísticos para otorgar los servicios indispensables a un precio mínimo.

Otra modalidad de turismo público es el que se lleva a cabo en los albergues juveniles en donde jóvenes de determinada edad tienen derecho al uso de este servicio cuando se afilian a una asociación. Se provee a los usuarios unicamente del cuarto y cama para dormir a un precio insignificante.

Existen también los estacionamientos para autos con remolque y camionetas o camiones acondicionados, que van desde terrenos delimitados hasta espacios con servicio de regaderas, baños, gas y luz.

Por último se tienen a los centros de turismo permanentes que ofrecen servicios de calidad adecuada bajo lineamientos sociales a un precio mucho menor a los de carácter comercial. El alojamiento es pues, uno de los factores esenciales del turismo público. Su

especialización para este uso se ha convertido en una necesidad para asegurar la subsistencia del turismo social.

La escasez de lugares apropiados de bajo costo y buen servicio para que se realice este tipo de turismo, ha restringido notablemente el acceso de población trabajadora al disfrute de la actividad. El alojamiento de hoteles tradicionales que tienen carácter comercial con gastos fijos, a pesar de contar con un nivel más alto respecto a las exigencias del turismo público, puede por sus posibilidades, adaptarse a sus requerimientos. De todos modos, han surgido otras formas de alojamiento que satisfacen las necesidades de los trabajadores (amplitud y economías) y presentan conveniencias adicionales. Entre otras se cuenta con las tiendas de campaña que se instalan en lugares aislados o campamentos, los remolques, y los centros de turistas permanentes.

En cuanto al transporte utilizado para realizar turismo público, éste ha encontrado en el carretero a su mejor exponente por su gran velocidad, alcance, costo y comodidad. Sin embargo, los viajes en la modalidad Charter no importando el medio que se emplee, se han convertido en una buena alternativa para el uso social.

El turismo público se conforma entonces al estructurarse las organizaciones obreras y nacionales juveniles. Entre las entidades más importantes del mundo están: el Congreso de Turismo Social, que agrupa a todas las organizaciones de turismo público; la Federación Internacional de Asociaciones de Turismo Social como organismo de estudios; y la UNESCO, como la organización más importante a nivel estudiantil. Todas estas tienen sede en Europa.

#### 1.1. Vacaciones Pagadas y Turismo Público

En definitiva, el turismo público como alternativa turística para la población trabajadora se basa en la existencia de grandes corrientes turísticas potenciales de trabajadores que poseen el derecho de disfrutar vacaciones.

Afortunadamente, en todo el mundo se han establecido las vacaciones pagadas del trabajador como un derecho por prestar servicios a

un mismo patrón. Las leyes de los países en materia laboral coinciden en ratificar estos logros que se ven enriquecidos con el establecimiento de contratos colectivos y particulares de trabajo .

No obstante, el acceso al goce de estos derechos por grupos cada vez mayores de personas, junto con la coincidencia en épocas de descanso para todas las ramas de la actividad económica y para las escuelas, han provocado graves congestionamientos que impiden el uso adecuado de los servicios turísticos.

Para resolver esta situación se han tratado de establecer vacaciones escalonadas que contemplen las características de clima, tradiciones sociales y las disposiciones legales de cada país. Con lo anterior, no solo se logra tener la capacidad de recibir mayores grupos de turistas sin modificar la disponibilidad de alojamiento, sino que además se abarata el costo de servicios.

El corrimiento en los períodos vacacionales se han enfrentado también a la dificultad que implica el establecer precios distintos dependiendo de la época en que se prestan los servicios. Así se contribuirá al fortalecimiento de atractivos para las temporadas no tradicionales de vacaciones. México por las características que presentan los períodos vacacionales y por la variedad climática, tendría que adoptar medidas especiales. Es por esto que no ha habido una definición en cuanto a las medidas adaptadas por el gobierno.

Por último, se presenta la incapacidad económica que muestran la mayor parte de los trabajadores. Esta situación impide en definitiva el que se lleve a cabo un disfrute de la actividad aún cuando se cuente con períodos de vacaciones pagadas, ya que los salarios se emplean principalmente para la satisfacción de necesidades básicas como casa, alimentos y vestido.

Es por lo anterior, que las personas que realizan turismo público se ven obligados a usar una o varias formas de financiamiento. Estas se caracterizan por el manejo de ahorros, subsidios y préstamos, en donde el autofinanciamiento y el pago diferido son las for

mas más comunes. Pero para poder hacerlos efectivos, se requiere no solo el apoyo de las empresas o patrones, sino también del gobierno para impulsar su empleo.

## 9.2. Turismo Público y en Trayectoria en México

La innegable importancia del turismo como generador de divisas para México, ha hecho de este uno de los nuestros indicadores económicos más reales y completos, debido a que sus ingresos aportados casi igualan a los de la exportación.

En nuestro país, al iniciarse la integración de una conciencia turística, se orientaron esfuerzos privados y gubernamentales hacia la implantación de un turismo que permitiera el desarrollo económico y el logro de una justicia social.

Observando las posibilidades que el uso del tiempo libre del trabajador presentaba, se creó un turismo social para lograr una mejor distribución de la riqueza en el país ( por su carácter interno).

Desgraciadamente, los proyectos puestos en marcha no pasaron a etapas de aplicación masiva y general por la ineficiencia y falta de planeación.

Ejemplos de ello son: las campañas de descuentos para estudiantes en hoteles y transportes que se han caracterizado por su poca permanencia. No obstante, los centros vacacionales y paquetes turísticos creados por instituciones gubernamentales como el Seguro Social con "Oaxtepec", la Comisión Nacional de Obras de Parques Naturales con los albergues en Popo/Park, el DIF ISSSTE y CREA con descuentos, la Dirección de Turismo Social de la Secretaría de Turismo con los famiteles en Can-Cun, Zihuatanejo, y Cabo San Lucas, son muestras de buena organización y servicio.

Además se cuenta con los planes de viaje todo incluido, que agencias de viajes y compañías de aviación han creado en favor del turismo social en México. Es imprescindible entonces, el estructurar planes para el desarrollo del turismo público en nuestro país, para aprovechar óptimamente los recursos naturales y las corrientes

potenciales de viajeros.

## 10. EL TURISMO Y SU PROYECCION

La importancia social que el turismo ha ganado, lo hace ser una actividad económica sin competencia en cuanto a su influencia en el equilibrio de intercambios mundiales, y una necesidad social respecto a la trascendencia que tiene como fenómeno geográfico de carácter masivo para satisfacer los insustituibles requerimientos en el uso de tiempo libre y la recreación.

En los países desarrollados capitalistas y socialistas, el turismo es una actividad cultivada por muy altos porcentajes de su población, debido a que las prestaciones conquistadas por el trabajador y la evolución positiva del turismo público han conseguido convertirse en un derecho del ciudadano.

Todo esto ha determinado que los países con mayor generación de corrientes turísticas sean: Estados Unidos y Canadá en América; República Federal Alemana, Francia, Reino Unido e Italia en Europa Occidental; Japón en Asia; y casi todos los países de Europa Oriental.

No se puede dejar de mencionar a los países subdesarrollados como elementos importantes del mercado turístico, no solo como prestadores de una oferta, sino también como generadores de un turismo social interno y de un turismo externo fruto del incremento en los niveles de vida. Para el futuro, la apertura de horizontes queda como esencia del pasado. Los adelantos tecnológicos son en la actualidad, los que modelan nuestras posibilidades y descubrirán nuevos mundos. Es por eso que el inminente futuro nos alcanza y se puede predecir.

Estos avances técnicos al condicionar el nuevo orden económico y político mundial, aseguran una proyección sólida para las actividades humanas desvaneciendo las carencias actuales y la sombra de la destrucción nuclear y la contaminación.

Es así, como el turismo por ser un fenómeno dinámico de carácter geográfico, se transforma y renueva con las alteraciones que el



hombre sufre y produce.

Los efectos sociales y económicos de la actividad son de tan grave repercusión, que no se puede dejar a la espontaneidad y al des-  
concierto su difusión.

El desarrollo tecnológico es una realidad hoy, con los avances de los transportes y la automatización de servicios, que traen como consecuencia un extraordinario incremento en los desplazamientos.

Lo anterior junto con el equilibrio que se intenta conseguir en la configuración internacional futura, brindará niveles de vida inmejorables para la mayoría de los países haciendo que el goce de alternativas como el turismo se vuelva una realidad generalizada.

## CAPITULO VII

### EL TURISMO, SU PLANEACION CARACTERISTICAS Y PERSPECTIVAS EN MEXICO

Como actividad económica terciaria, el Turismo juega un papel esencial en el proceso de planeación del desarrollo económico.

México presenta además de una localización geográfica óptima, una tradición histórica y cultural que le dá la posibilidad de contar con un potencial susceptible de explotación.

Considerando los aspectos de carácter social, nuestro país se ve beneficiado por la actividad ya que consolida nuestros valores y principios y promueve derechos y atractivos al facilitar el acercamiento de grupos poblacionales.

En cuanto a los beneficios económicos, se tiene su capacidad para generar empleos, diversificar y ampliar otras actividades económicas, redistribuir el ingreso y captar capital del exterior.

En México como en los demás estados, se dan diferentes elementos tanto de carácter externo como interno que alteran profundamente a la actividad. De estos, las modificaciones que sufren las economías de los países desarrollados influyen directamente en el desarrollo de la actividad por ser estos los principales emisores de corrientes turísticas. Desde el punto de vista interno, ineficiencias, carencias y deficiencias estructurales propias tanto de carácter económico como infra y supraestructurales, son las que condicionan al Turismo.

Por lo anterior es imprescindible el planear de manera integral el desarrollo turístico para obtener la coordinación y concurrencia de sectores, programas y regiones.

Integrada la política económica se encuentra la planeación democrática para satisfacer los requerimientos de los distintos grupos sociales y cumplir con los principios fundamentales de la administración pública mexicana.

Para lograr los objetivos generales de desarrollo se crean los foros de consulta popular para conocer a fondo los asuntos específicos de

cada problema. Así es como distintos grupos y organismos participan para confirmar la orientación de diferentes políticas y sectores que constituyen al Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Por lo tanto, el sector Turismo al ser coherente con el Plan tiene la posibilidad de abordar los problemas de manera global.

La planeación turística a través del Programa Sectorial de Turismo tiene por objetivo fomentar la inversión y las corrientes de viajeros, y regular y limitar la participación tanto de las actividades complementarias como del apoyo al sector.

Se debe definir la actuación y responsabilidad del Estado y particulares para poder establecer una concordancia de acciones y el empleo adecuado de instrumentos económicos y sociales.

#### 1.- CONCEPTUALIZACIÓN GENERAL DE LA ACTIVIDAD

#### 1.1.- EVOLUCIÓN RECIENTE DEL TURISMO EN MÉXICO

Al finalizar el sexenio de ——. José López Portillo se adoptaron un conjunto de medidas emergentes de carácter económico para poder enfrentar la crisis. De estas, la devaluación del peso ante el dólar junto con la implantación de tarifas turísticas, en pesos y el aumento en la calidad de servicios facilitó el incremento del turismo de carácter externo a nivel receptivo.

Para 1983 casi cinco millones de visitantes extranjeros llegaron al país.

De estos cerca de un millón visitan la ciudad de México que es el principal centro turístico del país; más de la mitad, arribaron a Acapulco, Cancún, Cozumel, Puerto Vallarta y Mazatlán; y un porcentaje no menos importante realizó un turismo fronterizo.

Estas circunstancias beneficiaron a la estructura hotelera y de servicios que vieron saturada en gran medida su oferta.

Por otro lado, las vías y medios de comunicación crecieron para satisfacer las demandas haciendo del transporte aéreo la principal vía de acceso al país. No obstante, también se realizó un importante incremento en el transporte carretero.

Todo esto, sin duda muestra los beneficios que brindó el manteniendo

to de precios atractivos en pesos permitiendo así competir adecuadamente al sector turismo.

Los resultados positivos de evidencian en los 1615 millones de dólares captados en 1983.

En comparación con el turismo agresivo se ha presentado una balanza comercial positiva, ya que el número de visitantes al exterior no ha pasado de un millón y medio gastando siempre menos de 500 millones de dólares.

Lo anterior, se debe esencialmente a la paridad equilibrada y real que ha hecho cada vez menos atractivos los viajes al exterior, ya la reducida capacidad de adquisición de divisas extranjeras para los mexicanos por las medidas de austeridad vigentes en 1983 y parte de 1984. Además tenemos que considerar que las facilidades y aumento en niveles de servicios para cultivar un turismo interno ayudaron al sostenimiento de esa situación.

Desafortunadamente, la incapacidad gubernamental para poder mantener una paridad definida y verídica; y una espiral inflacionaria relativa en donde precios y salarios no sufran abruptos cambios, propició que para 1984 y principios de 1985 se volvieran a presentar como más baratos y atractivos los viajes al extranjero.

De todos modos, el saldo de la balanza turística ha sido favorable desde hace muchos años.

Es determinante mantener una actividad turística interna a pesar de los efectos nocivos de la inflación mediante la creación de paquetes turísticos de bajo costo para desalentar la salida del país de turistas mexicanos.

## 1.2.- EFECTOS DEL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL

El sector presenta gran capacidad para producir empleos directos e indirectos en actividades terciarias y secundarias. El desarrollo local y regional propiciado por el turismo en México, es tan importante que además de condicionar el uso de mano de obra favorece la distribución de bienes en las zonas aledañas a los sitios turísticos haciendo

que regiones y aún Estados enteros dependan de la actividad económica que genera el Turismo.

Durante 1982 utilizó más de un millar de trabajadores.

Como generador de capital ha permitido una captación de divisas tan grande que para 1983 ocupaba una décima parte del total de ingresos externos.

En definitiva las crisis que alteraron la evolución económica de los países desarrollados a mediados de los setenta y principios de los ochentas han trastornado la capacidad que tiene México de competir con el exterior.

Esta situación de desequilibrio, se acentuó con el gasto que los mexicanos realizaron en las etapas de sobrevaluación del peso.

Afortunadamente las medidas de restructuración económica impuestas por el presidente Lic. Miguel de la Madrid, restringieron las fugas en este concepto.

En cuanto al turismo fronterizo con Estados Unidos, éste se presenta como una variedad trascendente para la balanza turística del país.

Su carácter cambiante obliga a una mayor atención y participación por parte del gobierno, ya que es el que en mayor medida determina las fluctuaciones del sector.

De todas maneras, las transacciones fronterizas han sido siempre favorables a México.

### 1.3.- TRAYECTORIA DE MEXICO EN EL TURISMO INTERNACIONAL

Al cimentarse las relaciones entre los países y configurarse una nueva estructura internacional después de 1945, se fortalecieron los intercambios económicos. La reducción en el ritmo de desarrollo de los países metrópoli, no obstante, provocó disminuciones notables en el crecimiento de corrientes turísticas y viajeros.

México reaccionó como la mayoría de los países al presentar una relativa armonía hasta los años setenta en que se sintieran los efectos de las crisis en el orbe.

En la actualidad la participación mexicana en el mercado exterior a

pesar de ser reducida, es permanente. El objetivo es entonces motivar el crecimiento de la participación nacional en el ámbito internacional.

México para 1983 recibió más de cuatro millones y medio de turistas extranjeros mostrando así un crecimiento de la actividad en términos generales durante las dos últimas décadas a pesar de sufrir los efectos nocivos de la recesión mundial.

Se puede asegurar que los cambios económicos que sufre la sociedad estadounidense afecta al turismo extranjero de carácter receptivo ya que es el principal generador de corrientes turísticas para México.

El ejemplo claro de esto se presenta cuando disminuye el ingreso de la comunidad norteamericana lo que provoca un decrecimiento en el volumen de visitantes hacia México.

Es por eso que el adaptarse acciones que fomenten y regulen al sector transformará a México en un destino competitivo frente a otros mercados.

El gasto que realiza el turista en los diversos servicios es un indicador fundamental de la estructura del mercado. Durante los últimos años, el gasto medio del turista ha presentado un comportamiento favorable, distribuyéndose más en los servicios de hospedaje y alimentos.

Es imprescindible que para poder evitar y absorber las consecuencias negativas de la fluctuación en las economías extranjeras, se diversifiquen los mercados. A pesar de todo la posición geográfica del país lo obliga a tener como mercado esencial al turismo estadounidense que representa el 86% del total de visitantes recibidos por México.

Por otro lado, México es un destino importante para el norteamericano ya que de 20 millones de turistas externos en 1982, 3.8 millones visitaron México. Es conveniente puntualizar que del turismo aéreo internacional que llega al país, más del 80% es proveniente de Estados Unidos representando su gasto el 75% del total.

Del intercambio turístico realizado entre Estados Unidos y México, el fronterizo es el que representa la aportación más significativa en la balanza comercial. Para 1982 el movimiento receptivo de carácter fronterizo fué de 60 millones de personas con un desembolso de más de cuatro mil millones de dólares.

Sin embargo, las corrientes fronterizas entre ciudades mexicanas y

norteamericanas no son en su totalidad con fines turísticos. Las características de la zona determinan estancias esporádicas y de pocas horas debido a que el propósito principal de los visitantes es el de llevar a cabo transacciones comerciales de artículos alimentarios esencialmente. Por lo tanto, la utilización de los servicios turísticos es mínima. A esto se incorpora la ineficiencia en cuanto a la distribución de productos nacionales, la carencia de infraestructura en servicios y las trabas y esperas migratorias para los visitantes extranjeros lo que impide una mayor captación del mercado fronterizo norteamericano.

Desgraciadamente los amplios niveles de competitividad mexicana en la oferta de bienes y servicios dados por la devaluación de 1982, ha decrecido debido a la sobrevaluación existente en 1984 y 1985.

En cuanto al turismo canetero exterior, procede fundamentalmente de Estados Unidos por lo que tiene una decisiva participación en el total de visitantes. Infortunadamente, ha ido disminuyendo de manera alarmante en los últimos años debido a la inseguridad y falta de calidad y cantidad en servicios e infraestructura carretera.

Otras corrientes turísticas importantes para la oferta de México en 1982 fueron: la de Canadá con 106500 visitantes, la de Japón con 57400 personas y las de Reino Unido, Alemania y Francia.

En cuanto al turismo internacional de carácter agresivo ha sufrido un enorme desarrollo en los últimos años. Esto se debió a los aumentos que se dieron en los niveles de vida de importantes grupos de población lo que les permitió gastar más en viaje al exterior. A partir de 1982 la evolución de este tipo de turismo se ha caracterizado por un sensible descenso llegando a ser no más de dos millones de ciudadanos los que conforman la corriente turística hacia el exterior en 1983 y 1984.

#### 1.4.- DESARROLLO DEL TURISMO INTERNO EN MEXICO

El turismo interno más cultivado, se caracteriza por traslados cercanos de unas cuantas horas de duración el de fin de semana, y en donde existe una demanda de servicios recreativos y alimentarios. Se dirige a balnearios, parques nacionales y localidades típicas.

Se sigue en importancia el de fin de semana que requiere de servicios de alojamiento, alimentarios y auxiliares.

Por último se tiene al turismo doméstico en donde la estancia es mayor a una semana y se lleva a cabo hacia lugares lejanos por lo que implica no solo el empleo de servicios de hospedaje y alimentación sino de transporte y auxiliares especializados.

Los lugares a visitar más importantes en México con la Ciudad de México, Guadalajara y Acapulco siguiendo en importancia los puertos y las ciudades fronterizas.

El turismo que demanda alojamiento formado por el de fin de semana y el de gran traslado, generó el 55% de ocupación en establecimientos de hospedaje con 23 millones de viajeros en 1983.

Para 1985 se presentan los mismos niveles, lo que evidencia la incapacidad de la sociedad mexicana para poder satisfacer la necesidad de recreación.

En lo referente al turismo social, éste se realiza en el país por todo tipo de usuarios. Desgraciadamente la oferta de alojamiento y servicios es deficiente poco ordenada y sin diversificación, por lo que no se ha satisfecho la demanda. En general, este turismo lo realizan viajeros que ocupan las instalaciones más de tres días.

A pesar de existir solo 20 centros destinados al turismo social, solo trabajan con un 60% de ocupación.

De todas maneras el turismo social representa un importante número de los viajeros transportados por ferrocarril, autobús y transbordador. Estos son turistas que llevan a cabo recorridos de un día de duración y utilizan instalaciones recreativas.

Tal es el caso de los 330 balnearios registrados en el país que presentan una demanda anual de 50 millones de personas. Tan solo el centro recreativo Oaxtepec recibió en 1982 cerca de dos millones de visitantes.

La magnitud del turismo público de extraordinario alcance aún sin tomar en cuenta que gran cantidad de lugares con atractivo turístico como los parques nacionales y zonas boscosas no cuentan con un regis



tro que permita determinar su tamaño.

#### 1.5.- OFERTA TURISTICA Y SU CAPACIDAD

Las zonas de playa y ciudades con movimiento comerciales y culturales, son los que constituyen la oferta turística del país.

5310 establecimientos para alojamiento formados esencialmente por hoteles y moteles de clase turista y económicos suman 230 mil habitaciones distribuidas en la República. A pesar de eso, el crecimiento de cuartos en los hoteles de gran lujo es mayor que el de los de menor categoría mostrando así la orientación del turismo. Casi el 50% de la oferta de alojamiento se agrupa en el Distrito Federal, Guerrero, Jalisco, Veracruz y Baja California que son las entidades evidentemente turísticas. Esto ha obligado al desarrollo de infraestructura y servicios en los estados aledaños a las ciudades de México y Guadalajara para satisfacer el traslado de corta distancia.

El resto del país, principalmente el centro, se haya integrado por oferta hotelera pero que no es para fines turísticos. La oferta en general, por no satisfacer las demandas de alojamiento, se ha visto apoyada por la comercialización de condohoteles, condominios, tiempo compartido y casas que por su complejidad, y mal manejo no han constituido hasta ahora una solución viable para apoyar a la oferta.

Por otro lado, en México se han constituido los llamados Centros Turísticos que localizados en el interior y en las playas satisfacen las necesidades del turismo nacional y extranjero.

Con 22 centros y 95 mil cuartos, recibieron a 13.4 millones de viajeros. Sobresalen en el interior los de la Ciudad de México, Guadalajara que por su alto nivel de desarrollo en supra e infraestructura en comunicaciones y en actividades políticas, económica y cultural, presentan niveles de ocupación superiores al 60%.

Otros importantes son las ciudades de Oaxaca, Mérida, Tijuana, Guajuato, Taxco y San Miguel Allende. En cuanto a los centros de playa, se cuenta con: Acapulco, Puerto Vallarta, Cozumel, Veracruz, Mazatlán, La paz, Ensenada, Manzanillo, Cancún, Loreto, Los Cabos, Puerto Angel y Puerto Escondido, con 48 500 habitaciones y 5.8 millones de visitan-

tes en 1983. De estos, Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán y Veracruz son los mejor dotados y más demandados.

Los destinos de playa nacionales tanto en el Pacífico como en el Mar de las Antillas, han sido objeto de impulso económico en los últimos años lo que les ha permitido competir ampliamente con los del mercado internacional a pesar de ser más altas sus tarifas respecto a los del interior.

De todos modos a pesar de nuestra capacidad la oferta mexicana es inferior en comparación con la de Estados Unidos con 2 millones de cuartos, Canadá con 246 mil, Francia con 789 mil, España con 548 mil y Reino Unido con 362 mil, es muy superior respecto a la de Puerto Rico con 17 mil cuartos, Bahamas con 24 mil, Barbados con 14 mil, Bermudas con 10 mil, Jamaica con 20 mil y República Dominicana con 9 mil.

A pesar de esto, México tiene que realizar grandes esfuerzos para alcanzar una mejor oferta y lograr una mayor captación.

No obstante, las importantes campañas de promoción y fomento han logrado formar una imagen positiva de nuestro país, haciendo posible tener corrientes turísticas permanentes y difundir los valores, historia y cultura de México. Desafortunadamente centros con atractivos de extraordinaria importancia turística como los arqueológicos y del paisaje natural, no han sido explotados.

De todas formas, la comercialización llevada a cabo por el gobierno y por las cadenas mayoristas y agencias de viajes tanto internacionales como nacionales, ha sido positiva ya que además de inducir el crecimiento en los intercambios y corrientes de turistas con calidad variedad y precio justo, da a conocer la oferta turística disponible a todos los niveles.

La magnitud e importancia de la prestación de servicios en el área turística de México implica por lo tanto, que el Estado trabaje intensamente en la capacitación y enseñanza de recursos humanos. Desgraciadamente en nuestro país la formación de trabajadores para la administración del sector ha sido y sigue siendo el empirismo. Esto ha obligado a que el gobierno se interese profundamente en la instru

mentación de un proceso educativo y capacitador que satisfaga las necesidades que reclama el area turística en cuanto a técnicos y profesionales se refiere. Para ello se han creado 198 planteles que atienden a 50 000 alumnos en 1983 de todos los niveles y especialidades turísticas en donde casi la totalidad poseen reconocimiento en validéz oficial.

Por esto se ha vuelto imorescindible no solo el ordenar y vigilar los planes, programas de estudio y profesores, sino también diversificar y redistribuir los centros de capacitación para evitar la centralización y las irregularidades en las relaciones de oferta y demanda de egresados.

#### 1.6.- TRANSPORTE Y OPERATIVIDAD TURISTICA

En cuanto al transporte, es elemento indispensable de apoyo para la diversificación y aumento de actividades económicas, y para la adecuada organización de los emplazamientos urbanos y rurales.

En nuestro país los medios más empleados para el traslado turístico son el carretero y el aereo, ya que el ferrocarril por sus deficiencias y carencias ha perdido su empleo turístico, y el acuático marino por ser de reciente promoción no constituye un medio de gran uso. El transporte aereo no solo es trascendente por la relación directa que tiene con la actividad, sino que también es el elemento que absorbe gran parte del gasto turístico. En México, las necesidades de transporte son tan grandes que provocan graves ineficiencias en la prestación del servicio. Esto, agudizado por la falta de profesionalismo y la concentración, hace que el servicio sea de baja calidad.

Por otro lado, las restricciones gubernamentales, el proteccionismo y las necesidades de las empresas hacen que casi no se tomen en cuenta los requerimientos y responsabilidades del viaje turístico, creando problemas de difícil solución.

El transporte aereo tiene un alto costo de operación por la dependencia del exterior, esto lo convierte en gran consumidor del gasto que realiza un turista. Su complejidad implica el que se tenga que ofrecer mejores y más variados servicios sobre todo en las rutas interna-

les ya que se compite con líneas aéreas extranjeras. En cambio, la posición monopólica de las líneas aéreas mexicanas en las rutas nacionales hace que no se intenten lograr niveles altos de servicio por no existir competencia.

Sin embargo, el costo razonable de tarifas para el interior en relación con lo elevado de las existentes al exterior ha reducido sensiblemente las corrientes de nacionales hacia el extranjero.

Por corresponder el mayor volumen de pasajeros transportados en rutas aéreas a turistas, se vuelve necesario el que, el sector turismo intervenga en la fijación de rutas, tarifas y vuelos especiales. El apoyo del gobierno no debe descuidar las alternativas aéreas existentes como los vuelos de renta, con poco desarrollo actualmente, que son el único medio para integrar zonas con deficientes comunicaciones.

Desafortunadamente, a pesar de contar con 295 compañías aéreas que movilizan a 14 millones de pasajeros en 1983, la evolución en el desarrollo del transporte aéreo y portuario siempre va por detrás de la demanda. Respecto al transporte por ferrocarril, consta de una red de 25 000 kilómetros y trasladó en 1983 a 24 millones de pasajeros, siendo esto apenas el 1% del movimiento nacional. Lo anterior aunado al deterioro de infraestructura y calidad, falta de publicidad, insuficiente productividad y alto grado de accidentes, determinan que su participación en el transporte de pasajeros sea cada vez menor.

En lo referente al transporte carretero, México dispone de una red con 213 mil kilómetros de los cuales 67 mil son pavimentadas y con 28 mil unidades del servicio público federal de autotransporte de pasajeros que transportaron a 1950 millones de viajeros en 1982, lo cual refleja su amplio potencial doméstico.

Cabe señalar que más del 40% de los visitantes extranjeros utilizan el transporte carretero para internarse en nuestro país y es el principal medio para el turismo social.

Sin embargo, es conveniente mencionar que existen problemas que repercuten en su eficiencia como la deficiente conservación de las carreteras, el insuficiente crecimiento de la red y la falta de vigilan

cia, de servicios sanitarios, de alimentos y de señalamientos.

## 1.7.- HORIZONTE E INCLINACIONES DEL TURISMO EN MEXICO

La eficacia turística es de suma importancia pues es la que influye directamente al visitante. La forma en que se realice la actividad refleja la imagen del lugar o país y fortalece o debilita la identidad y posibilidades turísticas.

Todos los servicios con los que tiene contacto el turista desde la motivación hasta su traslado y estancia deben ser de la más alta calidad para fortalecer la actividad e imagen turística.

En México la falta de coordinación en los distintos procesos y servicios han provocado ciertos desequilibrios. Sin embargo, la Secretaría de Turismo ha intervenido de manera oportuna y clara en la organización que la prestación de servicios demanda.

Haciendo que del total de visitantes del extranjero en 1982, más de la mitad fué turismo receptivo que ya había venido al país, con lo que se indica la aceptación de las condiciones de precios y servicios. Areas críticas de la actividad son: los servicios de migración, aduanas, restaurantes, transportes locales y la incertidumbre que causa la inestabilidad cambiaria.

En definitiva, las posibilidades que la actividad turística ofrece a la economía, dependen de la situación económica local y externa existientem que puede influir a las corrientes de viajeros.

En lo referente a los países emisores de turismo a México, Estados Unidos, es el que condiciona de manera determinante al sector por ser nuestro principal mercado. Los efectos positivos o negativos se observan cuando el ingreso por persona estadounidense varía de tal modo que al aumentar o disminuir altera la entrada de norteamericanos a México. Esto hace que los precios que ofrezca México son de trascendental importancia para mantener la competitividad internacional en un mercado muy reñido.

En cuanto al turismo interno, las tendencias de crecimiento hacen que las estrategias de desarrollo del sector se tragan que adaptar hábilmente a las limitaciones y recursos con que se cuenta.

Este crecimiento se ha visto favorecido por el establecimiento de paquetes y de tarifas especiales fuera de temporada manteniendo así el flujo turístico.

De todos modos, aún existiendo un clima favorable para el inversionista en materia turística, los mexicanos continúan enfrentándose a una reducción en el poder adquisitivo.

Por otro lado, la imagen ganada por nuestro país se ha mantenido a pesar de todas las campañas de desprestigio creadas en Estados Unidos, por lo que el turismo extranjero se desplaza en gran número hacia nuestro país aprovechando el libre cambio de moneda extranjera para los visitantes del extranjero en bancos y hoteles a tasas razonables, y el pago obligatorio de servicios en pesos.

Al contar con lo anterior, se puede predecir empleando el pronóstico más centrado que la tendencia de México en el período 1985-1988 en cuanto a nivel de captación del turismo mundial será de 1.5% en promedio anual, con un ritmo de crecimiento de 3.9% en cada año, lo cual implica captar una afluencia extranjera cercana a los 4.9 millones de visitantes en 1985 y a los 5.5 millones en 1988. Situación que provocará una captación de divisas ascendente con una tasa media anual de crecimiento del 8.5%, al pasar de 1900 a 2500 millones de dólares con una permanencia media cercana a los 10 días.

De esta forma, en base a la inclinación histórica, los ingresos por turismo continuarán su participación en la cuenta corriente de la balanza de pagos con el 10% en cada uno de los años comprendidos en el período 1985-1988.

El turismo agresivo por su parte mantendrá el ritmo de crecimiento anual en éste período variando de 1.8 millones para 1985 y a 2.1 millones en 1988.

Se espera también que en ese lapso continúe siendo positivo el saldo de la balanza turística creciendo en su tasa media anual un 9.8% y registrando para 1985 un saldo de 1100 millones de dólares y de 1800 millones para 1988.

En el caso del turismo doméstico, se espera que el número total de

turistas sea de 29 millones, representando un incremento del 5.9% anual en el período 1985-1988.

## 2. FINALIDADES DEL SECTOR TURISMO EN MEXICO

Las finalidades derivan del Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, con los que se definen los lineamientos que permiten establecer las bases para el desarrollo de la actividad a través del cumplimiento de objetivos que contribuyan a satisfacer los propósitos generales del país.

Las finalidades buscan: cimentar el papel del sector en la evolución económica, difundir los valores y la cultura mexicanas, e impulsar la actividad, y contribuir al desarrollo regional.

Consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico implica que el sector colabore con la generación de fuentes de empleo, coadyuve al mantenimiento de las ya existentes, colabore con la captación de divisas, aproveche al máximo la capacidad instalada, y promueva el crecimiento sectorial.

Así, se podrá vencer la crisis, y recuperar la capacidad de crecimiento y superar los problemas estructurales que afectan a la economía, aspectos que son sin duda los propósitos fundamentales para continuar con el proceso de desarrollo.

El hacer del turismo una experiencia creativa que difunda los valores y cultura de México constituye un elemento determinante para el desarrollo de una identidad y unidad nacional conservando las instituciones democráticas. Además, se contribuye a satisfacer el derecho al descanso.

Por otro lado, se vuelve necesario considerar que para alcanzar las metas ya señaladas es necesario cumplir con otros fines.

Dentro de estos se encuentran:

- a) Mejorar, ampliar y aprovechar los recursos turísticos.
- b) Incrementar la captación de afluencia turística nacional y extranjera.
- c) Realizar una efectiva conducción de la política turística fortaleciendo las funciones de coordinación y de reorientación de las

acciones del sector y de desconcentración y descentralización administrativa.

- d) Mantener la competitividad en el contexto internacional a través de una óptima participación y operatividad en la prestación de servicios turísticos.
- e) Obtener un crecimiento armónico de las regiones para conseguir sólidos cambios cualitativos que produzcan resultados positivos en la economía.

### 3. LOS METODOS DEL SECTOR Y SU ARTICULACION

Los métodos que emplea el sector son la base para alcanzar las finalidades antes mencionadas; estas son: asegurar la planta turística existente, aumentar las corrientes turísticas, lograr la racionalidad y eficacia en la prestación de los servicios del ramo y confirmar las funciones de coordinación, regulación y programación, conservación y desarrollo.

Estas tácticas se apoyan en el uso intensivo y eficiente de la capacidad instalada, en la implantación de una política de precios que permita sostener la competitividad en el mercado internacional, y en la demanda interna especialmente la del turismo social, en una inmejorable asignación de recursos financieros en el fomento, y diversificación, promoción de la demanda externa, y en el fortalecimiento de las instituciones educativas y de los mecanismos de capacitación turística, en la incorporación de técnicas de producción intensivas en mano de obra para la generación de empleos, y en la elevación de la calidad de los servicios turísticos.

Con el objeto de poder establecer las prioridades en los esfuerzos que permitirán cumplir con las finalidades sectoriales, se definieron dos fases de alcance temporal que comprenden el período sexenal, teniendo la primera su observancia hasta 1986 y la segunda a 1988.

Además, la estrategia del sector contempla acciones que le permiten solucionar los problemas iriginados por la falta de estabilidad entre las regiones y para obtener una utilización adecuada de los recursos turísticos.



Asimismo estas tácticas regionales comprenden las características de los recursos turísticos y el potencial de la demanda.

Para el logro de esto, la política turística considera la agrupación estratégica en diversas regiones basándose en el Plan Nacional de Desarrollo y en los programas Regionales.

Las 7 regiones con los Estados que ocupan son:

- a)- Frontera Norte.- Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.
- b)- Mar de Cortés.- Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit.
- c)- Sur Este.- Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Yucatán y Oaxaca.
- d)- Centro.- Distrito Federal, Estado de México, Querétaro, Hidalgo, Tlaxcala, Puebla y Morelos.
- e)- Costa del Pacífico.- Jalisco, Colima, Michoacán y Guerrero.
- f)- Costa del Golfo.- Veracruz y Tabasco.
- g)- Centro Norte.- Guanajuato, Aguascalientes, San Luis Potosí, Zacatecas y Durango.

En lo referente a las relaciones intersectoriales, el turismo se presenta como una actividad de cruce con otros sectores, por lo que requiere para su adecuada evolución de la participación de diversas entidades de la Administración Pública Federal. Esto hace que los mecanismos de coordinación intersectorial para el logro de los propósitos del sector sean de insustituible importancia.

También se debe ajustar el marco jurídico existente para fortalecer la capacidad ejecutiva del sector público turístico y descentralizar la administración turística a nivel regional, estatal y municipal, manteniendo un equilibrio en el ejercicio de las atribuciones.

De las entidades que tienen en sus estructuras programáticas acciones que inciden en el Sector Turismo están:

- a)- La Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología que se encargan de monumentos históricos, paisajes, infraestructura, servicios, planeación urbana y protección ecológica.
- b)- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes que se ocupa de la

infraestructura, servicio y rutas aeroportuarias, ferroviarias, carreteras y marítimas.

- c)- La Secretaría de la Defensa Nacional que controla a las actividades de caza y pesca deportivas y al auxilio turístico.
- d)- La Secretaría de Marina que maneja al turismo marítimo.
- e)- La Secretaría de Relaciones Exteriores a la que le competen los fideicomisos turísticos, convenios internacionales de intercambio y trámites.
- f)- La Secretaría de Gobernación que domina la comunicación social, las estadísticas oficiales y los requisitos migratorios.
- g)- La Secretaría del Trabajo y Previsión Social que administra la legislación, capacitación y seguridad laboral y las prestaciones de los trabajadores del ramo.
- h)- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público que ordena las políticas de estímulos fiscales, importación, franquicias aduanales y apoyo financiero.
- i)- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial que dirige el abastecimiento de productos básicos en los centros turísticos y la promoción de la inversión extranjera.
- j)- La Secretaría de Educación Pública administra los programas de la enseñanza turística, los reconocimientos oficiales a los centros educativos y la investigación de la materia.
- k)- La Secretaría de Programación y Presupuesto que planea el desarrollo de la actividad y brinda la información estadística.
- l)- La Secretaría de Salud que supervisa la sanidad de los servicios.
- m)- La Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos que coordina el uso de parques y reservas naturales y nacionales.
- n)- La Secretaría de la Reforma Agraria para la ordenación de la tenencia de la tierra.
- ñ)- La Secretaría de Pesca que rige la localización y práctica de la pesca deportiva.

En lo concerniente a los destinos turísticos que requieren una consolidación en su oferta y son lugares de gran potencial por ser estra

técnicos para el desarrollo de la actividad, se crearon programas tácticos que complementan los propósitos del sector.

Se orientan hacia el desarrollo de polos en proceso de crecimiento y centros turísticos cimentados, ubicados en zonas geográficas dentro de las regiones que el Plan Nacional de Desarrollo considera prioritarias para instrumentar estrategias y que son empleados como destinos internacionales, nacionales y con capacidad instalada en cuanto a comunicaciones y supraestructura se refiere.

Por sus características y grado de acción del sector se agrupan en Centros Turísticos Integralmente Planeados y en Centros Turísticos Tradicionales.

La Secretaría de Turismo pretende así, consolidar, crear, apoyar e impulsar ciertos destinos de acuerdo a su situación por medio del fomento, coordinación, financiamiento, concientización, capacitación y ampliación en las características de prestadores de servicios y de infra y supraestructura turística.

Estas acciones constituyen en definitiva un sólido avance para el logro de las finalidades sectoriales.

Los proyectos para establecer polos de desarrollo en Centros Turísticos integralmente planeados se ubican en: Manzanillo, Veracruz, Guaymas - San Carlos, Distrito Federal, Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, San José del Cabo, Loreto, Puerto Escondido y Huatulco.

Respecto a los planes para reafirmar ciudades turísticas en Centros Turísticos Tradicionales se localizan en: Acapulco, La Paz, Cozumel, Guadalajara, Mérida, Mazatlán, Puerto Vallarta y Oaxaca.

Por último, es preciso destacar que para lograr el cambio estructural, la nueva Ley Federal de Turismo y su constitución, apoya criterios para hacer del turismo una actividad estratégica y menos subordinada a las variaciones económicas. Además, afirma la autoridad del Estado dando orientación al proceso de desarrollo de la actividad turística de México.

Sin embargo, la reglamentación vigente no ampara la descripción categórica de las funciones sistematizadoras y de promoción.

Por otro lado, constituye un impedimento para la realización de los

objetivos del sector, ya que la continua convergencia de responsabilidades con otras instituciones del gobierno, trae efectos negativos en la integridad de los organismos públicos del sector turismo.

## C O N C L U S I O N E S

El turismo es una forma de comunicación que se basa en el Traslado Temporal de personas a lugares diferentes con finalidades diversas excluyendo toda ocupación lucrativa.

Es una actividad económica terciaria de trascendental importancia mundial, ya que posee vínculos estrechos e indisolubles con la naturaleza y con la sociedad. Por encuadrarse perfectamente su area de influencia en la superficie terrestre y por su relación con el hombre, es de interés geográfico.

Es un fenómeno antiguo que se inicia cuando las necesidades primarias del hombre son satisfechas. En lo que éste trata de conquistar otros objetivos que complementarán su formación como lo son, el tener contacto con otros hombres y medios.

El turismo representa un intercambio cultural y comercial.

Está compuesto por agentes geográficos del paisaje natural como el relieve, los climas, la hidrología, la vegetación y la fauna; y por agentes geográficos sociales y del paisaje cultural como las razas, las ideologías, el modo de vida, el sistema político-económico, los lugares históricos y los centros urbanos.

Por otro lado, el turismo se encuentra constituido por factores geográficos y elementos económicos como: los medios y vías de comunicación, los servicios de hospedaje y alimentación, y los intermedios y auxiliares.

Desde el momento en que el hombre deja el area de influencia a través de la cuál se desenvuelve, se convierte en turista.

De acuerdo a la distancia el turismo puede ser: local, Regional, Nacional e Internacional (considerando una delimitación política).

La actividad turística se dá en función de la realidad presente

en los pueblos, y es producto de un proceso histórico.

Puede ser influenciada por el paisaje natural y por el paisaje cultural.

En México, el turismo cumple con una función importante por que al poseer un papel estratégico en el desarrollo nacional; satisface el derecho al descanso recreativo de todos los habitantes del país, emplea intensivamente la mano de obra, permite la captación de grandes cantidades de divisas, fomenta el crecimiento regional, usa recursos renovables y abundantes, constituye un campo propicio para la inversión privada y social, y permite la ubicación y distribución adecuada de la producción, de la población y del ingreso.

México por se un país en vía de desarrollo con bajos niveles de vida, inadecuada utilización del recursos y lento avance económico, requiere de una óptima capacitación turística, del pleno apoyo estatal, de la consolidación y creación de centros turísticos, y de su progresión racional en bases nacionales con inversiones particulares y para el turismo social.

Por lo tanto, es determinante la promoción de su desenvolvimiento por medio de planes de ordenación, políticas económicas e instrumentaciones jurídicas y administrativas a todo nivel.

Todo esto, con la finalidad de conseguir el desarrollo y la diversificación del ramo para captar volúmenes cada vez más importantes de viajeros externos e internos, y para lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial del sector.

## BIBLIOGRAFIA

Aguirre, Arredondo y Pérez, Manual de Didáctica General, ANUIES, México, 1979, 200 pp.

Atlas Nacional del Medio Físico, Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1981, 225 pp.

Bassols Batalla, Angel, Geografía Económica de México, México, Editorial Trillas, S.A., 1975, 378 pp.

Bassols Batalla, Angel, Geografía Subdesarrollo y Regionalización, Editorial Nuestro Tiempo, S.A., México, 1976, 252 pp.

De la Torre, Francisco, Administración Hotelera, Editorial Trillas, México, 1982, 244 pp.

De la Torre, Francisco, Agencias de Viajes y Transportación, Editorial Trillas, México, 1980, 232 pp.

De la Torre, Oscar, El Turismo, Fenómeno Social, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1980, 136 pp.

Enciclopedia de México, Impresora y Editora Mexicana, S.A., México, 1977, 12 Tomo.

George, Pierre, Geografía Económica, Editorial Ariel, España, 1976, 365 pp.

Güfa Asociación Mexicana Automovilística, AMA, A.C., México, 1980, 400 pp.

Jones, Clarence F., y Dakenwald, Gordon G., Geografía Económica, Fondo de Cultura Económica, México, 1971, 1020 pp.

Lattin W., Gerald, Administración Moderna de Hoteles y Moteles, Editorial Trillas, México, 1982, 275 pp.

Lundberg, Donald E., El Negocio del Turismo, Editorial Diana, México, 1981, 328 pp.

Mansilla Stanziola, Miguel Angel, Comentarios Periodísticos, Organización Periodística, México, 1984, 76 pp.

M. Broek, Jan O., Geografía su Ambito y Trascendencia, UTEHA, México, 1967, 167 pp.

Mcjntosk, Robert y Gupta, Shaskikant, Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas, Editorial LIMUSA, México, 1983, 408 pp.

Ocio y Turismo, Salvat Editores, S.A., España, 1975, 146 pp.

Mansilla Stanziola, Miguel Angel, Aspectos de Planeación y Técnicas Geográficas Diversas del Turismo en México, VII Congreso Nacional de Geografía, México, 1981, 299-307 pp.

Ortuño Martínez, Manuel, Introducción al Estudio del Turismo, Editorial Joaquín Porrúa, S.A., México, 1982, 255 pp.

Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1983, 432 pp.

Plan Nacional de Turismo, Secretaría de Turismo, México, 1984, 500 pp.

Ramírez Blanco, Manuel, Teoría General de Turismo, Editorial Diana, México, 1982, 192 pp.

Romero, Hector, Sociopsicología del Turismo, Editorial Diana, México, 1977, 160 pp.

Sáenz de la Calzada, Carlos, Geografía General, Editorial Esfinge, México, 1982, 288 pp.

Segundo Informe de Gobierno Miguel de la Madrid Hurtado, Presidencia de la República, México, 1984, 10 tomos.

Soppelsa, Jacques, Los Estados Unidos, Editorial Ariel, España, 1975, 384 pp.

George, Pierre, Geografía Activa, Editorial Ariel, España, 1976, 323 pp.

Tamayo, Jorge L., Geografía Moderna de México, Editorial Trillas, México, 1976, 398 pp.

Vivó, Jorge A., Geografía Física, Editorial Herrero, S.A., México, 1982, 356 pp.

Vivó Escoto, Jorge A., Geografía Humana y Económica, Editorial Patria, S.A., México, 1970, 304 pp.

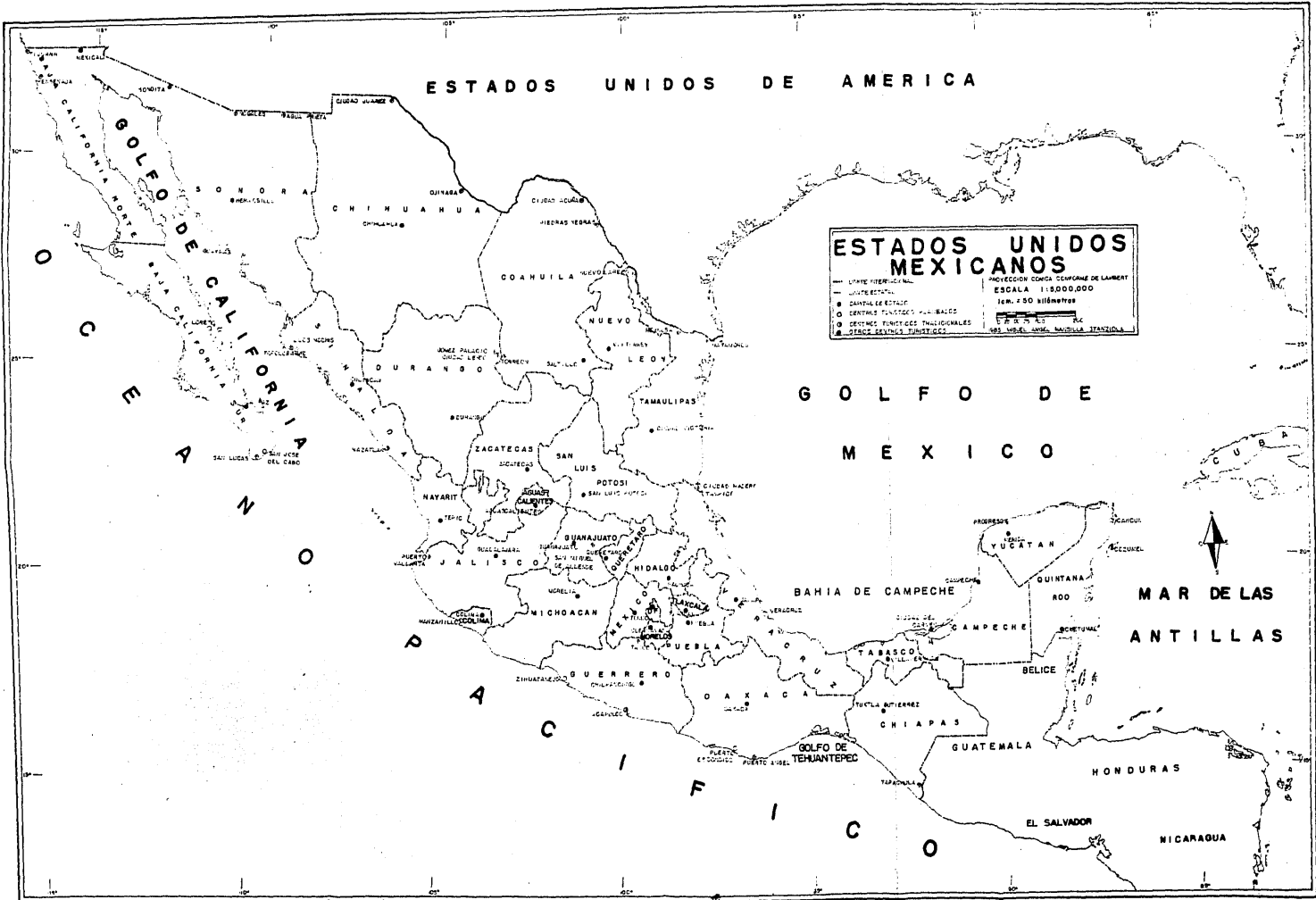


ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROYECTOR CAROL COLEMAN DE LAURENT  
ESCALA 1:500,000  
IGN. 250 kilometros  
U. S. GEO. SURV. DIV.  
1951 WASHINGTON, D. C.

- LINEA DE FRONTERA
- LINEA DE ESTADO
- CIUDADES PRINCIPALES
- CIUDADES PRINCIPALES ALTERNAS
- CIUDADES PRINCIPALES TERCERAS
- CIUDADES PRINCIPALES CUARTAS





ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

GOLFO DE MEXICO

BAHIA DE CAMPECHE

MAR DE LAS ANTILLAS

GOLFO DE TEPIC

EL SALVADOR

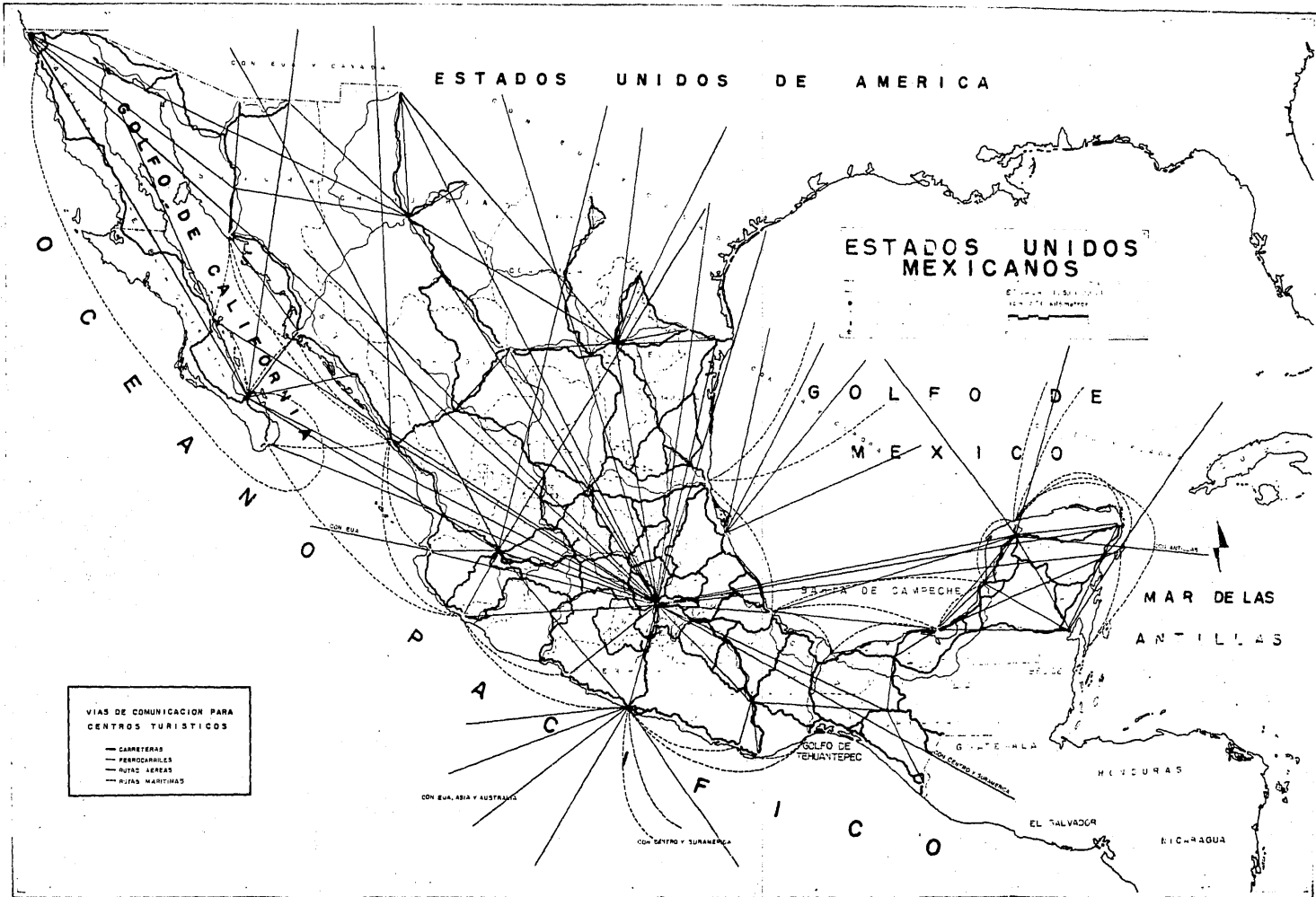
NICARAGUA

GOLFO DE CALIFORNIA

OCEANO PACIFICO

PACIFICO

- REGIONES TURISTICAS
- ① FRONTERA NORTE: SON, CHH, COAH, NL, TAMPS.
  - ② MAR DE CORTES: BCH, WCS, SOH, SIN, NAY.
  - ③ SUR ESTE: CAM, OHS, Q.ROO, YUC, OAX.
  - ④ CENTRO D.F., EDO MEX, GRO, NMO, TLAX, PUE, MOR.
  - ⑤ COSTA DEL PACIFICO: JAL, COL, MICH, GRO.
  - ⑥ COSTA DEL GOLFO: VER, TAB.
  - ⑦ CENTRO NORTE: GTD, AHS, SLP, ZAC, ORO.



ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Escala 1:500,000  
1 cm = 200 kilómetros

VIAS DE COMUNICACION PARA CENTROS TURISTICOS

- CARRETERAS
- - - FERROCARRILES
- ... RUTAS AEREAS
- · - · - RUTAS MARITIMAS

CON EU Y CANADA

CON EU

CON EU, ASIA Y AUSTRALIA

CON CENTRO Y SURAMERICA

GOLFO DE MEXICO

MAR DE LAS ANTILLAS

GOLFO DE TEHUANTEPEC

MEUCURAS

EL SALVADOR

NICARAGUA

