



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**EL TURISMO INTERNACIONAL COMO UNO DE LOS EJES DE
DESARROLLO ECONÓMICO: EL CASO DE MÉXICO (2007-2012)**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN RELACIONES
INTERNACIONALES PRESENTA:**

ILSE MARIANA BENÍTEZ PALACIOS

DIRECTORA: MTRA. MAYRA LÓPEZ DÍAZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, 2013





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis es la conclusión de un ciclo de suma importancia en mi vida, un lapso que no fue nada fácil porque estuvo lleno de obstáculos, retos que a veces parecían difíciles de alcanzar pero que al final logre superar. Es el resultado de un constante y arduo esfuerzo en el que participaron diversas personas, directa e indirectamente, teniéndome paciencia, animándome, dándome apoyo en mis momentos de crisis e incluso acompañándome en mis momentos de felicidad.

Agradezco primeramente a mis padres, Juan Carlos y Guadalupe, por su cariño, comprensión y apoyo sin condición ni medida, y por creer en mí, pues muy a pesar de las adversidades siempre han estado a mi lado dándome ánimos y enseñándome que cuando se quiere se puede; en verdad muchísimas gracias por todo lo que me han dado porque sin ustedes no habría llegado hasta donde estoy y mucho menos sería quién soy; gracias por enseñarme que conseguir lo que anhelamos en la vida nunca es fácil pero que cuando lo obtenemos, sobre todo por nuestros propios méritos, es muy gratificante porque así valoramos todo el esfuerzo y la dedicación invertidos.

Gracias también a mis hermanos, Karla, Carlos y Daniel, quiénes al igual que mis padres, entendieron mis malos momentos y me dieron su apoyo día a día.

A ti Roy, que siempre has estado a mi lado, me has ayudado y me has dado ánimo cuando más lo he necesitado, incondicionalmente; por la paciencia y la comprensión que me has brindado en todo momento, mil gracias.

A mis amigos y compañeros, por hacer que cada pedazo de tiempo fuera ameno y divertido, sin ustedes, la universidad no hubiera sido lo mismo. No voy a olvidar sus consejos, enseñanzas y ayuda durante este lapso de mi vida. Isaac, Gerardo y Laura, mil gracias.

De igual manera, muchas gracias a todas aquellas personas que me dieron su apoyo de mil maneras durante este proceso, aquellos que me apoyaron quizá con alguna palabra de ánimo o un gesto de amabilidad, gracias, porque fueron una parte importante para que esto fuera posible.

Sin duda alguna, mil gracias a mi asesora de tesis, la Maestra Mayra López Díaz, por haber confiado en mí, por la paciencia, el apoyo y la dirección de este trabajo. Asimismo, externo un especial agradecimiento a mis sinodales, los profesores Antonio Gazol, Alfredo Córdoba Kuthy, Ignacio Martínez Cortés y Miguel Ángel Valenzuela Shelley, gracias por haberse tomado el tiempo necesario para leer mi trabajo y haberlo enriquecido con cada uno de sus consejos.

Y por último, y no menos importante, gracias a la Universidad que me ha dado tanto: una carrera, amigos invaluable y sobre todo el orgullo de ser universitaria.

A todos ustedes, mil gracias!

La gloria no consiste en no caer nunca, sino más bien en levantarse todas las veces que sea necesario

Contenido

Índice de Gráficas	2
Índice de Tablas.....	3
Introducción	4
1.Contextualización del turismo	8
1.1. Definición del turismo	8
1.1.1. Desarrollo del turismo a nivel internacional	11
1.1.2. Trayectoria del turismo en México	16
1.2. Diferencia entre desarrollo y crecimiento	25
2. Contribución del turismo al desarrollo económico de México	33
2.1. Turismo como estrategia de desarrollo económico en México	33
2.2. Inversiones en el ámbito turístico	46
2.3. Impactos socio-económicos sobre diversos sectores de la actividad	60
2.3.1. Empleo.....	61
2.3.2. Atracción de divisas.....	64
3. Situación de la industria turística durante el gobierno de Felipe Calderón	69
3.1 El turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-1012.....	69
3.2. Breve análisis de las instituciones encargadas del fomento del turismo en México	86
3.2.1. Secretaria de Turismo (SECTUR)	86
3.2.2. Consejo de Promoción Turística (CPTM)	91
3.2.3. Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)	94
3.3 Prospectivas de la actividad turística a mediano y largo plazo.	98
Conclusiones.....	111
Anexos	116
1.Financiamiento.....	116
2.Listado Pueblos Mágicos	128
Fuentes de consulta	132

Índice de Gráficas

1. Porcentaje de visitantes al país según motivo de viaje 2010-2011	39
2. Inversión nacional y extranjera 2006-2009	49
3. Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística 2006-2007	51
4. Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística 2007-2008	52
5. Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística 2007-2008	53
6. Comparativo inversión privada 2009-2010	54
7. Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística 2009-2010	55
8. Inversión privada ejercicio 2011 vs 2010	58
9. Procedencia de inversión privada turística 2010-2011	59

Índice de Tablas

1. Llegadas de turistas internacionales y gasto que realizaron 2006-2012.....	37
2. Ranking internacional de llegadas internacionales	47
3. Características que hacen de México un país atractivo para visitar e invertir	98
4. Procedencia de inversión turística 2009-2010	50
5. Inversión turística extranjera por país 2009-2010.....	50
6. Empleos remunerados generados por el sector turístico 2006-2008	62
7. Divisas generadas por turismo en México en el periodo 2006-2011	65
8. Divisas por turismo internacional (miles de millones de dólares) 2007-2011	66
9. Características de los posibles escenarios del turismo en México para 2020	103

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno que trasciende en ámbitos como el económico, social y cultural, sin embargo, para el desarrollo de un país el aspecto económico es el que mayormente se ve beneficiado por esta actividad si es bien planificada.

En los últimos años, el turismo ha constituido un factor trascendental para el desarrollo económico en diversas áreas geográficas, tanto en los países de Europa y América del Norte como en los países en desarrollo de Asia, Medio Oriente, África y América Latina, pues estos últimos han descubierto que la pobreza puede retroceder donde avanza el turismo.¹

Esta actividad ha sido una fuente importante de valor añadido, riqueza y empleo; y es tal su importancia que “ha representado una oportunidad efectiva de renacimiento económico y de reconversión en algunas regiones en declive y, simultáneamente, ha proporcionado nuevas salidas a esas mismas actividades tradicionales (agricultura, y pesca locales, artesanía y construcción), permitiendo la supervivencia. Su función de integración, tanto social como cultural, ha sido igualmente notable”.²

El turismo se caracteriza por exportar servicios cuya producción y consumo se da en el ámbito local, lo cual favorece la participación de las pequeñas y medianas empresas (PYME) (e incluso del sector informal) y de regiones con escasas alternativas productivas pero ricas en atractivos naturales y culturales. También es reconocida por su capacidad de atracción de inversión privada y de creación de empleo en todos los niveles.

Así, para las Relaciones Internacionales resulta ser de suma importancia estudiar el tema turístico porque estas no sólo se limitan a las que se establecen entre los gobiernos o las fundadas entre los países y las organizaciones internacionales,

¹ Saenz, Antonia; Pablo, Martín. et al., *Estructura económica del turismo*. Síntesis. España, 2006 P. 23.

² *Ibidem*.

sino que también contemplan aquellas creadas entre empresas, y las que se forman entre las personas de distintas nacionalidades que van de un país a otro (sea cual sea el motivo del flujo migratorio) estableciendo así una relación importante que bien puede influir en la vida internacional³. Asimismo, los flujos no solo son humanos sino también económicos y resultan benéficos tanto para el país receptor del turismo como para aquel país que invierte turísticamente en otro.

En el caso de México, este sector resulta ser una actividad de suma importancia debido a que tiene un considerable impacto en la economía del país, pues en la actualidad representa cerca del 9% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional⁴, con un peso relativamente elevado en las economías de diversas entidades federativas que cuentan con atractivos turísticos de gran importancia, por ejemplo, las playas.

Sin embargo, a pesar de que México se encuentra dentro de los 15 primeros lugares en el ranking de destinos turísticos a nivel internacional, el sector ha presentado cierta desaceleración, tanto en relación con la actividad económica nacional como respecto del mercado internacional. Asimismo, la promoción del turismo tanto al interior como al exterior del país ha carecido de diversificación y eso ha sido un obstáculo latente para el desarrollo del sector, no obstante, recientemente el gobierno federal ha realizado importantes esfuerzos por resarcir tal falta.

En esta investigación se ofrece una visión acerca de la aportación que el turismo ofrece al desarrollo económico de México y además, se hará una reflexión con respecto a la forma de optimizar más y mejor los recursos con los que cuenta el país turísticamente, esto con el propósito de constatar que sí se logra planificar

³ 1967 fue considerado el Año Internacional del Turismo por las Naciones Unidas y en una resolución aprobada por la Asamblea General se exhortó a los países a incrementar esta actividad, la cual catalogaron como “fundamental y eminentemente deseable”, la cual contribuye al desarrollo de los países.

⁴INEGI, *Producto Interno Bruto trimestral según actividad*. [en línea] Dirección URL: <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdiecoy.exe/492?s=est&c=12343> Consulta [13 de mayo de 2011].

mejor la oferta y los servicios derivados de la misma, este sector puede ser clave para el desarrollo económico del país apuntalando la creación de empleos y la atracción de divisas.

En el primer capítulo se aborda la definición de lo que es el turismo y se ofrece una breve explicación de la trayectoria del mismo en nuestro país desde los años 50, que es cuando comienzan a planearse los primeros centros turísticos, hasta la actualidad. Asimismo, se explica la diferenciación entre lo que es el desarrollo y el crecimiento para así poder entender de que estamos hablando cuando decimos que el turismo puede ser un eje de desarrollo económico.

En el segundo capítulo, se revisa más a fondo el tema que nos ocupa que es la forma en la que contribuye el turismo al desarrollo económico de nuestro país. Para tal fin, en primera instancia, se expone la forma en la que México puede obtener del turismo mayores beneficios en el ámbito económico, si se explotan más y de mejor manera la infinidad de lugares turísticos con los que contamos, pues siendo una de las regiones con mayor historia, diversidad cultural y arqueológica, así como variedad de recursos naturales climas, fauna, flora y miles de lugares de gran riqueza, no podemos quedarnos estancados con el aprovechamiento únicamente de las playas. Posteriormente se aborda el tema de las inversiones en este sector, es decir, cómo es que se han comportado en los últimos años además de quienes son los países que han invertido en nuestro país turísticamente.

Por último, abordaremos los impactos socio-económicos que tiene el turismo sobre algunos sectores de la actividad. El primero de ellos es el empleo, al cual consideramos importante debido a que la actividad turística genera alrededor de 2.2 millones de empleos directos y 6 millones de indirectos⁵. Sin embargo, en este apartado proponemos que ésta cantidad puede elevarse si se toman algunas

⁵ Comunicación Social. Información de tu Ciudad, *Impulso adicional al turismo de la Ciudad de México en 2011*. [en línea] Dirección URL: <http://www.noticiasdetuciudad.df.gob.mx/?p=6753>
Consulta [13 de mayo de 2011]

consideraciones. El siguiente sector son las divisas, debido a que el turismo es la tercer actividad que más atrae estos recursos al país y tal como se presenta recientemente la situación migratoria de nuestros connacionales en Estados Unidos, quizá podría situarse en segundo lugar, que es la posición que ocupan las remesas.

Finalmente, en el tercer capítulo, se expone la situación del sector turístico durante el gobierno del Presidente Felipe Calderón y tanto de las propuestas como de los retos a los que se enfrenta su sucesor, Enrique Peña Nieto. En primer lugar, se revisa cómo se abordó al turismo en el Plan Nacional de Desarrollo y los trabajos que se realizaron para darle la importancia que se merece el sector turístico; después se hace un breve análisis del papel que juegan las instituciones que se encargan del impulsar esta actividad en nuestro país, nos referimos a la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Se concluye este último capítulo con algunas perspectivas que se tienen de la actividad turística a mediano y largo plazo.

Para poder comprender mejor algunos aspectos de la investigación, se incluye al final del capitulado dos anexos. El primero de ellos aborda el tema del financiamiento, es decir, aquellas instituciones de la Banca de Desarrollo que financian proyectos turísticos en nuestro país, por ejemplo, los Centros Integralmente Planeados (CIP's). Y el segundo anexo enlista los Pueblos Mágicos que forman parte de una de las estrategias realizadas por el gobierno de Felipe Calderón en pro de promover y diversificar la oferta turística de nuestro país.

Así, consideramos que resulta de vital importancia estudiar el desenvolvimiento del turismo en nuestro país ya que si se consolida la gran diversidad de atractivos con los que cuenta, México puede posicionarse como una potencia en materia turística que atraerá beneficios económicos de manera considerable, pues aunque está bien posicionado a nivel mundial en materia turística, aún tiene retos y sobre todo oportunidades que deben ser aprovechadas.

1. Contextualización del turismo.

Para poder entender de forma clara nuestro objeto de estudio es importante conocer el significado de algunos conceptos que resultan relevantes para tal fin. Comenzaremos por la palabra turismo y aunque no resulta ser un trabajo fácil, se hace una definición sencilla en la que nos apoyaremos en el transcurso de nuestra investigación.

Asimismo, se aborda *grosso modo* tanto la forma cómo ha evolucionado el turismo a nivel internacional como la trayectoria que ha recorrido este sector en nuestro país a través de los años hasta la actualidad, esto con el fin de tener un panorama que nos permita conocer los antecedentes turísticos tanto nacionales como internacionales para así poder dar pie al escenario turístico actual.

Por último, se ofrece una definición y comparación de lo que es el crecimiento y el desarrollo económico, debido a que muchas de las ocasiones estos conceptos suelen confundirse y por lo tanto no se utilizan de forma correcta, además dicha distinción resulta necesaria debido a que el concepto utilizado para efectos de nuestra investigación es el de desarrollo económico y por lo tanto se debe tener bien claro su significado.

1.1 Definición del turismo.

Establecer un concepto de *turismo* es un tanto complejo debido a que según el enfoque que se le dé es el sentido que toma la definición; sin embargo, intentaremos crear una adecuada para nuestro objeto de estudio.

Es importante especificar el sentido de esta actividad de una forma general pero que permita identificar sus características más esenciales y distinguirlo de otros sectores que, a pesar de estar muy relacionadas, en definitiva forman parte de otras necesidades de la sociedad.

Desde hace muchos años se ha pretendido dar un significado a la palabra turismo evitando caer en apreciaciones parciales. “Uno de los intentos en tal sentido fue el de tratar de explicar el fenómeno mediante el estudio etimológico del término *tour* que hace su aparición por primera vez en 1670. Los estudios relacionados con el citado vocablo indican que el mismo es de origen inglés, probablemente como un galicismo, del término francés *tour*, y que quiere decir *viaje circular, de vuelta al punto de partida*”.⁶

Para comprender mejor de donde proviene la palabra turismo, veremos algunas teorías que explican mejor su proveniencia⁷:

- Teoría Latina. Según esta teoría, la palabra turismo deriva del latín *tornus*= torno y *tornare*= redondear, tornear, girar. Mientras que el sufijo “ismo” se refiere a la acción que realiza un grupo de personas; entonces con base en lo anterior, etimológicamente puede definirse al turismo como "la actividad que realizan las personas que consiste en viajar y que además tienen la intención de retornar a su domicilio actual".
- Teoría Sajona. El concepto de turismo surge del sajón antiguo *Torn* (de Inglaterra). De esta forma, se desprendían los vocablos *Torn-us* (lo que da vueltas) y *Torn-are* (dar vueltas). A mediados del siglo XVIII los nobles ingleses utilizaban el término *Turn* para denominar a los viajes que realizaban con fines educativos y de cultura. Se creía que los nobles debían conducir viajes sobre distintos reinos para adquirir conocimientos que le serían útiles a la hora de gobernar. Esa forma de pensar, deriva del concepto de “*Grand Tour*” francés que pasara a la cultura inglesa a mediados del siglo XVII. Ya a comienzos del siglo XVIII, el término *turn* se deja de lado para adoptarse *tour* (también por influencia francesa).

⁶ Acerenza, Miguel Ángel. *Administración del turismo. Conceptualización y organización*. Trillas. México, P. 154.

⁷ s/a, *Historia y teoría del turismo*, [en línea], Dirección URL: http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/etimologa-y-evolucion-del-concepto-de_tour.html
Consulta [15 de febrero de 2011]

- Teoría aramea. Para la escuela semítica, el término turismo no deriva de la lengua latina sino del arameo antiguo. En este idioma se utilizaba el término *Tur* para los viajes, la exploración y el traslado de personas.
- Teoría onomástica. La escuela onomástica considera que el origen del concepto turismo no se encuentra en una raíz lingüística sino que está vinculado a un apellido de la aristocracia francesa: De la Tour. Se cree que cuando Carlos V en 1516 firma un tratado de relaciones con Inglaterra, el rey le entrega la exclusividad del transporte comercial a una familia aristócrata llamada De la Tour. De esta manera, se dice que esta familia organizó los primeros viajes de comerciantes ingleses al continente, hecho que marcó el principio del turismo como actividad orientada al desplazamiento comercial.

Ya que abordamos algunas de las teorías que intentan explicar la palabra turismo, conoceremos los distintos conceptos con los que se le suele relacionar para posteriormente dar una definición más adecuada del mismo.

Como primer concepto esta “tiempo libre”, es decir, el tiempo con el que cuenta un individuo después de concluir la jornada laboral, las tareas y obligaciones domésticas y las actividades necesarias para la supervivencia (dormir, comer, etc.). El segundo es “ocio”, un espacio que está destinado a alguna actividad en específico la cual está relacionada con procesos creativos, diversión o simple placer. Por lo anteriormente mencionado, es fácil entender que el turismo es una actividad que abarca tanto el tiempo libre como el ocio.

Un tercer concepto es “esparcimiento o recreo”, que básicamente se refiere a las actividades que se desarrollan durante el tiempo de ocio. Por último tenemos el concepto de “viaje”, que suele utilizarse con mayor frecuencia como sinónimo de turismo, sin embargo es más extenso e incluye al turismo.⁸

⁸ Saenz, Antonia; Pablo, Martín, et al. *Op. Cit.* P. 22.

Así, dada la información anteriormente mencionada, entenderemos al turismo como aquel fenómeno social que resulta de un desplazamiento a un lugar diferente de la residencia habitual con una temporalidad menor a un año; siendo la motivación del viaje de diferente índole, ya sean vacaciones, negocios, educativo o recreativo.

Ahora bien, teniendo claro el significado de la palabra alrededor de la cual girara nuestra investigación y antes de adentrarnos al ámbito nacional, es necesario analizar el turismo en un marco internacional, lo cual nos ayudara a comprender como se ha venido comportando esta actividad no solo en nuestro país sino en el mundo.

1.1.1 *Desarrollo del turismo a nivel internacional.*

A través de los tiempos, la industria turística se ha caracterizado por ser uno de los sectores más dinámicos de la economía internacional debido a que es uno de los mercados que más riqueza y empleo genera en el mundo.

A nivel mundial el sorprendente crecimiento del turismo se ha concentrado tanto en el aumento del número de turistas como en los ingresos por esta industria, pues, a pesar de que a principios de la década de los cincuenta el turismo era considerado un lujo debido a que sólo la clase pudiente tenía acceso a los viajes internacionales, principalmente por el alto costo del transporte; es a finales de la misma década cuando se da inicio al *turismo de masas*. Este se caracterizó por no estar dirigido a un solo sector de la población el cual tuviera las posibilidades económicas para poder solventar viajes a distintos lugares, sino que ahora las clases populares también tenían acceso a ellos; por lo tanto, se dio un aumento en el número de viajeros continuamente, tanto en el turismo nacional como en el internacional.

En dicho modelo turístico predominaban las clases bajas y media-bajas, siendo la atracción básica el sol y la playa, razón por la que se desarrollo principalmente en las costas mediterráneas donde se estableció la formula ciudad-playa-mar, en la

que se ofrecían los servicios y comodidades usuales de los turistas en sus lugares de origen, pero se les agregaban determinados servicios de ocio.

Así, el turismo como fenómeno de masas comenzó en los años cincuenta, presentando un crecimiento ininterrumpido, pero no fue sino hasta la década de los sesenta cuando se consolida presentado tasas de crecimiento que nunca se habían visto;⁹ ya en los noventa el turismo creció en un 4%, y para 2003 paso de 25 millones de personas a 400 millones.¹⁰

Las causas que propiciaron este aumento del turismo, hasta el punto de llegar a convertirse en uno de los fenómenos sociales de mayor importancia en nuestro tiempo, son diversas y la mayor parte de ellas se enfocan en aspectos técnicos y socioeconómicos, por ejemplo, mejoras y avances en los transportes, las vacaciones pagadas y el aumento de nivel de vida. A continuación mencionamos algunas de ellas¹¹:

1. *Nuevo orden internacional y la paz posterior a la guerra.* Después de la Segunda Guerra Mundial (SGM), los países beligerantes entraron en una etapa de paz, la cual suponía desarrollo económico, acumulación de riqueza y expansión de conocimientos científicos y tecnológicos, dando pie al turismo.
2. *La prosperidad económica y el incremento del nivel de vida en los países de Europa occidental.* Se elaboró una política económica integracionista, que se tradujo en la recuperación de los años cincuenta y en un futuro prometedor para los sesenta, con una expansión sin precedentes. Fue un momento en el que se produjo un incremento general de las rentas y los asalariados vieron aumentado su poder adquisitivo, surgiendo así las clases medias y por lo tanto generando el acceso al ocio.

⁹ Mochón, Francisco. *Economía y turismo*. McGrawHill, España, 2004, P. 12.

¹⁰ *Ibid.* P. 13.

¹¹ *Cfr.*, Mazón, Tomás. *Sociología del Turismo*. Centro de Estudios Turísticos, Madrid, 2001, P. 98-104.

3. *Cansancio de la vida ciudadana.* A partir de 1950, en la Europa desarrollada comienzan a percibirse constantemente un cúmulo de problemas como tráfico, largos y tediosos desplazamientos, contaminación tanto ambiental como auditiva y visual, estrés, etc., todo esto por un crecimiento económico importante y cambios intensos tanto en el sistema productivo como en la estructura social. Esto ocasiona que las ciudades no sean un lugar de confort, por lo que las personas comienzan a buscar otros espacios donde puedan descansar.
4. *Revolución de las comunicaciones.* Al término de la SGM la aviación comercial evoluciona; los aviones experimentan una mejora de manera considerable: se practica el vuelo nocturno, aumenta la capacidad de pasajeros, los aeropuertos mejoran sus instalaciones, se incrementa la velocidad y el radar se instala aún en los aviones mismos. De igual forma, se incorpora el jet, que permite el transporte masivo de pasajeros en corto tiempo, haciendo los viajes más económicos y rápidos.

El derecho Aéreo se hace más flexible y es a través de una serie de conferencias internacionales que se da origen a la Asociación de Transporte Aéreo Internacional, mejor conocida como la IATA (por sus siglas en inglés), en La Habana, Cuba en 1945. Esta Asociación sirve como instrumento para la cooperación entre aerolíneas, promueve la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio de los consumidores de todo el mundo.¹²

Otros medios de comunicación como los terrestres y los marítimos, se perfeccionan y se hacen más cómodos los viajes.

5. *Aparición de los tour operadores y desarrollo de las agencias de viaje.* Estos se convierten en la parte más dinámica de la organización turística, pues son capaces de introducir nuevas técnicas comerciales y de marketing

¹²Cfr. IATA, *Misión*, [en línea], Dirección URL: www.iata.org Consulta [15 de octubre de 2010].

turístico, además de que ofrecen variadas ofertas que pueden ser pagadas a crédito o de contado, con sistemas de reservas, lo cual permite a los turistas tener mayores facilidades para viajar.

6. *Incremento de la oferta de alojamiento turístico.* La construcción, modernización y diversificación de establecimiento de hospedaje, tanto en sus distintas modalidades como en la accesibilidad de precios, facilitan y estimulan los viajes turísticos a distintos lugares del de residencia.
7. *Inversiones públicas en infraestructuras.* Los estados, comienzan a poner en marcha importantes obras de infraestructura que van destinadas al desarrollo turístico, tales como puertos marítimos, pistas, modernos aeropuertos, suministro eléctrico, etc.
8. *Simplificación de los trámites aduaneros.* En la Conferencia de Roma de la ONU celebrada en septiembre de 1963, se estableció una especie de código turístico en el cual quedaron señalados los principios generales para la promoción y desarrollo turístico, tanto doméstico como internacional.

Entonces, dado lo anterior, podemos decir que los aspectos más relevantes para el desarrollo turístico a nivel internacional, además de la aviación comercial, fueron la paz, la prosperidad, el tiempo libre y el desarrollo tecnológico, que hicieron que el turismo se convirtiera en unos de los fenómenos sociales más importante de las últimas décadas.¹³

Entre 1950 y 1970 países europeos como Francia, Yugoslavia y algunos del norte de África como Marruecos y Túnez, llevan a cabo importantes desarrollos turísticos. En Ibero América, se crean nuevos centros turísticos: en Argentina, Villa Gesel y Pinamar; en Brasil, Torres y Tramandai y Guarujá; en Colombia se desarrollan las ciudades de Santa Martha y Cartagena.

¹³ Cfr., s/a, Historia y Teoría del Turismo, *Distribución del turismo mundial*, [en línea], Dirección URL: <http://turismohistoria.blogspot.com/2008/08/distribucion-del-turismo-mundial.html> Consulta [02 de octubre de 2010].

En Chile se produce el despegue de Viña del Mar así como Papudo y Zapallar. En Ecuador se desarrollan las Salinas. En Uruguay se desarrollan Atlántida y la Paloma. A principio de los 70 comienza el desarrollo de la Isla Margarita de Venezuela y a mediados de la misma década, se inauguran en México dos centros Turísticos de suma importancia, Cancún en la costa del Caribe e Ixtapa en el Pacífico.

Uno de los hechos importantes que ocurrió a nivel internacional en cuestión turística institucional, fue la creación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en septiembre de 1970, la cual “constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados en este campo”¹⁴.

El turismo adquirió gran auge al inicio de los años 80, pues surgió una nueva modalidad turística como alternativa o complemento del modelo tradicional, los turistas comienzan a experimentar nuevas necesidades de consumo; la OMT estimaba que el total de las llegadas de turismo internacional en el mundo sería alrededor de los 280 millones y con una cifra de ingresos de los 92 millones de dólares.

Así, el turismo en el siglo XXI es quizá una de las actividades económicas más importantes del mundo. Muchos países, incluido México, han visto en esta industria los grandes beneficios que aporta tanto a la economía como al desarrollo. Tan solo en 1999 el turismo internacional representó el 8% de los ingresos mundiales totales por exportaciones del sector servicios. Tomando en cuenta al transporte de pasajeros, el turismo se ubica al frente de todas las categorías de comercio internacional.¹⁵

¹⁴ UNWTO, *Acerca de la OMT*, [en línea], Dirección URL: <http://unwto.org/es/about/unwto-es> Consulta [15 de Febrero de 2011].

¹⁵ s/a, *Turismo en el mundo*, [en línea], México, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, Dirección URL: www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/.../pr33.pdf Consulta [03 de octubre de 2010].

Lo anterior puede explicarse mostrando cómo se han comportado las llegadas internacionales a nivel mundial; “del total de ellas la mayoría se dan en Europa o hacia esa región con el 58% del turismo internacional. América es la segunda región por número de llegadas por 129 millones, las que representan el 18% del total del mundo. Por su parte Asia Oriental y el Pacífico participan con el 16%; África con el 4%; Oriente Medio con el 3% y Asia Meridional con 1%”.¹⁶

En consecuencia, se puede afirmar que el turismo en la actualidad y en un futuro próximo seguirá siendo un sector con una fuerte dinámica expansiva debido a que su evolución va de la mano con el incremento del nivel de vida de los habitantes de las regiones turísticas, como es nuestro país. Por lo tanto, resulta pertinente ahondar en la forma como se ha ido desarrollando esta actividad en México.

1.1.2 *Trayectoria del turismo en México.*

La trayectoria del turismo contemporáneo en México puede ser analizada en cuatro períodos: el primero abarca de 1945 (fin de la Segunda Guerra Mundial) a 1959; el segundo se extiende entre 1959 y 1970, cuando empieza la planeación de los centros turísticos de Cancún e Ixtapa; el tercero comienza a mediados de los 70, en el momento en que se ponen en marcha y muestran sus primeros resultados; y el cuarto período abarca los sexenios de Vicente Fox Quesada y Felipe Calderón Hinojosa.

Al término de la Segunda Guerra Mundial, la situación de la industria nacional se encontraba en declive, debido a la caída de las exportaciones -particularmente aquellas que estaban destinadas al mercado estadounidense- razón por la cual el gobierno mexicano tomó la decisión de industrializar al país para que de esta forma hubiera un mayor desarrollo; no obstante, hacía falta capital e inversión para poder impulsar esta idea. Así, Miguel Alemán fue quien vio al turismo como un

¹⁶ *Ibidem.*

fenómeno económico que podía permitir el ingreso de las divisas necesarias para poder financiar tal industrialización.¹⁷

En 1946, durante su campaña presidencial, Alemán dio a conocer su “Declaración Turística” o “Carta Turística”, en la cual planteaba que el turismo nacional y extranjero servirían para desarrollar muchas zonas del país, lo cual elevaría los ingresos de sus habitantes y estimularía otras actividades económicas.¹⁸ Durante su administración, se dio un impulso significativo a los primeros polos turísticos como son: Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de México. Por todos los esfuerzos que se realizaron durante su administración en materia turística, a este presidente se le considera el gran impulsor y constructor de dicha actividad.

Como se puede observar, a pesar de los esfuerzos que se hicieron por impulsar el turismo, desde un principio se dio prioridad, en mayor medida, a los lugares que cuentan con playa poniendo menos atención a las ciudades y demás regiones con las que cuenta México que van más allá del sentido “playero”.

Uno de los avances importantes fue la promulgación de la primera Ley Federal de Turismo en 1949. Es importante señalar que en aquellos años la política relativa al turismo estaba a cargo de la Secretaría de Gobernación, sin embargo, para trabajar de forma más particular en esta industria se creó la Dirección General de Turismo, que tiempo después se convertiría en el Departamento de Estado de Turismo.

Con respecto al ingreso de turismo internacional a nuestro país, es relevante mencionar que desde esas épocas ha ido en ascenso, pues tan solo en 1950, México participó con el 3.8 por ciento del turismo mundial con 950 mil turistas,

¹⁷ Meixueiro Nájera, Gustavo, *Turismo* [en línea], México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión, Cámara de Diputados, Dirección URL: http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm Consulta [29 de septiembre de 2010].

¹⁸ *Ibidem*.

mientras que en 1999 recibió más de 19 millones de personas, lo que representa un crecimiento de veinte veces en el período que comprenden estas dos fechas.

Después del gobierno de Miguel Alemán, Adolfo Ruiz Cortines, “fomentó la actividad turística de los nacionales como un vínculo para afianzar la identidad nacional, impulsando la construcción del sistema carretero para aprovechar el desplazamiento y gasto de los viajeros en la mejora de las condiciones económicas de algunas regiones del país”.¹⁹

Entre 1945 y 1957 se comenzó a poner más empeño en la infraestructura de acceso para contribuir al desarrollo del país, promocionar el turismo y facilitar los trámites migratorios para los visitantes extranjeros.

En el aspecto de infraestructura terrestre se fortalecieron los tramos carreteros de México-Acapulco, México-Veracruz, México-Guadalajara, México-Guanajuato, México-Cuernavaca, se concluyó la carretera Panamericana que va desde Ciudad Juárez hasta la frontera con Guatemala, se construyó la primera central de autobuses en Guadalajara y se creó la Comisión Mexicana de Caminos; en cuanto a la infraestructura aérea se mejoraron los aeropuertos de México, de Acapulco y de Tijuana; empezaron a operar líneas aéreas internacionales como Air France, KLM, Aerovías Guest y Pan Am, realizándose el primer vuelo comercial a Europa (México-Madrid) en 1948.²⁰

En esta época se facilitó el financiamiento a inversionistas extranjeros y nacionales para desarrollar este sector, por lo que comenzaron a operar cadenas hoteleras como la *West Internacional* y la Hilton; siendo los empresarios internacionales quienes se vieron más beneficiados abarcando el mercado hotelero hasta la actualidad, minimizando de esta forma las inversiones nacionales.

¹⁹ *Ibidem.*

²⁰ *Ibidem.*

La segunda etapa del turismo moderno en México, abarca las administraciones de los presidentes Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz (1958-1970). Se caracterizó por fortalecer la identidad nacional incorporando a los atractivos turísticos la historia y cultura de nuestro país. Ambos mandatarios ubicaron al turismo como un instrumento de apoyo económico complementario y reconocieron su importancia en la balanza de pagos y en la fácil creación de empleos. Asimismo, consideraban que el turismo debía basarse en la promoción de las costumbres, el folklore, la arquitectura y las costumbres nacionales.²¹

Díaz Ordaz decía que “[...] el turismo representa un ingreso muy importante de divisas, que contribuye al financiamiento del desarrollo económico y social de nuestro país. Pero además significa una cosa más trascendental, el medio de que el pueblo dispone para propalar el conocimiento del modo de ser del mexicano, de sus virtudes, de su historia y de su arte [...]”²² En consecuencia, el gobierno se ocupó más en la edificación de museos y la remodelación de zonas arqueológicas de la época prehispánica y monumentos coloniales. De igual forma, la cuestión de infraestructura no se dejó de lado y se invirtió también en ella considerablemente:

- ❖ La construcción de infraestructura de acceso terrestre pasó de 28 mil 979 kilómetros pavimentados en 1960, a 41 mil 947 en 1970.
- ❖ Respecto a la infraestructura de acceso aéreo, se continuó con la construcción de aeropuertos en las principales ciudades del país, se extendió el número de rutas nacionales y se inauguraron nuevas rutas desde Sudamérica para conectar vía México con la ciudad de Los Ángeles, California.²³

A partir de 1956 se establecieron dos fideicomisos dentro del Banco de México para promover el turismo: el primero se encargaba de ofrecer préstamos

²¹ Cuestión que considero debe mantenerse también en la actualidad, debido a la riqueza de nuestro país y por lo tanto la promoción internacional debe ofrecer al visitante la historia, cultura y arte de México.

²² Meixueiro Nájera, Gustavo, *Op. Cit.*

²³ *Ibidem.*

ventajosos para la construcción de hoteles, el segundo estaba orientado a la construcción de nuevas infraestructuras turísticas.²⁴

En ese mismo año, se crea el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo con capital de 50 millones de pesos, el cual tenía como propósitos:

- estudiar y desarrollar los centros turísticos,
- estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como el fomento de empresas turísticas, ayudándolas en sus necesidades.

Es relevante mencionar que en 1959 se crearon las Cámaras Nacionales de Turismo y la Confederación de Cámaras Nacionales de Turismo, las cuales coordinaban a los prestadores de servicios entre sí y con el gobierno federal.

Asimismo, en 1962, el gobierno mexicano dio pie al Plan Nacional de Desarrollo Turístico, teniendo como punto de partida el desarrollo de nuevos destinos balnearios. Posteriormente, en 1965, se crea Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), un órgano paraestatal de administración de aeropuertos, responsable de las terminales aéreas en el país.

En 1973, se creó el Fondo Nacional para la Promoción del Turismo (FONATUR) con el propósito de reemplazar y fusionar los dos fideicomisos anteriormente mencionados. El FONATUR se basó principalmente en el otorgamiento de créditos para la edificación de hoteles de grandes dimensiones y de más de tres estrellas, operados por las grandes cadenas hoteleras tanto nacionales como multinacionales.

Respecto a la hotelería, en esta época se fortaleció la presencia de inversión extranjera. Para 1964 el número de hoteles había alcanzado los 3 mil 333, con un total de 92 mil 954 habitaciones, principalmente concentradas en los Estados de Guerrero, Jalisco, Tamaulipas, Veracruz y el Distrito Federal.

²⁴ Duterme, Bernard; Pleumaron, Anita, et Al. *Turismo hoy: ganadores y perdedores*. Popular, México, 2008, P. 232.

Una dimensión macroeconómica que ganó importancia, fue la escases de divisas en México, que exportaba mayoritariamente materias primas devaluadas en los mercados internacionales y que compraba, a precios muy elevados, máquinas herramientas y productos industrializados para respaldar su esfuerzo por sustituir importaciones.

Entonces, fue necesaria la promoción de México en el exterior tanto en medios escritos (periódicos, revistas, carteles) como audiovisuales, siendo una de las acciones más importantes para incrementar el flujo de visitantes internacionales. Derivado de acuerdos y convenios internacionales, entre 1959 y 1964, el Departamento de Turismo instaló 15 delegaciones en el extranjero, 12 en Estados Unidos, 2 en Canadá y una en Argentina.

En ese mismo periodo se crearon Los Ángeles Verdes, encargados del auxilio vial en la carreteras federales; de igual forma, se otorgó asesoramiento en materia turística a los gobiernos de los estados, así como al sector privado y social; se publicaron el Reglamento Interior del Departamento de Turismo y el Reglamento de Turistas, Guías Choferes y Similares.²⁵

En la década de los 60 y principios de los 70, los centros turísticos del Caribe y del sur de Estados Unidos tuvieron un importante auge. Dado el panorama, se entendería que México al percatarse de la oferta turística mundial, se adaptó a las necesidades del mercado internacional, desgraciadamente no fue así, por lo que se debilitó tanto la industria en nuestro país como el desarrollo en el mismo. Y es a finales de la década de los sesenta cuando finaliza el segundo periodo de desarrollo turístico moderno e inicia el tercero.

Dicho periodo, que se da a principios de los años 70, va acompañado de una crisis económica mundial la cual se ve reflejada en el flujo de viajeros alrededor del mundo.

²⁵ Meixueiro Nájera, Gustavo, *Op. Cit.*

En México, durante los mandatos de Luis Echeverría y José López Portillo (1970-1982), se reorientaron las políticas turísticas hacia el mercado nacional, por lo que se apoyó la creación de organizaciones de turismo que ayudarán a promover la demanda interna y se publicaron declaratorias de Zonas de Desarrollo Turístico Nacional que buscaban impulsar el turismo doméstico.

Durante la administración de Luis Echeverría se amplió considerablemente la promoción turística tanto nacional e internacional, aprovechando eventos como el IX Campeonato Mundial de Fútbol, celebrado en 1970, o el Festival Cervantino, el cual se llevo a cabo por primera vez en 1972.

Para fines de los 70 existían tres principales centros turísticos internacionales: Acapulco, Puerto Vallarta y Cozumel. Sin embargo, el gobierno se propuso diversificar un poco más los centros costeros y, como se mencionó anteriormente, se trabajo en la planeación de Cancún, Ixtapa y Puerto Escondido; esto se logró gracias a créditos otorgados por el Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), siendo el hecho turístico más importante la puesta en marcha de Cancún en 1975, e Ixtapa en 1978.²⁶

En cuanto al ámbito institucional, es relevante mencionar que se realizaron esfuerzos para consolidar este rubro a fin de lograr un mejor funcionamiento en el sector turístico. Se expidió la Ley Federal del Fomento al Turismo en 1974, con la cual se fusionaron el Fideicomiso de Crédito (FOGATUR) y el Fideicomiso de Inversión en Infraestructura en el FONATUR, encargado de la planeación y el desarrollo de los destinos turísticos; asimismo, se creó la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo para coordinar las dependencias del Ejecutivo que tuvieran relación con la industria, así como para construir empresas ejidales y comunales en zonas turísticas.

En ese mismo año se crea la Secretaría de Turismo, órgano del Poder Ejecutivo que desde entonces reúne todas las acciones del sector e intenta mejorar la

²⁶ El Centro Turístico, Puerto Escondido, fue hasta 1981.

coordinación de dicha actividad. Seis años después, en 1980, se emitió una nueva Ley Federal de Turismo, la cual resaltaba las zonas de interés de desarrollo turístico como estrategia de diversificación de la oferta principalmente dirigida al mercado interno.

Durante la administración de López Portillo, entre 1976 y 1982, se logró la sede del Centro Internacional de Estudios Superiores de Turismo, dependiente de la Organización Mundial de Turismo; se facultó a la Secretaría de Hacienda para otorgar estímulos fiscales en inversiones turísticas; se organizó el inventario turístico nacional; y se creó el Banco Nacional de Turismo. Sin embargo, al llegar al poder Miguel de la Madrid, se canceló tanto el Centro de Estudios Superiores en Turismo y como el Banco Nacional de Turismo, pero se dio inicio a las obras de infraestructura en las Bahías de Huatulco, proyecto que se concibió como un nuevo polo para promover el desarrollo de la región y estimular la economía del estado de Oaxaca; además se realizaron obras de consolidación en Cancún, Ixtapa, San José de los Cabos y Loreto, y se puso en marcha el programa de remodelación del Acapulco tradicional.

Tiempo después de la crisis mexicana de 1982²⁷, México cambió radicalmente su política turística. Una de las primeras medidas que se tomaron fue vender los activos públicos como hoteles, clubes de golf y centros de convención. Las cadenas hoteleras internacionales pusieron sus ojos sobre México y se establecieron en el país, asociándose con capitales nacionales y empresas locales. Esto fortaleció los centros tradicionales de Cancún, Puerto Vallarta y Acapulco. A lo largo de los años ochenta y noventa este modelo se consolidó extendiéndose a lo largo de todo el país.

²⁷ Tres fueron las principales causas de dicha crisis: 1) el aumento de las tasas de interés decidido por Washington; 2) la reducción de los ingresos petroleros y; 3) el sobreendeudamiento mexicano. No obstante, más allá de las causas fundamentales, los bancos privados de los países industrializados fueron quienes provocaron la crisis, al reducir de manera drástica los préstamos concedidos a México en 1982.

En el periodo comprendido entre 1985 y 1994, el crecimiento anual del turismo extranjero que visitaba nuestro país fue de 3.3% anual, mientras que en Estados Unidos fue del 6.6% y en el Caribe del 6.2%. La desaceleración del crecimiento anual del turismo proveniente de Norteamérica resulta muy significativa, ya que históricamente este ha sido el mercado más importante para México. Para el Periodo 1985-1990 el crecimiento anual del turismo proveniente de Estado Unidos fue de 9.6% para el periodo de 1990-1994 fue a penas de 1.9%.²⁸

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), se realizó la modernización y desarrollo de infraestructura, creando así la oferta de nuevos centros turísticos, a lo cual se dio continuidad en la siguiente administración.

Para el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000), se reconoció la pérdida de posicionamiento que se tenía frente a los principales competidores del Caribe y Estados Unidos, razón por la cual se pretendió fortalecer la competitividad de la industria turística en México agregando conceptos como “sustentabilidad” y por lo tanto se promovieron prácticas de cuidado a los recursos naturales y al medio ambiente. En este periodo, se siguió dando importancia a la infraestructura, especialmente a la red carretera, por lo que se decidió abrirle las puertas a la inversión privada con la posibilidad del cobro de peaje, ampliándose de esta manera la cobertura de carreteras de cuatro carriles, pasando de 4 mil 802 km en 1989 a 9 mil 562 km en 1996, permitiendo un nuevo impulso al turismo doméstico.²⁹

Para el gobierno de Vicente Fox, el discurso político no había cambiado mucho, pues se planteaba a la industria turística como prioridad nacional. El *slogan* del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, fue *Turismo: la fuerza que nos une*, el cual sustentaba a la actividad como: “estratégica para el desarrollo socioeconómico nacional por su dinamismo, por su capacidad de promover

²⁸ Meixueiro Nájera, Gustavo, *Op. Cit.*

²⁹ *Ibidem.*

diversos sectores de la economía, con beneficios que se proyectan a todas las clases sociales y por utilizar recursos renovables e ilimitados”.³⁰

En 2004, a pesar de que México ocupó el octavo lugar mundial en cuanto al número de viajeros que recibe (20 millones 500 mil personas, 9.6 por ciento más que en 2003), se posicionó en el doceavo lugar por ingresos, con 10,753 millones de dólares,³¹ aún cuando tuvo un incremento de 12.3 por ciento frente a 2003.

Al llegar Felipe Calderón al poder, se refirió al turismo como un sector estratégico para combatir la pobreza, impulsar el desarrollo regional y la conservación del medio ambiente y la cultura; se fijó como meta colocar a México entre los cinco países más visitados del mundo al año 2018³², cuestión que mostró sólo un ligero avance a lo largo de su mandato.

Ahora bien, para poder entender cómo es que el turismo es un sector que puede ayudar de manera considerable al desarrollo económico de un país, es necesario conocer el significado del término y diferenciarlo del concepto de crecimiento económico, ya que algunas veces suelen confundirse.

1.2 Diferencia entre desarrollo y crecimiento económico.

En diversas ocasiones suele utilizarse los términos desarrollo y crecimiento económico como si estuviera hablándose de la misma cosa. Sin embargo, a pesar de que van de la mano, tienen significados diferentes. Así, antes de comenzar a plantear sus diferencias, es pertinente definir cada uno de los conceptos.

³⁰ Zapata Hurtado, Martha Cecilia, “Errores y aciertos de la política turística mexicana”, [en línea], México, *Espacio ISRYR*, Instituto Superior de Hotelería y Restaurante, No. 5, semestral, Dirección URL: <http://www.ishyr.com.ar/revista/?file=%2Fdb%2Frevistas%2F5%2FErrores.htm&codRevista=12> Consulta [02 de octubre de 2010].

³¹ SECTUR, *Turismo como prioridad nacional*, [en línea], México, Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Mensaje_del_Presidente__El_Turismo_como_Prior Consulta [02 de octubre de 2010].

³² Planeta Azul, *Felipe Calderón ofrece convertir a México en potencia en turismo convencional y de naturaleza*, [en línea], 10 de diciembre de 2006, Dirección URL: <http://www.planetaazul.com.mx/www/2006/10/12/felipe-calderon-ofrece-convertir-a-mexico-en-potencia-en-turismo-convencional-y-de-naturaleza/> Consulta [30 de septiembre de 2010].

Por un lado, el desarrollo económico es *grosso modo* el logro de un equilibrio social a través del mejoramiento de la calidad física de la población afectada. Es sobre todo la existencia de condiciones tales como la educación, el saneamiento, la salud, la vivienda y el alimento los cuales permiten la regulación y garantía de bienestar social.

La preocupación del desarrollo económico es el logro de niveles de vida dignos para la población de bajos recursos en un país, en términos generales, lo que se propone es un nivel de activismo económico dirigido hacia sectores que presentan carencia de elementos básicos de subsistencia y se desarrollan en círculos viciosos de pobreza y miseria, los cuales retrasan el logro de objetivos en materia social y económica de países de renta baja y que muestran además un proceso sostenido de insuficiencia de recursos con los cuales dotar a la población para evitar efectos contrarios originados por una baja educación, baja productividad, alta dependencia política, libertad de decisión limitada e incluso carencia de una formación axiológica en la interacción social³³.

Así, el desarrollo económico tiene cuatro elementos fundamentales a partir de los cuales los países de bajos ingresos mejoran sus niveles de vida:

- ❖ Recursos humanos. A partir de los cuales se analiza la explosión demográfica y las condiciones en las que aumenta la población.
- ❖ Capital humano. Que sirve como recurso fundamental en la apropiación del conocimiento.
- ❖ Recursos naturales. Los cuales establecen las condiciones sobre las que es sostenible la economía y genera equilibrio ambiental.

³³ Sepúlveda, Gustavo, *Ajustes y Desajustes en el Concepto de Desarrollo Económico: Una Exploración Bajo la Óptica del Subdesarrollo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/desarrollo-economico> Consulta [18 de octubre de 2010].

- ❖ Formación de capital. Que es una fuente importante en el aumento de la producción.³⁴

Por su parte, el crecimiento económico es una variable que muestra si aumenta o disminuye el Producto Interno Bruto (PIB). Si el PIB crece a un ritmo superior al del crecimiento de la población, se dice que el nivel de vida de ésta aumenta. Si por el contrario la tasa de crecimiento de la población es mayor que la tasa de crecimiento del PIB, podemos afirmar que el nivel de vida de la población está disminuyendo. En pocas palabras, el crecimiento económico se refiere a la generación de riqueza o, lo que es lo mismo, al incremento de la producción de bienes y servicios.³⁵

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y él mismo implica un incremento notable de los ingresos así como de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchos puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad: la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento; no obstante, se requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo.

El primer valor que debemos tomar en cuenta es frente a quién nos comparamos, o a que sociedad tomaremos como punto de referencia de un modelo ideal de crecimiento y desarrollo. Para esto debemos considerar que el crecimiento no necesariamente está ligado al desarrollo, ya que el desarrollo incluye aspectos

³⁴ s/a, *La globalización como vía de desarrollo económico*, [en línea], Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/desarrolloeconomico/globalizacion> Consulta [18 de octubre de 2010].

³⁵ Chababo, Ezequiel; Meirovich Guido y Schuvaks Jonas. *Crecimiento y desarrollo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.scribd.com/doc/6074479/Crecimiento-y-Desarrollo-Economico> Consulta 16 de octubre de 2010].

inmateriales como son la libertad de pensamiento, de religión, intelectual, cultural, acceso a la información y opinión pública³⁶.

Ahora bien, para poder decir si una nación es desarrollada o no, se deben considerar aspectos materiales como el acceso a niveles mínimos de bienes y servicios de calidad; una medida homogénea a través de la cual puede calcularse el bienestar de una nación es el Producto Interno Bruto, que mide el valor de los bienes y servicios finales producidos al interior de una economía en un año determinado. En términos *per cápita*, el PIB es considerado como la medida de desarrollo económico.³⁷

Sin embargo, a pesar de que el PIB es una medida del desarrollo, debe tenerse especial cuidado en no interpretarlo como el desarrollo en si mismo, debido a que este requiere que el progreso económico no alcance sólo una minoría. La pobreza, desnutrición, salud, esperanza de vida, analfabetismo, corrupción deben ser eliminadas para un adecuado desarrollo. No obstante estas características se obtienen generalmente de forma natural cuando la renta *per cápita* aumenta.

Con respecto al nivel, un bajo nivel *per cápita* es un indicador de subdesarrollo, y para facilitar la comparación entre países a menudo se los convierte a una unidad común. El subdesarrollo se entiende entonces como:

[...]un bajo nivel de aprovechamiento de los recursos productivos con que cuenta un país, en términos generales, no es productor potencial y tiene alta dependencia respecto a países desarrollados, por lo tanto, tiene bajas tasas de inversión, bajas tasas de ahorro, estructura salarial muy sesgada, volatilidad en el índice de inflación, carecen de acumulación de capital, no generan investigación, no cuentan con muchas patentes, estructura de mercado poco diversificada lo cual se traduce en un sector exportador con productos que no generan un alto valor agregado y generalmente se especializan en el sector de materias primas, sufren de problemas

³⁶ *Ibidem.*

³⁷ *Ibidem.*

en su balanza de pagos, su nivel de deuda es elevado y el mercado no está lo suficientemente desarrollado.³⁸

Ahora bien, para poder entender cómo es que los países pueden hacer esfuerzos para superar -si no de manera definitiva si gradual- el subdesarrollo, es necesario conocer cuáles son los factores que provocan que se ubiquen en esta condición.

El primer elemento es la *asignación ineficiente de recursos*. La gran mayoría de los países subdesarrollados cuentan con una cantidad de problemas que les impiden que la asignación de recursos sea equitativa y por ende eficiente, consecuencia de esto es la falta de empleo. En el caso de México, existe una importante cantidad de gasto público que lo orilla a tener una carga tributaria significativa, lo que le impide una adecuada asignación de empleos.

Los *desequilibrios macroeconómicos recurrentes* son el segundo factor. “La existencia frecuente de déficit fiscales o de políticas monetarias expansivas, que se traducen en inflación e inestabilidad de precios, disminuye las posibilidades de crecimiento en los países en desarrollo. Altas y variables tasas de inflación dificultan el papel de los proveedores de información que los precios poseen”.³⁹

Dichos desequilibrios también pueden ocasionar constantes problemas en la balanza de pagos o inestabilidad en el tipo de cambio cuestión que orilla a los países a recurrir a elevados endeudamientos externos o a violentos cambios de sus paridades que desalienta en cierta forma la inversión extranjera.

Asimismo, la debilidad en las instituciones así como la existencia de grupos de presión y sobre todo la falta de perspectivas a largo plazo, son factores que ocasionan la inestabilidad macroeconómica en países subdesarrollados; por desgracia, nuestro país no se salva de dichos problemas, pues las instituciones mexicanas no han demostrado la fortaleza debida para desempeñar un papel ejemplar que contribuya a un equilibrio nacional además que los programas que

³⁸ Sepúlveda, Gustavo, *Op Cit.*

³⁹ Mochón, Francisco. *Op. Cit.* P. 393.

frecuentemente elaboran no son a largo plazo, sino en todo caso sexenales, por ejemplo, si en algún sexenio se plantea algún programa que en un futuro rendirá frutos, generalmente el gobierno siguiente no le da continuidad y se corta de tajo sin darle el debido seguimiento.

El siguiente factor es la *escasez del capital físico* pues la mayor parte de los países subdesarrollados carecen de fábricas y maquinarias así como de infraestructura, aspectos que son difíciles de superar. “Dado que el capital han de proveerlo, en principio, los propios habitantes de los países en vías de desarrollo, éstos deberán ahorrar, esto es, sacrificar consumo presente; pero no es fácil cuando el nivel de renta es bajo”.⁴⁰

El penúltimo elemento es el *limitado capital humano y físico* con el que cuentan los países en vías de desarrollo. Generalmente estos casos se dan debido a la existencia de regulaciones estatales que restringen la posibilidad de que el sector privado ofrezca servicios educacionales, de capacitación y de salud. Es relevante mencionar que la mayor parte de los recursos públicos dedicados a estas áreas son muy escasos, impidiendo el desarrollo óptimo de las mismas.

Asimismo, es importante resaltar que las inversiones de capital humano son clave para elevar la productividad del trabajo y son un factor de suma importancia en el desarrollo económico, cuestión que no es muy tomada en cuenta por los países subdesarrollados, pues si fuera aplicada tal cual su nivel desarrollo seria más elevado.

Por último tenemos un punto que es de vital importancia, nos referimos al *tipo de relaciones comerciales* con que cuentan los países. Estas repercuten de manera considerable en el desarrollo económico debido a que la mayor parte de las veces los países desarrollados aplican barreras de libre comercio muy estrictas que ocasionan que las posibilidades económicas de los países en vías de desarrollo se

⁴⁰ *Ibidem.*

vean mermadas y por lo tanto se desalienten al querer aplicar políticas de libre comercio.

A manera de conclusión, el crecimiento económico es una noción mucho más limitada que la de desarrollo, pues únicamente hace referencia a variables económicas - generalmente el PIB o la renta nacional -, dejando fuera otras variables sociales que el concepto de desarrollo incorpora o que pretende incorporar. El crecimiento hace referencia a un aumento de la renta y de la riqueza, pero no al modo en que ésta se distribuye. El concepto de desarrollo es, sin duda, más amplio y suele incluir algunos indicadores de la calidad de vida de los ciudadanos: educación, sanidad, etc.

El desarrollo es un concepto que ha adquirido un valor cualitativo, dejando en un segundo plano el concepto de crecimiento, el cual ha adquirido un valor cuantitativo, en tanto que se basa en el aumento de la producción de bienes y servicios y el desarrollo se enfoca más a los beneficios que la población pueda adquirir de dicha producción.

Así, la diferencia entre crecimiento y desarrollo es que el primero se refiere únicamente al avance alcanzado por un país con respecto a variables económicas como el producto nacional, el ingreso nacional, la inversión, etc.; mientras que el segundo refiere a un incremento en todos los niveles de la población pues no sólo se concentra en los aspectos económicos, sino que también contempla valores humanos, culturales y sociales.⁴¹

De hecho, el crecimiento puede existir en ausencia del desarrollo, es decir, para que el desarrollo de un país se dé a través del crecimiento económico debe existir un “efecto goteo”⁴², mediante el cual, los beneficios de tal crecimiento afecten positivamente en un principio a la población de mejores niveles de renta y

⁴¹ Castillo Martín, Patricia. *Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, Vol. III, 2011, P.

5

⁴² *Ibidem*.

gradualmente esto se vaya transmitiendo a los sectores marginados; sin embargo, el efecto es contradictorio debido a que se presta para una mayor acumulación del ingreso y el empeoramiento de las condiciones de pobreza de un país. He ahí la razón de distinguir ambos conceptos. Para efectos de nuestra investigación, nos enfocaremos en el término de desarrollo, debido a que veremos qué efectos tiene el turismo sobre él en nuestro país.

Como pudimos observar, el turismo tanto a nivel internacional como nacional ha ido cobrando importancia de manera significativa. Sin embargo, el modelo turístico que se ha aplicado desde los años 50, basado en el turismo de playa, no ha cambiado y a pesar de que existen otras alternativas para atraer turistas, estas no han sido aprovechadas dejando de lado una gran oportunidad para promocionar y explotar, en nuestro caso, toda la riqueza con la que cuenta México.

Dada toda la información anterior, la cual nos ha permitido tener una visión general de cómo es que el turismo, desde su concepción, se ha desarrollado tanto a nivel internacional como nacional y teniendo claro el significado de lo que es el desarrollo económico, es pertinente dar pie ahora al capítulo en el que conoceremos los puntos clave que nos permitirán dar cuenta de la magnitud que tiene el turismo sobre el desarrollo económico de nuestro país. Asimismo, explicaremos el motivo por el cual sostenemos que México es un territorio diverso y que puede proyectarse al exterior como algo más que “un lugar de sol y playa”.

2. Contribución del turismo al desarrollo económico de México

Dado que el turismo es uno de los principales motores para la economía mexicana, es prudente darle la importancia que merece. Es por ello que en este segundo capítulo se abordan los temas que favorecen el desarrollo de dicho sector en nuestro país. En primera instancia, se exponen la infinidad de lugares turísticos con los que cuenta México, los cuales son desaprovechados en su mayoría, pues a lo largo de los años se le ha dado mayor valor a las playas mexicanas que, a pesar de ser importantes turísticamente, no son el único atractivo que puede ser explotado.

Asimismo, se aborda el tema de quienes son los que invierten en esta actividad, debido a que de ello depende en gran medida que tanto pueda desenvolverse y que tan relevante resulte o no para el país.

Por último, se revisa cómo el sector turístico contribuye a la creación de empleo y la atracción de divisas, pues ambos son de gran importancia para la economía del país y no pueden dejarse de lado.

2.1 Turismo como estrategia de desarrollo en México.

En una buena parte de los países del mundo, el turismo representa una pieza importante en la economía de cada uno de ellos, pues, como actividad económica, por un lado está definido por su demanda y el consumo de los visitantes; por otro, se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda. En su conjunto, incluye una amplia gama de actividades diferentes, por ejemplo, transporte hacia y dentro de los destinos, alojamiento, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor, etc. Así, el turismo internacional resulta ser una fuente fundamental de ingresos para muchos destinos.

La importancia del turismo desde un punto de vista económico, resulta relevante debido a su participación en el crecimiento económico, en la generación de

empleos, en la preservación del medio ambiente y en su aportación al desarrollo regional.

De tal forma podemos mencionar diversos motivos por los cuales el turismo es de vital importancia no solo para la economía internacional sino también para las economías nacionales:

- Es una puerta al desarrollo económico, porque es generador de riqueza.
- Es un proyecto de vida, ya que provee empleos y alternativas para que la gente pueda desempeñar un oficio o profesión dentro de la industria turística.
- Cumple una importante función social, pues estimula el desarrollo por medio de la construcción de nueva e innovadora infraestructura, así como la creación de vías de acceso a comunidades locales y el establecimiento de microempresas vinculadas a la prestación de servicios turísticos.

La importancia económica de esta actividad en todo el mundo no es nueva, pues desde la década de los sesenta, diversos países pobres vieron en el turismo una alternativa para promover el crecimiento de sus economías, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), afirmó en esa época que el turismo tenía los elementos necesarios para dicho fin, señalando que podría tener alcances ilimitados “[...] lo que motivó que tanto el Banco Mundial como las Naciones Unidas enfocaran sus esfuerzos a la promoción del turismo en los países en vías de desarrollo. Para apuntalar tal promoción, las Naciones Unidas declararon 1967 como el Año Internacional del Turismo”.⁴³

⁴³ Castro Ávila, Ulises, *El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México*. [en línea] En TURyDES Vol 1, Nº 1, octubre 2007, Dirección URL: www.eumed.net/rev/turydes/01/uca.htm Consultado [28 de Marzo de 2011].

Lo anterior motivó a los gobiernos de diversos países a ver al turismo como estrategia central para el desarrollo por lo que comenzaron la promoción de esta actividad, apoyados principalmente por urbanizadores y empresas multinacionales relacionadas a la construcción, sectores muy favorecidos desde el punto de vista económico por las actividades turísticas masivas.⁴⁴

Así, al darse cuenta del efecto multiplicador del turismo en la economía, diversos países decidieron tomar como punto de lanza de su desarrollo a esta actividad, convirtiéndolo en un modelo, sin embargo, los resultados que esta genera son diferentes en cada economía, pues, por un lado, en los países desarrollados el turismo ha sido soporte para reciclar grandes ciudades transformándolas en parques temáticos, lo que origina que estos países sean lo que lideren al turismo a escala internacional, ejemplo de ellos son Estados Unidos, Canadá, España, Francia y Gran Bretaña.

Por otro lado, para los países emergentes, el turismo cumple con diferentes funciones, pero todas ellas de gran impacto y generación de magnas transformaciones, tanto en lo económico, como en lo social, político, cultural y medioambiental.

En el caso de México, el turismo va más allá de una simple actividad que forma parte de nuestra sociedad, pues los beneficios que genera para el país no sólo se reflejan en los empleos que crea, en los ingresos económicos que atrae al país y en la difusión de atractivos culturales y naturales, sino que también resulta ser una industria clave para el desarrollo regional, además de ser un sector que bien puede brindarle a nuestro país la ventaja comparativa que le permita insertarse en la división internacional del trabajo, es decir, que nos permita demostrar lo fuerte y fructífero que puede llegar a ser.⁴⁵

⁴⁴ *Ibidem.*

⁴⁵ El principio de la ventaja comparativa de David Ricardo nos dice que “un país exportará aquellos bienes y servicios que puede producir a un coste de oportunidad reducido e importará aquellos

Por si sólo, este sector representa el 9 por ciento del Producto Interno Bruto de México y genera más del 9 por ciento del empleo directo e indirecto. Asimismo, el número de turistas que visita México, por ejemplo, a principios de 2008, se estimó en 16,844 millones, un incremento del 5,2 por ciento respecto al año anterior, teniendo un cierre de 22 millones de visitantes extranjeros quienes gastaron 10,3 mil millones de dólares, un 6,3 por ciento de aumento sobre el período de 2007,⁴⁶

En la siguiente tabla, podemos observar cómo es que han variado tanto las llegadas de turistas internacionales a nuestro país como el gasto que los turistas han realizado. Si bien es cierto que ambos indicadores han ido en ascenso, también es cierto que en 2009 disminuyó, pues la diferencia a comparación de 2008 fue de -1, 183.21 en llegadas de turistas internacionales y de -1, 596.48⁴⁷ en el gasto que realizaron los mismos, viendo de nuevo como afecto la alerta sanitaria por la gripe A H1N1. Para 2011, hubo una ligera recuperación que se debilitó para 2012 muy a pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno federal para promover nuestro país y así atraer más turismo.

bienes y servicios que, de otro modo, produciría a un coste de oportunidad alto” En este caso, el turismo resulta ser un sector en el que México tiene ventaja comparativa, dado que el “producto” ya lo tiene, sólo requiere de una mejor planificación y una constante y atractiva promoción para obtener beneficios.

⁴⁶ Fuente: Sectur.

⁴⁷ Fuente: DataTur

Tabla 1**Llegadas de turistas internacionales y gasto que realizaron****2006-2012**

Concepto	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Turistas internacionales (miles)	21,352.63	21,369.72	22,637.31	21,454.10	22,395.08	23,403.00	23,113.00
Gasto (millones de dólares)	9,559.42	10,340.23	10,817.04	9,220.56	9,894.00	9,696.00	10,465.00 (estimado)

Fuente: Elaboración propia con datos de Datatur

La tabla 1, nos ofrece los datos que son el sustento para entender que México se ubique en el lugar número 10 del mundo en cuanto a las visitas de turistas extranjeros y en el número 17 en términos de ingresos procedentes del turismo,⁴⁸ cuestión que lo sitúa como uno de los grandes destinos en el mercado internacional. Sin embargo, a pesar de posicionarnos dentro de los 10 países más importantes en cuestión turística, debemos resaltar que en vez de avanzar, retrocedimos, pues hemos caído tres lugares, lo cual fue ocasionado por la falta de una agenda nacional que involucrara a todos los actores que participan en este sector, entendiéndose gobierno federal, gobiernos estatales y municipales, y el sector privado por supuesto.

Así, con el objetivo de promover más y de mejor manera este ramo, a principios de 2011, durante la Convención Nacional de Turismo, el entonces Presidente de la

⁴⁸ Consejo de Promoción Turística de México, *Panorama del Sector Turístico*, [en línea], México, Dirección URL: http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/CPTM_Panorama_del_Sector_Turistico. [Consulta: 05 de junio de 2010].

República, Felipe Calderón Hinojosa, firmó un decreto a través del cual este año fue considerado como el “Año del Turismo en México”, esto con el propósito de atraer más turistas a nuestro país. En este acuerdo se establece una agenda nacional en la que participan Gobierno Federal, Poder Legislativo, Gobiernos Estatales y Municipales, Iniciativa Privada, Sector Financiero, Medios de Comunicación y Universidades, y en la que se pretende marcar al turismo como prioridad nacional.⁴⁹ Uno de los principales objetivos de este acuerdo es que se pueda diversificar aun más el turismo para que los beneficios, que ya de por sí genera, se incrementen en el país.

Es por eso que durante la XXIX Reunión Nacional de Funcionarios Estatales de Turismo que se celebró en la ciudad de Campeche, la Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, convocó a los secretarios de Turismo estatales a fortalecer el trabajo coordinado para que con esto el sector crezca, la llegada de visitantes nacionales y extranjeros aumente y la derrama económica se incremente para que México en materia turística se coloque en los primeros cinco lugares a nivel mundial, por lo que los Secretarios de Turismo de todo el país se comprometieron a trabajar para hacer que esta actividad sea la principal del país y pueda ser la principal fuente de divisas, incluso, que supere a las remesas y al petróleo⁵⁰.

Así, para poder decir que el turismo resulta ser una alternativa para el desarrollo de cualquier región, es necesario conocer todos los recursos que pueden ser aprovechados desde el punto de vista turístico, ya que, como lo hemos venido mencionando, México no es solo un país de sol y playa y cuenta con una gran diversidad de atractivos que no habían sido aprovechados o mejor dicho, promocionados a nivel mundial y en la actualidad se ha trabajado en pro de su difusión.

⁴⁹ Guevara Manzo, Gloria, 2011. *El turismo en México*, [en línea] Dirección URL: <http://www.concanaco.com.mx/> Consulta [1 de Marzo de 2011].

⁵⁰ Cfr. SECTUR, Boletín 31 Se fortalecerá la coordinación entre SECTUR y estados para impulsar el desarrollo del país: Guevara Manzo. Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_31 Consulta [11 de Marzo de 2011]

Como es bien sabido, México es un destino turístico asociado directamente con las playas y si bien esto le ha traído beneficios significativos también es cierto que ha limitado la promoción de otros destinos que resultan igualmente importantes. Entonces, cabría preguntarse: ¿Por qué solo se ha proyectado como un lugar de sol y playa?, ¿Su único atractivo turístico son las playas?

Alrededor de la década de los 50, México decide comenzar a desarrollar la actividad turística, desconociendo las consecuencias de llevar a cabo un modelo de desarrollo basado en impulsar la creación de ofertas (principalmente hoteleras) y en crear infraestructura necesaria de conectividad y accesibilidad, primero en los llamados Centros Turísticos Tradicionales y posteriormente con los Centros Integralmente Planeados (CIP)⁵¹.

Sin embargo, desde que se comenzó a promover turísticamente a México, las playas fueron un atractivo que sin lugar a dudas se posicionó como el logo de mercado que vendería a nuestro país en este ramo alrededor del mundo, es decir, los anteriormente mencionados CIP, fueron los atractivos por excelencia de nuestro país.

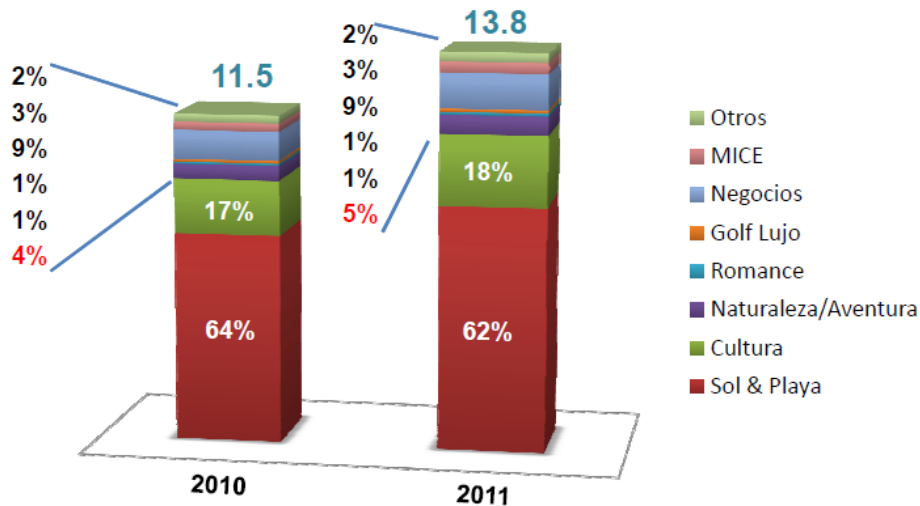
Como puede observarse en la siguiente gráfica, el motivo principal para viajar a nuestro país son las playas, habiendo un mínimo de visitantes por otros motivos. Tan solo en 2010, del total de visitantes, el 64% lo hizo a alguna playa mientras que solo el 36% visitó un lugar diferente. Ya para 2011, se presentó un ligero incremento del 2%, comparado con el año 2010, en el motivo de los viajes realizados por extranjeros a nuestro país; sin embargo, “sol y playa” no dejó de tener la importancia que durante tantos años ha mantenido y a pesar de que otros son los atractivos que también se visitan, resulta evidente la necesidad de aprovechar dichos sitios al máximo y darles la promoción necesaria para que contribuyan a la atracción de más turistas.

⁵¹ Vanégas Pérez, Marisol; Ferreyra Acosta, Vicente. *Turismo justo: En busca de un modelo de turismo incluyente, superior y equilibrado que garantice que lo que pueda llegar a ser sustentable sea ante todo justo*, en Análisis del Turismo 3, SECTUR, México, 2008, P. 73.

Gráfica 1

Porcentaje de visitantes al país según el motivo del viaje

2010-2011



El modelo original de CIP –basado principalmente en la concentración hotelera en zonas planificadas –, que fue novedoso en su época, ha mostrado signos de madurez, tanto por la dimensión alcanzada en los casos más exitosos y los problemas generados por el crecimiento de los propios CIP y de los municipios en donde se hallan ubicados, como por las dificultades que han surgido en otros destinos para lograr un despegue efectivo⁵².

Si bien es cierto que los beneficios que este modelo le ha traído al país en cuestión turística han sido importantes, debido a que resulta ser el que ha atraído millones de turistas a nuestro país por décadas, también es cierto que los CIP no son los únicos destinos turísticos con los que cuenta México, sino que también

⁵² Los CIP iniciados entre 1974 y 1984 fueron Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Loreto y Huatulco. En la actualidad, ofrecen 244 hoteles y más de 36.700 cuartos, representan el 40% de la oferta hotelera de 5 estrellas y reciben al 40,6% de los turistas extranjeros.

tiene otros que están consolidados en el interior, entre los cuales se destacan las ciudades históricas y otros lugares de interés cultural y natural⁵³.

Nuestro país se divide en seis regiones turísticas⁵⁴, las cuales cuentan con una gran diversidad de atractivos que se adaptan a todo tipo de gustos, necesidades e intereses que van desde lo natural hasta lo cultural e histórico. A continuación mencionaremos cada una de ellas.

1. Norte de México. Los desiertos y dunas del norte del país, donde el calor es extremoso en verano (22 a 27.2°C) y las temperaturas descienden bajo cero en invierno, se extienden por los estados de Chihuahua, Coahuila, Sonora, Durango, Nuevo León, Tamaulipas y Zacatecas.

Esta región, por la cual atraviesan la Sierra Madre Occidental y la Sierra Madre Oriental, ofrece lugares impresionantes que resultan ser ideales para el campismo y los safaris; uno de estos territorios es el desierto de Cuatro Ciénegas, en el estado de Coahuila. Asimismo, se puede admirar de interesantes zonas arqueológicas como Alta Vista y La Quemada, esto en el estado de Zacatecas; en Chihuahua, se puede disfrutar de Barrancas del Cobre.

En Sonora, se encuentran las mejores playas del norte del país: Guaymas, San Carlos, Bahía de Kino y Puerto Peñasco, así como los desiertos de dunas activas de El Pinacate y el Gran Desierto de Altar, recién declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En el estado de Nuevo León, se puede conocer la ciudad de Monterrey, tierra del cabrito e importante centro industrial y de negocios, pasando por el famoso Cerro de la Silla. Mientras que en Tamaulipas se puede disfrutar de la gran variedad de flora y fauna que habita en la Reserva de la Biosfera El Cielo, lugar que conjunta cuatro ecosistemas, y una de las

⁵³ Es tanta la riqueza con la que cuenta México, que en la actualidad, 31 sitios mexicanos han sido declarados Patrimonio de la Humanidad; tiene 30 mil sitios arqueológicos y, por si fuera poco, gracias a que tiene una de las mejores cocinas del mundo, esta ha sido declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

⁵⁴ VISIT MEXICO, Seis Regiones, [en línea], Dirección URL: es.visitmexicopress.com
Consulta [25 de Marzo de 2011]

zonas arqueológicas más antiguas, el Complejo Cueva del Diablo, que data de hace unos 8,000 años.

2. Centro de México. Esta es una de las regiones con mayor riqueza natural y cultural del país. Abarca los límites del altiplano, en el norte, cerca de la Huasteca, hasta los bordes de la Sierra Madre, en el sur. Cuenta con un clima templado, 30°C en verano y -3°C en invierno, el cual puede variar dependiendo de la zona geográfica, valle o montaña, en la que uno se encuentre.

Aquí se puede visitar la Ciudad de México, capital de la República, donde se puede admirar la fantástica arquitectura de los edificios que decoran su Centro Histórico; visitar la Basílica de Guadalupe; o conocer los tradicionales barrios de San Ángel, Coyoacán y Xochimilco, este último famoso por sus canales que se pueden recorrer en "trajineras", curiosas embarcaciones de madera decoradas con flores. También podrá descubrir impresionantes zonas arqueológicas como Teotihuacán, en el Estado de México; Xochicalco, en Morelos; Cacaxtla, en Tlaxcala y Tula, en Hidalgo; así como suntuosos espacios naturales como el parque nacional de los volcanes Iztaccíhuatl-Popocatepetl, entre los estados de México y Puebla; el Nevado de Toluca, en el Estado de México; el Cerro del Tepozteco, en Morelos; las Lagunas de Zempoala, entre los estados de México y Morelos; el Santuario de la Mariposa Monarca, en Michoacán; la Sierra Gorda y la Peña de Bernal, en Querétaro; y la región de la Huasteca, en San Luis Potosí, donde también podrá visitar la misteriosa población "fantasma" de Real de Catorce.

Asimismo, en Aguascalientes se puede vivir la alegría de su tradicional Feria de San Marcos; y en Guanajuato, ciudad colonial sede del Festival Cervantino, se puede pasear por sus callejones llenos de historia y leyenda

3. Golfo y sur de México. A esta región, con uno de los ecosistemas más sorprendentes y con mayor biodiversidad de la Tierra, la bañan dos mares: el Golfo de México y el Océano Pacífico. Pródiga en recursos naturales, cultura y

tradiciones y con clima tropical y subtropical (con temperaturas superiores a los 25 °C), aquí se ubican los estados de Veracruz, Tabasco y Chiapas.

La franja de playas en Veracruz conocida como Costa Esmeralda, que comprende desde Nautla a Tecolutla, es ideal para la práctica del buceo, la pesca deportiva, el rappel, la tirolesa, el rafting e incluso kayakismo. Asimismo, este estado ofrece al visitante atractivos como la zona arqueológica de El Tajín, con sus Voladores de Papantla, el Pico de Orizaba, la montaña más alta de México y el mayor puerto comercial del país.

Hacia el Sur se extiende Tabasco, mezcla de escenarios naturales como el Parque-Museo La Venta, el Parque Ecológico Yumká y Kolem Jaa', en Tacotalpa, el Museo Regional de Antropología "Carlos Pellicer Cámara" y las Grutas de Coconá, con la modernidad de su capital, Villahermosa.

Hacia el Pacífico se encuentra Chiapas que brinda al visitante el esplendor de lugares como la selva Lacandona, el Cañón del Sumidero y las cascadas de Agua Azul. Este estado sorprende también con sus manifestaciones de sincretismo religioso en San Juan Chamula, la magia de los vestigios mayas en la ciudad de Palenque, y poblaciones conocidas mundialmente, como San Cristóbal de la Casas y Tapachula.

4. Península de Yucatán. Localizada al sureste de la República Mexicana y rodeada por las aguas del Golfo de México y el Mar Caribe, se caracteriza por tener, durante todo el año, un clima cálido y húmedo (entre 25 y 26°C), adecuado para disfrutar de sus costas y paisajes naturales. Esta región, que comprende los estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo, es famosa por su gran cantidad de sitios arqueológicos, legado de los antiguos mayas que ahí habitaron.

En Campeche se puede visitar el *Tesoro Escondido de México*, una Ciudad Amurallada, declarada como Patrimonio de la Humanidad; flanqueada por zonas

arqueológicas como Edzná y Calakmul, esta última, parte de la Reserva de la Biosfera más grande del País.

Cerca de Mérida, en medio de una zona de cenotes (espejos de agua interconectados de forma subterránea), se encuentran los sitios más visitados del mundo maya: Chichén Itzá y Uxmal.

En Quintana Roo se localiza Cancún, uno de los más importantes desarrollos turísticos, así como la Riviera Maya, donde se encuentran los parques naturales Xcaret y Xel-Há; la Reserva de la Biosferas de Sian Ka'an, Cozumel e Isla Mujeres, lugares ideales para la práctica del buceo sobretodo en el Gran Arrecife Maya, el segundo más grande del mundo, ubicado a pocos kilómetros de ambas islas.

5. Costa del pacífico. Ubicada en la parte occidental de la República, la Costa del Pacífico es una franja de más de 1,700 kilómetros de playas, montañas y valles, que abarca desde Sinaloa hasta la zona del Istmo de Tehuantepec, en el estado de Oaxaca. Su clima es tórrido-tropical (32°C máxima – 15°C mínima, aproximadamente) en las zonas de playa y mucho más fresco, incluso frío, en sus zonas montañosas que forman parte de la Sierra Madre del Sur.

En la parte sur del estado de Sinaloa, destaca Mazatlán, con su famoso carnaval, uno de los más importantes del país, seguido por el místico Nayarit, caracterizado por las tradiciones y la ancestral sabiduría de los indígenas coras y huicholes.

Más hacia el sur destacan cuatro joyas tapatías: Puerto Vallarta; la Costalegre; el volcán de fuego, ubicado en los límites con Colima; y la bellísima ciudad de Guadalajara. En Michoacán, las playas de Maruata son estupendas para la práctica del surf; en ese mismo estado se puede admirar la estupenda arquitectura de la ciudad de Morelia. En Colima, se encuentran las playas de Manzanillo; y en Guerrero, se encuentra la pintoresca ciudad de Taxco, donde

puede adquirirse la mejor joyería de plata; mientras que en la región de la costa se disfruta de las playas de Ixtapa-Zihuatanejo, de oleaje tranquilo que invitan al descanso y Acapulco, considerada durante años como la bahía más famosa del mundo.

Finalmente, en Oaxaca sobresalen la ciudad capital y las zonas arqueológicas de Monte Albán -Patrimonio de la Humanidad- y Mitla, así como Zipolite, una de las playas nudistas más concurridas y Huatulco, uno de los destinos turísticos con mayor crecimiento durante la última década, con sus más de 9 bahías casi vírgenes de inigualable belleza.

6. Península de Baja California. Ubicada al noroeste del País, la Península de Baja California limita al norte con los Estados Unidos, al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Mar de Cortés. Cuenta con un clima privilegiado, con días soleados durante la mayor parte del año y una temperatura promedio de 30° C durante el verano y de 15° C en el invierno.

Su territorio, de aproximadamente 1,300 Km. de longitud, se divide en dos estados: Baja California y Baja California Sur. En el primero de ellos destaca la Ciudad de Tijuana, uno de los destinos fronterizos más visitados del mundo, en la cual se puede visitar Ensenada, una población rodeada de campos vinícolas, que en los últimos tiempos se ha convertido en la capital cultural de la península; la Laguna Ojo de Liebre, donde se puede practicar la observación de ballena gris; y cerca de ahí, Rosarito, uno de los mejores destinos para bucear y pescar.

En el estado de Baja California Sur se pueden disfrutar las estupendas instalaciones con que cuentan los resorts & spas de Los Cabos, uno de los destinos más exclusivos de México, y que, además, cuenta con excelentes campos de golf de fama internacional. Pocos kilómetros al norte, en La Paz y en Loreto usted podrá practicar la pesca deportiva, el surf y el windsurf, el kayak, el buceo y la observación de ballenas en el Mar de Cortés.

Así, a pesar de que México cuenta con tantos símbolos culturales conocidos a nivel internacional, y que buena parte de su atractivo como país turístico, pertenecen a este ámbito, se trata de una oferta más dispersa y menos estructurada que el turismo de playa, y con menor presencia en el mercado internacional. Teniendo en cuenta el potencial de México para atraer otros segmentos de turismo, interesados en la cultura y en la naturaleza, así como las oportunidades que suponen para el desarrollo regional y local, es necesario dedicar esfuerzos a una mejor organización, planeación y promoción de destinos y productos turísticos en el interior del país y en zonas menos desarrolladas.

Es importante resaltar que a pesar de que somos uno de los países más importantes turísticamente hablando, algunos otros como Malasia o Turquía nos han superado. Por lo que, para poder desarrollar más y de mejor manera todos los recursos con los que cuenta México, tanto culturales como naturales e históricos y poder posicionarnos dentro de las cinco naciones líderes en cuestión turística e incluso aumentar en un 15 por ciento la llegada de turistas extranjeros a nuestro país, se necesitan programas más agueridos que cuenten con una planeación estratégica integral que permitan el aprovechamiento óptimo de dichos recursos, ya que no resulta ser suficiente la agenda nacional con la que se cuenta.

Para que lo anterior pueda ser posible, también es necesaria la inversión tanto nacional como extranjera, pública y privada, es por eso que en el siguiente apartado veremos quienes son los actores que le inyectan capital a esta actividad en nuestro país.

2.2 Inversiones en el ámbito turístico

Para poder invertir en un país, sobre todo en el sector turístico, es necesario ver si es rentable o no dicha inversión y analizar los pros y contras para después decidir si resulta conveniente llevarla a cabo. Por lo tanto, a continuación destacaremos

algunos puntos a favor de nuestro país por los cuales resulta óptimo invertir turísticamente.

Es importante mencionar que dentro del mercado internacional, México es el primer lugar en llegadas de turistas internacionales en América Latina y décimo a nivel mundial (21.1 millones de visitantes en 2009) como puede observarse en la tabla 2. Asimismo, el mayor porcentaje de turistas a nuestro país proviene de América del Norte, pues Estados Unidos ocupa el segundo lugar de turistas que más gastan y Canadá el séptimo,⁵⁵ lo cual resulta obvio debido a la vecindad que se tiene con ambos países.

Tabla 2
Ranking internacional de llegadas internacionales

Ranking	País	Llegadas turistas	Región
1	Francia	74.2	Europa
2	EUA	52.9	América del Norte
3	España	52.2	Europa
4	China	50.9	Asia
5	Italia	43.2	Europa
6	Reino Unido	28.0	Europa
7	Turquía	25.5	Europa
8	Alemania	24.2	Europa
9	Malasia	23.6	Asia
10	México	21.5	América del Norte
11	Ucrania	20.3	Europa

Fuente: UNWTO

⁵⁵ FONATUR, *¿Por qué invertir en México?*, [en línea], Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/ventas/index_invertirmex.asp Consulta [10 de enero de 2011].

Asimismo, México cuenta con una enorme cantidad de atractivos que van desde lo natural hasta lo gastronómico, tal como puede verse en la tabla 3:

Tabla 3

Características que hacen de México un país atractivo para visitar e invertir

Atractivos
Cuenta con 11 mil Km. de costa: Mar de Cortés, Pacífico, Golfo de México.
Es la cuarta nación con mayor número de ciudades Patrimonio de la Humanidad.
1er nación con más Reservas arqueológicas.
Teotihuacan alcanza los 2.5 mil visitantes anuales
Chichén Itzá percibe 1.2 mil visitantes anuales
1er nación con más Zonas naturales protegidas.
Cuenta con 25 millones de ha en 173 áreas naturales protegidas, cuatro de ellas patrimonio natural de la humanidad.
1er lugar en Latinoamérica en lugares para el ecoturismo.
2do lugar mundial en biodiversidad

Fuente: Elaboración propia con datos de FONATUR.⁵⁶

Nuestra posición geográfica también resulta fundamental pues, además de ser vecinos de uno de los mercados más grandes y fuertes del planeta, es decir, Estados Unidos⁵⁷, somos el puente entre norte, centro y Sudamérica.

Una vez mostrados algunos de los puntos por los cuales resulta atractivo invertir en México, es importante mostrar de dónde provienen las inversiones turísticas, tanto nacionales como extranjeras. La inversión nacional proviene tanto de empresas mexicanas como del Gobierno Federal y Gobiernos Estatales, así como de instituciones que desarrollan programas para apoyar el desarrollo turístico en

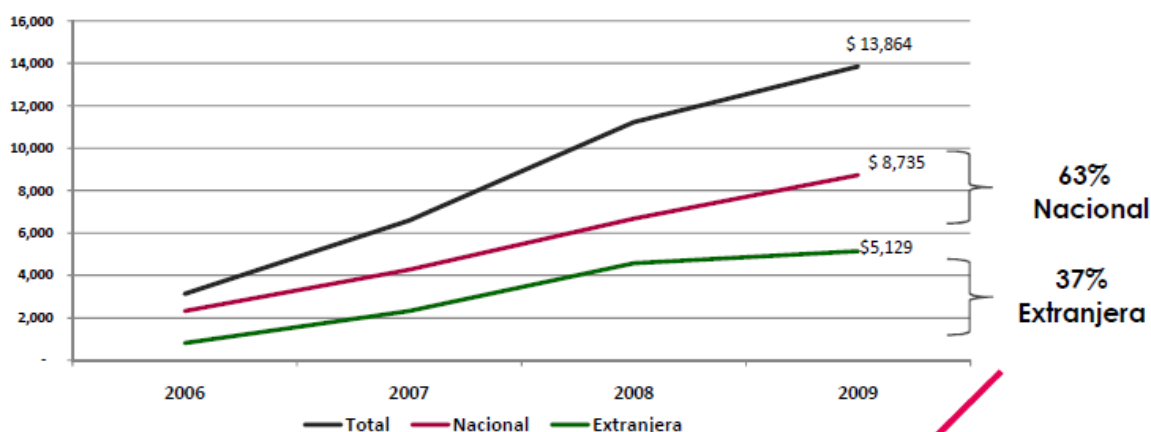
⁵⁶ FONATUR, *Oportunidades de inversión en el sector turístico mexicano*, [en línea], Dirección URL: <http://www.fonatur.gob.mx> Consulta [12 de enero de 2011].

⁵⁷ Nuestra frontera norte colinda con los estados de California, Nuevo México, Arizona y Texas.

México⁵⁸; mientras que la inversión extranjera proviene principalmente de España, Estados Unidos y Canadá. Es cierto que en mayor medida, la inversión percibida turísticamente proviene de inversionistas nacionales pero también es cierto que la inversión extranjera es de suma importancia para el desarrollo de este sector en nuestro país, basta ver la gráfica 2 para poder corroborarlo.

Gráfica 2

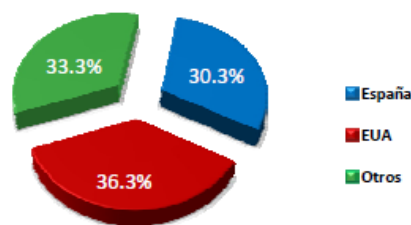
Inversión nacional y extranjera 2006-2009



• Inversión 2006-2009

- Nacional 8,735 mdd.
- Extranjera 5,129 mdd

Inversión Extranjera Privada por País 2009



Fuente: SECTUR

En 2010, del 100% de la inversión turística, el 86% fue nacional y el resto extranjera, siendo Estados Unidos el país que más invirtió en este sector seguido de Canadá tal como puede observarse las tablas 4 y 5.

⁵⁸ Véase Anexo 1.

Tabla 4

Procedencia de inversión turística 2009-2010

PROCEDENCIA	2010	% DE PARTICIPACION	2009	Diferencia 2010/2009
NACIONAL	\$2250.84	86.07%	\$1250.65	1000.19
EXTRANJERA	\$364.34	13.93%	\$430.03	-65.69
TOTAL	\$2615.18	100%	\$1680.68	934.50

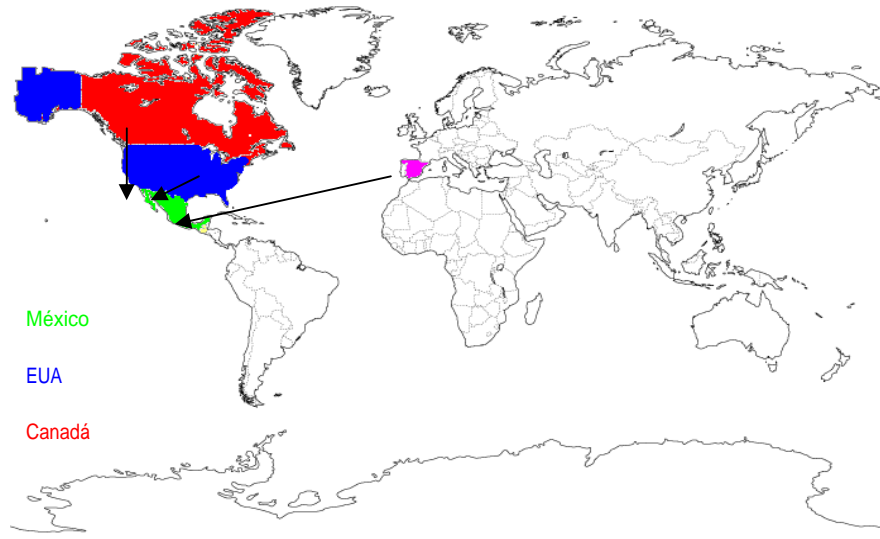


Tabla 5

Inversión turística extranjera por país 2009-2010

España	\$60.81	10.92%
Estados Unidos	\$135.59	38.80%
Canadá	\$55.70	16.68%
Otros Países	\$112.24	33.60%
Total	\$364.34	100.00%

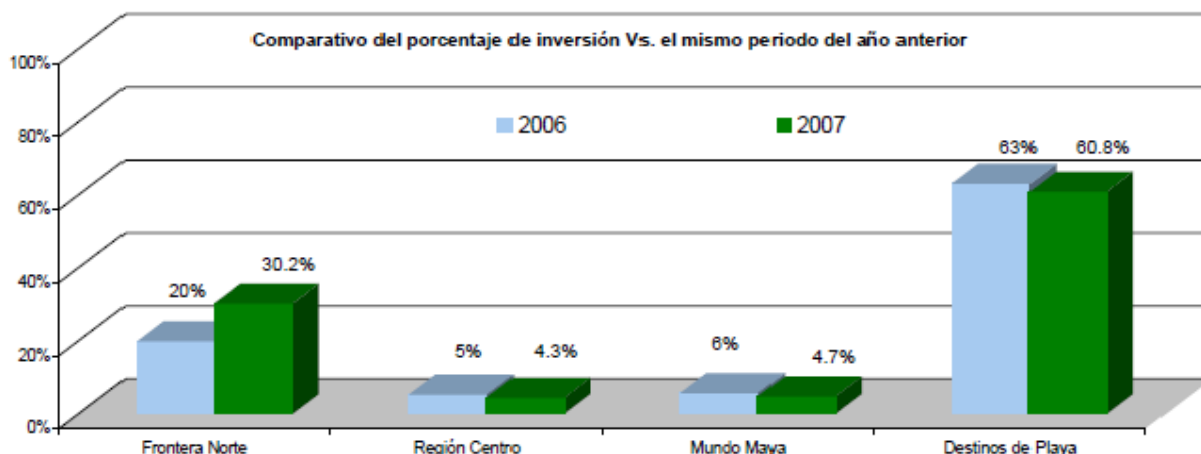
Fuente:Sectur

Ahora bien, siendo la inversión privada de suma importancia para el desarrollo de la industria turística, resulta pertinente realizar una comparación de cómo es que ha ido evolucionando entre 2006 y 2010.

Gráfica 3

Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística

2006-2007



Como puede observarse en la Gráfica 3⁵⁹, entre 2006 y 2007 vario ligeramente la inversión turística privada, sin embargo, la región en donde se vio la diferencia fue en la Frontera Norte, dado que en 2007 se elevó un 10%, esto a pesar del insuficiente desarrollo de productos turísticos en los estados mexicanos de esta región y el clima de violencia vinculada al crimen organizado.⁶⁰

Asimismo, puede observarse que la inversión a los destinos de playa es la más elevada en 2006 y 2007, 63% y 60% respectivamente, cuestión que no resulta rara ya que, los esfuerzos de planificación e inversión pública realizados de manera sistemática por el gobierno, principalmente por FONATUR desde hace más de dos décadas, con la finalidad de atraer inversión privada, han estado dirigidos a poner en marcha los Centros Integralmente Planeados⁶¹, los cuales han

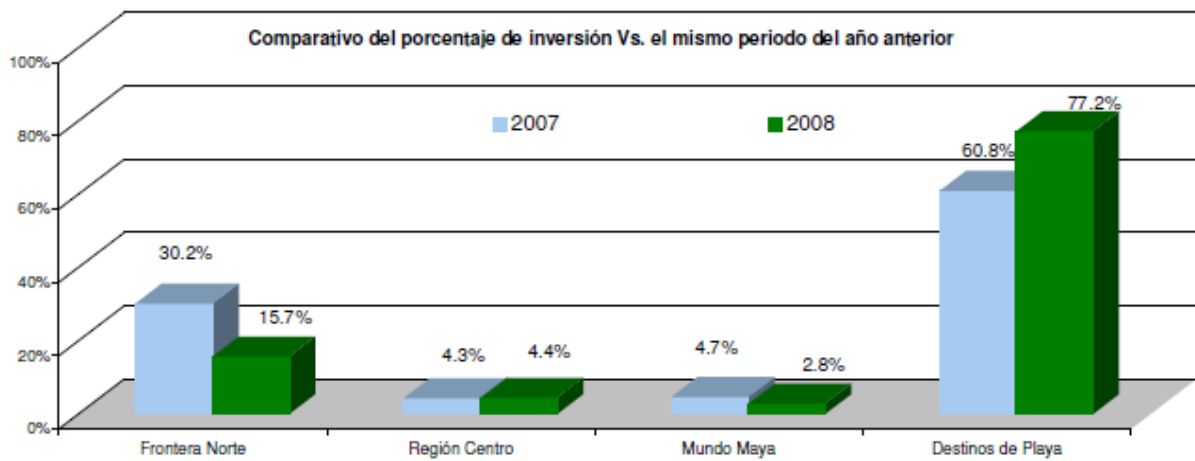
⁵⁹ SECTUR, *La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2007*. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

⁶⁰ González, Susana, "Subieron 6% los ingresos por turismo en 2007, dice Elizondo", *La Jornada*, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2008/02/19/index.php?section=economia&article=020n1eco> Consultado [24 de Enero de 2011]

⁶¹ Financiados también por instituciones como BANOBRAS. Ver Anexo 1.

sido un elemento fundamental para el desarrollo del turismo en México, sin embargo, han desplazado lugares del país igualmente importantes turísticamente.

Gráfica 4
Comparativo del porcentaje de inversión según la región turística
2007-2008

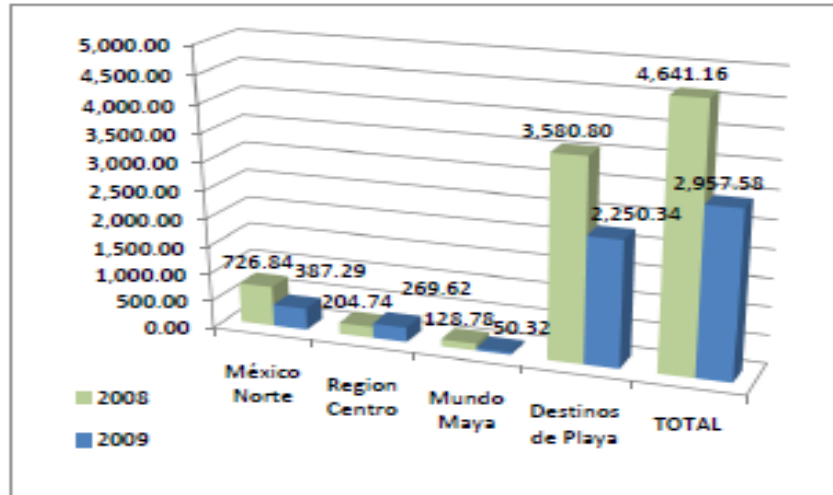


Ahora bien, comparando los años 2007 y 2008, como puede notarse en la Gráfica 4⁶², la Región Centro y el Mundo Maya siguen siendo los sectores en los que menos se invierte, al contrario de la Frontera Norte y los Destinos de Playa, siendo las inversiones en estos últimos las que año con año van en ascenso, pues tan solo en 2008 obtuvieron una inversión 16.4 % mayor a 2007, es decir, 77.2.

⁶² SECTUR, *La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2008*. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

Gráfica 5

Comparativo del porcentaje de inversión (MDD) según la región turística 2008-2009



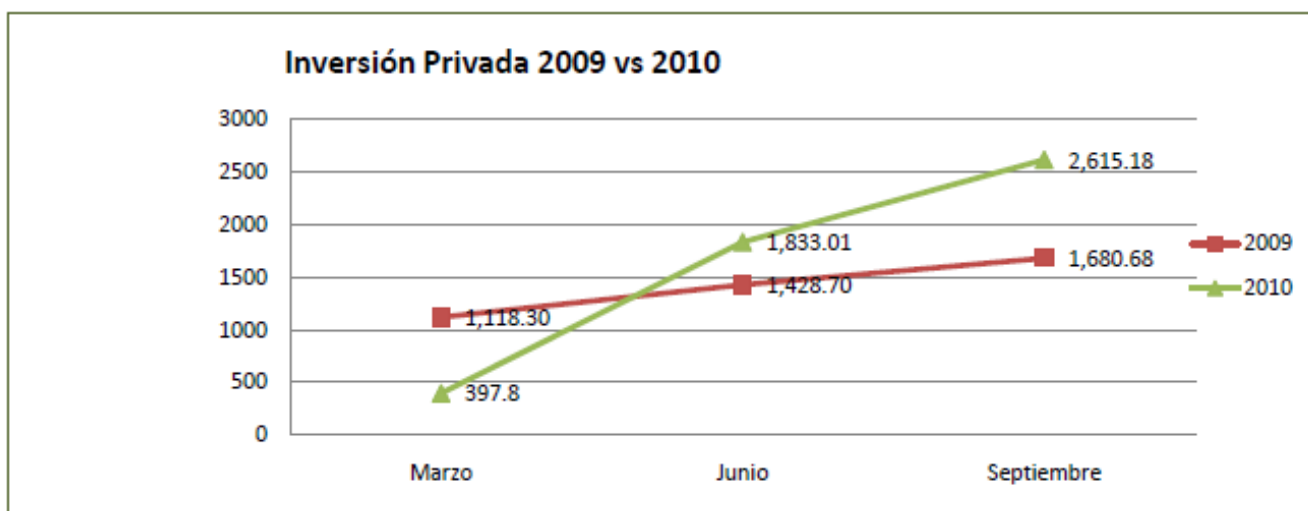
Para 2008 y 2009, la inversión en los destinos de playa siguió a la cabeza, tal y como puede notarse en la Gráfica 5⁶³. Sin embargo, en 2009, las inversiones en la Frontera Norte, Mundo Maya y los Destinos de playa se vieron afectadas, esto tanto por la crisis económica como por la epidemia de influenza A H1N1 que se dio en nuestro país durante este año, pues tras la alarma social generada por el brote de dicha gripe en México, el turismo fue el sector económico más afectado, no solo en cuestión de inversiones, sino también por la cancelación de vuelos, cruceros, y planes de viaje de miles de visitantes internacionales, por miedo al contagio de este virus.

México captó en 2008 la máxima inversión en los últimos nueve años, al lograr un tope de 4 mil 641.1 millones de dólares. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, el turismo resintió en 2009 la crisis financiera y la contingencia

⁶³ SECTUR, *La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2009*. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [14 de enero de 2011].

sanitaria y sufrió una caída de 36 por ciento en el monto de inversiones respecto del año previo para ubicar la cifra en 2 mil 957 millones de dólares, un nivel no visto desde 2005⁶⁴.

Gráfica 6⁶⁵
Comparativo de inversión privada
2009-2010



Fuente: SECTUR

Ya para 2010, las inversiones turísticas se vieron favorecidas ya que tanto gobierno como empresarios se mostraron optimistas en la recuperación de la afluencia de turistas, muy a pesar de la amenaza que representa el temor que pueden generar en el extranjero las noticias sobre la violencia del narcotráfico, que incluso han empezado a afectar a ciudades con importante afluencia turística como son Acapulco o Cuernavaca.

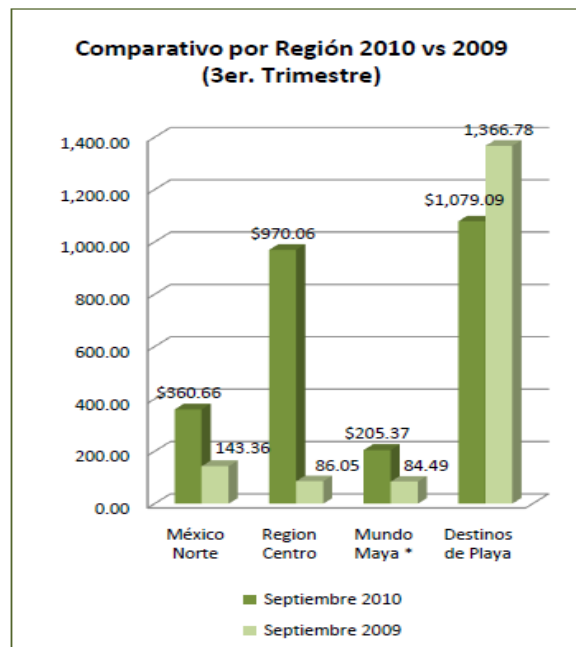
⁶⁴ Reyna Quiroz, Julio, "Desplome de la inversión privada en turismo: 64.4%, inferior a la de 2009" La Jornada [en línea], Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2010/06/21/index.php?section=economia&article=031n1eco> Consulta [26 de Enero de 2011]

⁶⁵ SECTUR, *La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Septiembre 2010*. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

Gráfica 7

Comparativo de inversión según la región turística

2009-2010



Es importante resaltar que la inversión privada en la Región Centro del país superó a la registrada en 2009 y 2008, pues fue mayor 532 por ciento y 563 por ciento, respectivamente.⁶⁶

Asimismo, durante este año si realizaron inversiones de suma importancia para el sector:

- ❖ La firma estadounidense Amresorts, especializada en hoteles de lujo y temáticos, abrió tres nuevos hoteles en México con una inversión superior a los 500 millones de dólares.
- ❖ El grupo mexicano Camino Real realizó inversiones cercanas a los 40 millones de dólares para renovar sus hoteles en balnearios turísticos como

⁶⁶ Los rubros que más inversión privada recibieron en 2010 fueron Hospedaje con mil 679 millones de dólares, Inmobiliario con mil 148.21 millones de dólares; a Esparcimiento se destinaron 377 millones de dólares, Servicios Complementarios captó 244 millones de dólares, mientras que Alimentos y Bebidas recibió 76 millones de dólares.

Huatulco (sureste) y en ciudades como Guadalajara (oeste) y Ciudad de México.

- ❖ La inversión más importante se concentró en la creación de un nuevo polo turístico sobre las playas de Teacapan y Escuinapa, en el estado de Sinaloa, donde se espera se construyan 16.850 habitaciones hoteleras, 16.350 para condominios y 5.000 para pobladores locales, ya que el proyecto aún no concluye.⁶⁷

De acuerdo con el Padrón Nacional de Proyectos de Inversión en México, de enero a septiembre de 2010 se captaron 2 mil 615 mdd para la construcción de infraestructura y servicios turísticos, cuando en el mismo periodo pero de 2009 fueron mil 680 mdd.⁶⁸

La tendencia a la recuperación en el último trimestre de 2009 a pesar de la crisis económica y la epidemia del virus A H1N1, se confirmó en 2010 bajo unas perspectivas económicas más favorables en el mundo; en las Américas la recuperación del turismo fue de un 8% y en nuestro país, particularmente, hubo un incremento del 7%⁶⁹, lo que muestra que va poco a poco en ascenso, sin embargo, se debe seguir trabajando para atraer aun más inversiones turísticas al país.

Durante 2010, los países que más invirtieron para desarrollar proyectos turísticos en nuestro país fueron Estados Unidos con 374.2 millones de dólares, España destinó 61.6 millones de dólares y Canadá canalizó 60.2 millones de dólares⁷⁰.

⁶⁷ s/a, "Turismo, la gran apuesta de México en 2010", El Economista, [en línea], Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2010/04/27/turismo-gran-apuesta-mexico-2010> Consulta [26 de enero de 2011]

⁶⁸ Hernández, Enrique, "Subió la inversión privada turística: Sectur", Milenio.com, [en línea] Dirección URL: <http://www.milenio.com/node/604727> Consulta [13 de enero de 2011]

⁶⁹ UNWTO. *Turismo en Iberoamérica. Panorama actual Edición 2010*, Secretaría General Iberoamericana, España, 2010, P. 8-9.

⁷⁰ SECTUR, *Boletín 20 Crece más de 19 por ciento Inversión Privada para Proyectos Turísticos en 2010* [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_04

Según SECTUR, “durante 2010 el sector privado invirtió en nuestro país 3 mil 526 millones de dólares en proyectos turísticos⁷¹, lo que representó un incremento de 19.2 por ciento en comparación con 2009”.⁷²

Así, del total de los recursos que destinó el sector privado para ampliar la oferta turística de nuestro país, el 82.85 por ciento fue de capital nacional, mientras que el 17.15 por ciento restante lo destinaron inversionistas extranjeros⁷³. Sin duda, la inversión privada comparada con 2009, se elevó de manera considerable en 2010, siendo la diferencia de un 55.60%.

Ya para el año 2011, se vio un incremento considerable de 194 millones de dólares más en la inversión que realizó el sector privado al turismo en nuestro país comparado con lo invertido en 2010, siendo de 5.50% la diferencia a favor entre ambos años.

Consulta [8 de Febrero de 2011]

⁷¹ Los rubros que más inversión privada recibieron fueron Hospedaje con mil 679 millones de dólares, Inmobiliario con mil 148.21 millones de dólares; a Esparcimiento se destinaron 377 millones de dólares, Servicios Complementarios captó 244 millones de dólares, mientras que Alimentos y Bebidas recibió 76 millones de dólares.

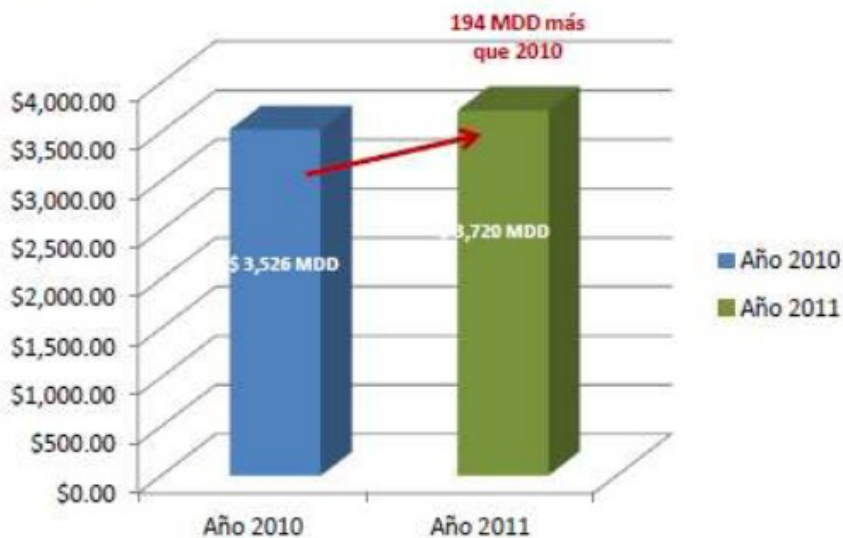
⁷² SECTUR, *Op Cit.*

⁷³ *Ibidem.*

Gráfica 8⁷⁴

Inversión privada ejercicio 2011 vs 2010

INVERSION PRIVADA EJERCICIO 2011 vs 2010		
Año	Monto	Diferencia
Año 2010	\$3,526.22	\$194
Año 2011	\$3,720.66	5.50%



De dicha inversión, 79.93% es de procedencia nacional mientras que el 19.14% proviene del extranjero, siendo los países que más invirtieron Estados Unidos y España con un 31.39% y un 40.37%, respectivamente, tal como en 2010.

⁷⁴ CONCANACO, SERVITUR, *Estadísticas más recientes de la actividad del sector turismo*. [en línea], Dirección URL: www.concanaco.com.mx/documentos/Estadistica_40.pdf Consulta [12 de marzo de 2013].

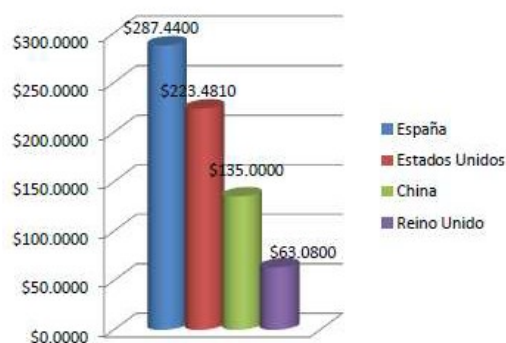
Gráfica 9⁷⁵

Procedencia de inversión privada turística 2010-2011

PROCEDENCIA DE INVERSION PRIVADA TURÍSTICA				
PROCEDENCIA	2011	% DE PARTICIPACION	2010	Diferencia 2011/2010
NACIONAL	\$2,972.96	79.93%	2921.60	\$51.36
EXTRANJERA	\$712.02	19.14%	604.60	\$107.42
No Disponible	\$34.55	0.93%	0	\$0.00
TOTAL	\$3,720	100%	\$3,526	\$193.33



PROCEDENCIA DE INVERSION PRIVADA TURÍSTICA POR PAÍS		
ESTADOS UNIDOS	\$223.48	31.39%
ESPAÑA	\$287.44	40.37%
CHINA	\$135.00	18.96%
REINO UNIDO	\$63.08	8.86%
OTROS	\$3.01	0.42%
TOTAL	\$712.02	100.00%



La tendencia a la recuperación en el último trimestre de 2009 a pesar de la crisis económica y la epidemia del virus A H1N1, se confirmó en 2010 bajo unas perspectivas económicas más favorables en el mundo; en las Américas la recuperación del turismo fue de un 8% y en nuestro país, particularmente, hubo un incremento del 7%⁷⁶, lo que muestra que va poco a poco en ascenso, sin embargo, se debe seguir trabajando para atraer aun más inversiones turísticas al país.

Como pudo observarse en los datos anteriores, México es un país bastante atractivo para invertir turísticamente y a pesar de que ha tenido sus altibajos, su recuperación va en aumento poco a poco. Sin embargo, los inversionistas se

⁷⁵ *Ibidem.*

⁷⁶ UNWTO. *Op. Cit.* P. 8-9.

inclinan por invertir en los destinos con playa, cuestión que de una u otra forma frena la posibilidad de utilizar todos los recursos que nuestro país tiene en materia turística, esto debido a que México siempre ha sido proyectado como un lugar en el que sus playas son su principal atractivo, no obstante, deben intensificarse los trabajos para aprovechar la gran diversidad (biológica, cultural, arqueológica, gastronómica, etc.) con la que cuenta el país para así atraer mayor inversión, por ejemplo, debe mantenerse presente el stand de México en todas las ferias de turismo internacionales como la Fitur, de España; Travel & Adventure Show, en Chicago; ITB, de Berlín, y la Vitrina Turística Anato, en Colombia. Asimismo, debido a que este sector es una de las principales actividades que contribuyen al desarrollo económico de México, es necesario fortalecer los procesos de inversión privada nacional y extranjera.

Ahora bien, siguiendo con la forma en como el turismo beneficia al país, en el siguiente apartado abordaremos los impactos que tiene esta importante actividad tanto en la sociedad como en la economía, es decir, en la creación de empleos y la atracción de divisas.

2.3 Impactos socio-económicos sobre diversos sectores de la actividad.

Como es bien sabido, la importancia del turismo es reconocida mundialmente debido a su participación en el crecimiento económico, en la generación de empleos, en la entrada de divisas y en su aportación al desarrollo regional.

Sin embargo, es importante ver que tan grande es la intensidad de dichos beneficios para el país, ya que estos pueden tener diferentes grados de alcance, mismos que están en función de un plan de competitividad, pues si se impulsa más y de mejor manera el desarrollo de la actividad turística en nuestro país, la forma en la que se vea favorecido el sector social será realmente significativa.

Por lo tanto, en este apartado veremos la forma en la que el turismo permea en la sociedad, es decir, como incide en la creación de empleos; asimismo,

abordaremos *grosso modo* como es que ésta actividad ayuda a la inyección de divisas en nuestro país.

2.3.1 Empleo.

El empleo en nuestro país es siempre un tema de conversación polémico debido a que no todas las personas tienen acceso a un trabajo bien remunerado y que cuenta con las prestaciones que por ley debe tener. Muchas veces esto está ligado a la falta de educación escolar, pero otras tantas no, pues hay personas que a pesar de tener preparación académica les es difícil conseguir un cargo con las características anteriormente mencionadas.

En los últimos años, con el fin de fortalecer las actividades económicas y reforzar su competitividad, se han utilizado avances científicos y tecnológicos, así como innovaciones organizativas, tanto en lo externo como en lo interno; pero para poder lograrlo, es necesario actualizar la mentalidad del sector empresarial y contar con mano de obra calificada que vaya acorde a dicha tecnificación⁷⁷.

Tal como lo dice Miguel Berumen, no se puede negar que existan empresas con esas características en el país, pero existen muy pocas, pues la mayoría carece de dichos perfiles -y ahora mucho más con la política de los “Changarros”-, es por ello que los niveles competitivos de nuestra economía son superados por otros países.⁷⁸

Con respecto al sector turístico y gracias a la importancia que tiene alrededor del mundo pero sobre todo en nuestro país, resulta ser un generador importante de empleos. En México, contribuye con casi el nueve por ciento del Producto Interno Bruto y genera 2.5 millones de empleos directos y más de 5 millones indirectos.⁷⁹

⁷⁷ Cfr. Berumen Barbosa, Miguel, *Una Perspectiva del Desempleo en México*, [en línea], Dirección URL: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/mebb-desem.htm> Consulta [29 de Marzo de 2011]

⁷⁸ *Idem*.

⁷⁹ SECTUR, *Boletín 138 Diversificará México su oferta turística para Europa*. [en línea], Dirección URL:

En la tabla siguiente se observa cuántos fueron los empleos remunerados creados por el sector turístico durante el periodo 2006-2008.

Tabla 6

Empleos remunerados generados por el sector turístico 2006-2008

Año	Empleos remunerados	Remuneraciones medias pagadas en el sector turístico (por persona anualmente)	Remuneraciones medias pagadas a nivel nacional (por persona)
2006	2.4 millones	71, 205 pesos	81, 351 pesos
2007	2.5 millones	74, 081 pesos	86, 722 pesos
2008	2.5 millones	77,685 pesos	92,621 pesos
2009	2.4 millones	87,777 pesos	103,256 pesos
2010	2.5 millones	83,125 pesos	98,061 pesos
2011	2.5 millones	91, 700 pesos	108, 619 pesos

Fuente: SCNM. Cuenta Satélite del Turismo de México.

Si bien es cierto que tanto los empleos remunerados como los sueldos pagados fueron aumentando año con año, también es cierto que estas cantidades pueden aumentar si se capacita más y de mejor manera tanto a las personas que ya laboran en el sector turístico como a aquellas que aspiren a trabajar en el mismo, pues muchas de las ocasiones no se cuenta con la formación necesaria para aspirar a un puesto en alguno de los lugares que estén vinculados al turismo.

Un ejemplo de esto lo pudimos ver en un informe sobre recursos humanos y requisitos de capacitación en la industria de viajes y turismo de México realizado

por la Fundación Pro-Educación en Turismo, A. C., (FUTUR⁸⁰) llamado “México. Empleos para el milenio”. Dicho estudio demostró que, la gran mayoría de las 209 empresas privadas y veinticinco instituciones locales, estatales y nacionales de turismo, ha tenido dificultades para reclutar directivos calificados, y más del 40 por ciento ha tenido dificultades para reclutar personal capacitado o parcialmente capacitado. Además, más de tres cuartos de las empresas no tenía un departamento de capacitación; y aquellas que si lo tenían, solo el 50 por ciento tenía un empleado o menos en su departamento de capacitación.⁸¹ Entonces resulta importante que sector público y privado trabajen en conjunto para incrementar la capacitación dentro de los servicios involucrados en la actividad turística. Si lo vemos de forma separada, la parte gubernamental quizá podría aumentar el número de instituciones de formación y educación en turismo o tal vez establecer cursos formativos de bajo costo o gratuitos. Por su parte, los empresarios podrían aumentar el presupuesto de desarrollo de recursos humanos y darle la oportunidad de laborar a personas que si bien no tiene toda la preparación necesaria, si pueden adquirir más conocimientos si se les incentiva.

Así, como bien lo dice la Organización Mundial de Turismo (OMT), si este sector se utiliza como instrumento fiable de creación de empleo sostenible, “puede asumir un lugar preponderante en la transformación hacia una economía verde y fomentar la inversión en infraestructuras respetuosas con el medio ambiente: aeropuertos, trenes de alta velocidad, carreteras y puertos”.⁸² Sin embargo, la

⁸⁰ La Fundación Pro-Educación en Turismo, A. C., (FUTUR) es una asociación no lucrativa cuya misión es promover el desarrollo y la conciencia del turismo en México. FUTUR trabaja para el desarrollo general de los profesionales del turismo ofreciendo un enlace vital entre escuelas y empresas, recibe el apoyo de los miembros del sector empresarial y colabora estrechamente con las instituciones educativas del país.

⁸¹ Cfr. FUTUR, *México. Empleos para el Milenio*. México. [en línea] Dirección URL: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/centro%20america/EMPLEO%20Y%20TURISMO%20EN%20MEXICO.PDF> Consulta [20 de marzo de 2011]

⁸² s/a, Milenio, *El turismo, motor de empleos y estímulo económico*. [en línea] Dirección URL: <http://impreso.milenio.com/node/8566054> Consulta [29 de marzo de 2011]

mayor dificultad radica en elaborar políticas sostenibles que promuevan tanto la cantidad como la calidad del empleo en el sector turístico.

Ya que hablamos un poco de los empleos generados gracias al turismo, daremos pie al apartado en el que hablaremos no solo de la importancia que tienen las divisas, sino como el turismo es una fuente importante para que ingresen éstas al país.

2.3.2 *Atracción de divisas.*

Siempre se ha dicho que entre más divisas tenga un país en sus reservas más son los beneficios que éstas aportan, pero ¿por qué se le considera tan importantes? bueno pues la importancia de las divisas radica en que, entre más cuente con ellas un país, más fortalece su economía y le permite enfrentar de mejor manera las crisis mundiales que puedan surgir.

Todos los Bancos Centrales del mundo⁸³ tienen entre sus reservas distintas divisas las cuales obtienen del comercio, de la importación, la exportación de bienes y servicios y de las inversiones extranjeras en los países.

En nuestro país, tres son las principales fuentes de divisas: el petróleo, las remesas y el turismo. Generalmente, este último participa como un importante generador de divisas tanto extranjeras como nacionales, en ciudades y destinos turísticos, aportando un 8 por ciento del PIB en México.⁸⁴

⁸³ En el caso de México, su banco central es el Banco de México (Banxico) y es el encargado de convertir las divisas (por lo general dólares) a pesos mexicanos, pues una vez que ingresaron a nuestro país, Banxico los compra en el mercado cambiario, un mercado específicamente diseñado para ese tipo de transacciones, y las paga en pesos, lo que significa que esos pesos ya pueden comenzar a circular en nuestra economía. Banxico guarda entonces esos dólares que son lo que llamamos reservas internacionales. A marzo de 2011, Banxico registró un total 121,906 millones USD en reservas.

⁸⁴ s/a, "Los ingresos turísticos cayeron 15.1%" CNN Expansión, [en línea], Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2010/02/15/el-turismo-retrocedio-en-mexico-en-2009> Consulta [6 de marzo de 2011].

En los últimos años, a nivel nacional, el sector turístico a tenido una aportación de divisas significativa que ha ido a la alza, como bien lo veremos en la siguiente tabla.

Tabla 7

Divisas generadas por turismo en México en el periodo 2006-2011

Año	Divisas generadas	Incremento/decrecimiento porcentual respecto al año anterior
2006	10, 814 millones de dólares	1por ciento más
2007	12 ,900 millones de dólares	6 por ciento más
2008	13,300 millones de dólares	3. 4 por ciento más
2009	11, 275 millones de dólares	15. 1 por ciento menos
2010	11, 871 millones de dólares	5. 3 por ciento más
2011	11,663 millones de dólares	1.7 por ciento menos

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR

Como puede observarse, de 2006 a 2008 el incremento de divisas fue notable, pues año con año el porcentaje se vio elevado, sin embargo, al cierre de 2008 pasamos de ocupar el séptimo lugar en captación de divisas a nivel mundial, a situarnos en el décimo octavo, esto de acuerdo con información de la OMT.⁸⁵

Y tal fue la caída que a partir de 2009 se vino abajo el ingreso de divisas por concepto turístico a nuestro país, 15.1 por ciento menos que en 2008, esto ocasionado tanto por la recesión económica global como por el brote de influenza AH1N1, provocando nuestro descenso hasta el lugar 20 en el ranking internacional de divisas por turismo.

⁸⁵ s/a, "México caerá tres lugares en ranking mundial de divisas por turismo". Noticaribe, [en línea], Dirección URL: www.noticaribe.com.mx/.../mexico-caera-tres-lugares-en-ranking-mundial-de-divisas-por-turismo.html Consulta [6 de marzo de 2011]

La recuperación para 2010 y 2011 no fue tan importante como para alcanzar los 13 millones de 2008 pero si fue considerable si lo comparamos con 2009, pues tan sólo en 2010 alcanzó un incremento del 5.3 por ciento más que el año anterior.

Tabla 8

Divisas por turismo internacional (miles de millones de dólares)

2007-2011

Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares)						
Ranking 2011	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 11/10
Mundial	857	942	854	928	1,042	12.30%
1 EE. UU.	96.9	110.4	94.2	103.5	116.1	12.20%
2 España	57.6	61.6	53.2	52.5	59.9	14.10%
3 Francia	54.3	56.6	49.5	46.9	54.5	16.20%
4 China	42.7	40.8	39.7	45.8	48.5	5.90%
5 Italia	37.2	45.7	40.2	38.8	43	10.80%
6 Alemania	36	39.9	34.6	34.7	38.8	11.80%
7 Macao (China)	38.6	16.9	18.1	27.8	38.5	38.50%
8 Reino Unido	22.3	36	30.1	32.4	35.1	8.35%
9 Australia	18.5	24.7	24.8	29.1	31.5	8.20%
10 Hong Kong (China)	18.7	15.3	16.4	22.2	27.7	24.80%
23 México	12.9	13.3	11.5	12	11.9	-0.80%

Fuente: OMT

Pero esto no solo se debe a las crisis financiera y sanitaria sino también a que el modelo de desarrollo turístico que tenemos se ha quedado atrás, pues gran parte de los esfuerzos por promover nuestro turismo han estado orientados al de internación, especialmente a la clase media estadounidense, y al tan famoso de sol y playa.

Además, como bien mencionó Miguel Torruco Marqués, presidente de la Confederación Nacional Turística, el producto turístico que ofrecemos no responde, en gran parte, a los gustos, tendencias y expectativas del consumidor

de alto poder adquisitivo, el cual se fue alejando de nuestro país a partir de los noventas, desviándose a otros destinos del Caribe, como Punta Cana en República Dominicana o las Bahamas.⁸⁶

Revisando el comparativo de ingreso de divisas entre 2010 y 2011, se nota una mínima variación del -0.80% que sugiere una estabilidad en la captación de las mismas por turismo en México, sin embargo, para mantenerla e incluso mejorarla resulta necesario darle un nuevo sentido al modelo que hasta el momento se ha venido llevando a cabo; asimismo, las acciones que se realicen para impulsar más y mejor el turismo, deben llevarse a cabo de manera integral, teniendo una mejor coordinación entre los diferentes órganos de gobierno y la iniciativa privada.

Consideramos que debe de dársele mayor importancia al turismo y además debe ser constante, ya que de las tres principales fuentes de divisas resulta ser, a largo plazo, la más sostenible, pues como ya vimos, si esta bien planeada la estrategia para promover esta actividad los beneficios pueden ser significativos, por ejemplo, la creación de infraestructura, no solo favorece al país en general sino también a las poblaciones locales.

Ahora bien, si hablamos del petróleo y de las remesas, a pesar de ser quienes encabezan la lista de actividades que más divisas atraen, tienen sus deficiencias; por ejemplo, México no cuenta con la infraestructura necesaria para seguir explotando crudo y por lo tanto no podrá cubrir la demanda interna del país, esto a pesar del actual incremento en el precio del barril, por lo que a mediano plazo, pasará de ser exportador a importador⁸⁷. Asimismo, las remesas dependen directamente de cómo se comporte la economía de Estados Unidos y obviamente de la cantidad de migrantes mexicanos que se encuentren laborando en este país, y dado que últimamente la situación tanto económica como migratoria no resulta

⁸⁶ Cfr. *Ibidem*.

⁸⁷ Cfr. Defoe, *Captación de divisas del país: la apuesta por el turismo ¿la gallina de los huevos de oro?* México, 2011. [en línea] Dirección URL: http://escenariodefoc.files.wordpress.com/2011/03/turismo_32.pdf Consultado [25 de febrero de 2011]

ser la más estable, el ingreso de divisas a nuestro país por este concepto puede verse afectado. Por todo lo mencionado anteriormente, concluimos entonces que el turismo, bien planificado, puede posicionarse como la principal fuente de divisas en nuestro país.

Ya abordada toda la información con respecto a la manera en como el turismo contribuye al desarrollo económico de México, podemos dar paso al apartado en el cual hablaremos de las acciones que se tomaron durante el gobierno del presidente Felipe Calderón en cuestión turística. Asimismo, veremos un poco la función que cumple cada una de las instituciones que están encargadas del fomento de tan importante actividad en nuestro país.

3. Situación de la industria turística durante el gobierno de Felipe Calderón

Desde el comienzo de la administración del presidente Felipe Calderón Hinojosa en 2006, se planteó al turismo como una prioridad que debía ser atendida prontamente para poder aprovechar al máximo los beneficios que esta podría traer al país. Es por eso que en este capítulo se revisan las acciones que se llevaron a cabo en este lapso de tiempo para impulsar el turismo de nuestro país tanto nacional como internacionalmente. En primera instancia se explica la forma en cómo se abordó a este sector dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y posteriormente se muestra de manera muy general la función que tiene cada una de las instituciones que se encargan del fomento del turismo en México, nos referimos a la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Consejo de Promoción Turística (CPTM).

Finalmente ofrece una visión de las prospectivas de tan importante actividad para nuestro país a mediano y largo plazo.

3.1 El turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND) está fundado en una visión prospectiva a largo plazo, pues los planes sugeridos en el rebasan el tiempo en el cual el presidente Felipe Calderón se mantuvo en el cargo. Está basado en la integración social y el desarrollo humano y por ende en la prosperidad para México. Cinco son los objetivos que se trazan dentro de este Plan:

1. Estado de Derecho y seguridad;
2. Economía competitiva y generadora de empleos;
3. Igualdad de oportunidades;
4. Sustentabilidad ambiental; y
5. Democracia efectiva y política exterior.

El turismo está ubicado dentro del segundo objetivo, en donde se plantea que dadas las características con las que cuenta se considera una prioridad nacional, pues resulta ser un importante factor de desarrollo y un motor de crecimiento para nuestro país. Dentro de estas características “destacan, en primer lugar, su elevada productividad y empleo bien remunerado; y en segundo, que en muchas ocasiones se desenvuelve en regiones de menor desarrollo económico. Cabe notar que la riqueza cultural y natural de México implica que existen amplias oportunidades de actividades turísticas que no se han desarrollado cabalmente”.⁸⁸

Es importante resaltar este último punto, porque es aquí en donde se reconoce que no se han sabido aprovechar muchos de los recursos turísticos con los que cuenta nuestro país, lo cual supone que dentro de las estrategias que se pretenden llevar a cabo se considerará este factor.

Asimismo, resulta relevante el papel que juega este sector dentro del desarrollo local, pues, como bien se menciona en el Plan, implica que la creación de infraestructura y de servicios debe incluir aquellos que están encaminados a otorgar capacidades a la población local⁸⁹. “Sólo de esa forma puede consolidarse una mejoría en el bienestar de las poblaciones locales que les permita ser participes plenos del proceso de desarrollo”.⁹⁰

Así, el objetivo clave en materia turística dentro del PND fue: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”.⁹¹

⁸⁸ Presidencia de la República, *Plan Nacional de Turismo 2007-2012*. [en línea], Dirección URL: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html> Consulta [28 de enero de 2011]

⁸⁹ *Ibídem.*

⁹⁰ *Ibídem.*

⁹¹ *Ibídem.*

Para alcanzar dicho objetivo y lograr que México se posicione como uno de los países líderes turísticamente, se propusieron seis estrategias⁹²:

ESTRATEGIA 1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.

ESTRATEGIA 2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral. Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos, y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social y coordinación con el sector privado.

ESTRATEGIA 3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.

ESTRATEGIA 4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.

ESTRATEGIA 5. Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados. La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la

⁹² *Ibidem.*

comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros. Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

ESTRATEGIA 6. Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.

Para poder desarrollar las estrategias antes mencionadas, el gobierno federal realizó esfuerzos significativos. En primera instancia, como se mencionó en el capítulo anterior, durante la Convención Nacional de Turismo, el presidente Felipe Calderón firmó un decreto a través del cual el 2011 fue considerado el “Año del Turismo en México”, esto con el propósito de que todos los sectores relacionados con esta actividad trabajaran en conjunto para que se pusieran en marcha acciones que permitieran que más turistas consideraran a México como su principal destino turístico.

Sin duda, 2011 fue durante el sexenio Calderonista, el año base para darle la importancia que se merece al turismo pues se firmó el 28 de febrero de ese año se firmó el **Acuerdo Nacional por el Turismo**⁹³, el cual tiene como objetivo principal posicionar a nuestro país dentro de los primeros destinos turísticos del mundo con miras a 2018⁹⁴ y para este mismo año, lograr los siguientes objetivos:

- Incrementar el ingreso de divisas de 11 mil 871 millones de dólares, nivel alcanzado en 2010, a 40 mil millones de dólares.

⁹³ El Acuerdo Nacional por el Turismo lo firmó el Presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, y la Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, junto con el sector empresarial, las organizaciones sindicales, los prestadores de servicios, y representantes de los tres órdenes de gobierno, el Poder Legislativo, universidades, organizaciones de la sociedad civil y organismos internacionales.

⁹⁴ Con la firma de este Acuerdo, México se convirtió en el primer país en apoyar una agenda global por el turismo y por ello cuenta con el reconocimiento de la Organización Mundial de Turismo y el Consejo Mundial de Viajes de Turismo.

- Generar más de 4 millones de empleos directos y alrededor de 12 millones de empleos indirectos en beneficio de los mexicanos que dependen de esta actividad.
- Aumentar el número de turistas internacionales a 50 millones, más del doble de los turistas internacionales que se contabilizaron en 2010.
- Lograr el registro de 300 millones de visitantes a nivel nacional, lo que representa un incremento de 140 millones de turistas.⁹⁵

Dicho acuerdo está integrado por 101 acciones, las cuales se encuentran congregadas en 10 ejes estratégicos:

1. Incrementar la conectividad y facilitar el tránsito de turistas.
2. Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística, y fomentar el ordenamiento urbano.
3. Fortalecer la promoción turística en México y en el extranjero.
4. Fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico.
5. Elevar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista.
6. Diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad.
7. Fomentar la integración de cadenas productivas nacionales.
8. Promover una cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia del turismo y de la conservación del patrimonio cultural y natural del país.

⁹⁵ SECTUR, *¿Qué es el Acuerdo Nacional por el Turismo?* [en línea] Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1323/1/images/10%20Ejes.pdf> Consulta [31 de enero de 2013]

9. Impulsar cambios al marco jurídico de la actividad turística a favor del desarrollo del sector.

10. Promover un desarrollo sustentable del sector.

Gracias a la firma de este Acuerdo, se realizaron varios trabajos para que el turismo contribuya de mejor manera a la creación de empleo, además de que con esto se ofrezcan mejores servicios turísticos. Cuatro son las acciones que se llevaron a cabo:

1. Se creó un Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo, el cual brinda diversas alternativas a los trabajadores de la industria para que se capaciten, tanto a distancia como de manera presencial, en todo el territorio nacional⁹⁶.
2. Se realizó la certificación de la planta laboral turística con el fin de lograr la optimización de la calidad y prestación de los servicios turísticos. Los esfuerzos para fortalecer dicha acción consistieron en vincular la oferta y la demanda laboral a través del Servicio Nacional de Empleo; se sumaron recursos públicos y privados para optimizar procesos de selección, reclutamiento y eventual movilidad laboral hacia los centros turísticos; y se reforzó la certificación de competencias laborales, tanto para buscadores de empleo como para personal empleado⁹⁷.
3. Se fomentó aún más el uso del crédito FONACOT para que un mayor número de trabajadores recurrieran a él para viajar dentro de México, pues muchos trabajadores no tenían conocimiento que este crédito también se podía utilizar para fines turísticos. Para fortalecer esta iniciativa, el Instituto

⁹⁶ La SEP, SECTUR y STPS firmaron las Bases de Colaboración para la creación del Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo, esto con el fin de impulsar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos y mejorar el servicio y atención que se brinda a millones de turistas que visitan nuestro país.

⁹⁷ SECTUR. *Boletín 34 Anuncia la Secretaría del Trabajo cuatro compromisos a favor del Acuerdo Nacional por el Turismo*. [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_34 Consulta [11 de Marzo de 2011]

FONACOT creó el Programa de Financiamiento Turístico. Asimismo, se afiliaron un gran número de empresas prestadoras de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, aerolíneas, empresas de transporte terrestre y agencias de viaje) las cuales aceptan dicho crédito como medio de pago⁹⁸.

4. Por último, se promovió el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo dentro de las empresas turísticas, con el propósito de que la práctica laboral se tornase segura e incidiera directamente en la productividad y competitividad. Para ello se impulsó una campaña de afiliación al Programa de Autogestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (PASST) en todo el territorio nacional, por medio de las Delegaciones de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Para finales de 2012, fecha en la que concluyó el gobierno de Felipe Calderón, el Acuerdo mostró un avance del 93% respecto a las acciones que correspondían al gobierno federal.⁹⁹ Asimismo, “se invirtieron 1,437 millones de pesos en los Centros Integralmente Planeados, entre otras cosas para hacer mejoras en muelles de destinos turísticos como Mazatlán, Ensenada, Puerto Vallarta y Guaymas. Se desarrollaron 73 eventos de promoción gastronómica y de productos tradicionales mexicanos en 14 países y en México, se instaló el vínculo a las páginas de vistmexico.com y mexicotoday.org en las páginas electrónicas de las 142 representaciones de México en el exterior”¹⁰⁰.

⁹⁸ Por lo que se refiere al avance de la colocación en el Programa de Financiamiento Turístico, para 2011, se contaba con 564 puntos de venta de servicios turísticos que aceptaban la tarjeta de crédito FONACOT como medio de pago y 326 más en proceso de afiliación.

⁹⁹ En noviembre de 2012, SECTUR anunció que, respecto al Acuerdo, las entidades federativas tenían un 83% de avance, el Poder Legislativo 72%, mientras que la iniciativa privada 54% y, hasta ese momento, 29 estados habían firmado su réplica.

¹⁰⁰ s/a. “Acuerdo Nacional por el Turismo lleva 93% de avances: Sectur” El Economista, [en línea] Dirección URL:<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/11/29/acuerdo-nacional-turismo-lleva-93-avances-sectur> Consulta [01 de febrero de 2013].

Es importante resaltar que lograr el objetivo del Acuerdo no es tarea fácil, pues México deberá superar a Italia, incluyendo al Vaticano por supuesto, así como al Reino Unido, Turquía, Alemania y Malasia, para poder ocupar la quinta posición en el ranking mundial, en el 2018.¹⁰¹

Por otro lado, con el fin de difundir nuestra riqueza turística tanto a nivel nacional como internacional y mejorar nuestra competitividad para no solo ofrecer destinos de sol y playa, sino también aquellos de tipo cultural, histórico y natural, el CPTM desarrolló seis líneas estratégicas que incluyen¹⁰²:

1. Consolidar la marca México, así como sus destinos.
2. Posicionar a México entre los mejores 10 destinos en marketing online.
3. Diversificación de los mercados turísticos.
4. Creación y el fortalecimiento de segmentos competitivos.
5. Convertir al CPTM en el “socio ideal” para Estados, Destinos e Industria.
6. Mejora en la conectividad aérea.

Asimismo, en conjunto con SECTUR, se realizaron trabajos para fortalecer la estrategia de segmentación de mercados, así como la presencia en Estados Unidos y Canadá, además de consumir una intensa promoción por los principales países emisores de turistas de Europa, Asia y Sudamérica.

Muestra de ello, fueron los trabajos realizados durante las giras de trabajo de la entonces Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, apoyada por las estrategias de promoción para los mercados de Inglaterra, Francia, España,

¹⁰¹ Las metas para que México ocupe el quinto lugar en el ranking mundial en el 2018 son muy altas, debido a que tendrá que crecer 123 por ciento en llegadas de visitantes internacionales y 237 por ciento en el gasto.

¹⁰² SECTUR. *Boletín 159 Se fortalecerá en 2011 la segmentación de mercados para la promoción de México en el extranjero: Guevara Manzo*, [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_159 Consulta [17 de Diciembre de 2010]

Alemania e Italia realizadas por el CPTM.¹⁰³ Los trabajos de promoción realizados en Inglaterra, por ejemplo, comenzaron con la inauguración del pabellón de México en la *World Travel Market*, la feria de turismo que brinda la oportunidad a todo el sector mundial de reunirse, establecer contactos, negociar y llevar a cabo actividades comerciales¹⁰⁴. Se aprovechó la ocasión para presentar las Rutas de México.

Son 9 las Rutas promovidas al exterior y cada una de ellas, que abarca diferentes lugares del país, contiene un tema diferente que sin duda la caracteriza:

1. *Ruta 1: La cultura del vino y el acuario del mundo.* La ruta recorre la península de Baja California, la cual ha sido el imán de aventureros, deportistas y gourmands durante muchos años. Los destinos que recorre son: Tijuana, Puerto Nuevo, Ensenada y Los Cabos.
2. *Ruta 2: Los tarahumaras milenarios.* La ruta se extiende por el cañón de las Barrancas del Cobre ubicado en el estado de Chihuahua y cubre desde el puerto sinaloense de Mazatlán, siguiendo a Los Mochis, para recorrer la extensa Sierra Tarahumara.
3. *Ruta 3: La magia de las tradiciones y la naturaleza.* Los destinos que abarca esta ruta van desde la Cd. de México y todos los lugares que la caracterizan, recorriendo después distintos lugares hermosos de Morelia, hasta llegar a Ixtapa-Zihuatanejo.
4. *Ruta 4: La historia y el romanticismo.* Esta ruta lleva al viajero por el Bajío mexicano hasta tocar las tierras de Jalisco. Comprende la Ciudad de México, Querétaro, Bernal, Villa Progreso, San Miguel Allende. Guanajuato, Guadalajara, Tlaquepaque y Tequila.

¹⁰³ SECTUR. *Boletín 138 Diversificará México su oferta turística para Europa*, [en línea], Dirección URL:http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_138_Diversificara_Mexico_su_Oferta_Turistica_para_Europa Consulta [17 de Diciembre de 2010]

¹⁰⁴ SECTUR. *Boletín 137 Fortalece SECTUR promoción de México en el mercado europeo*, [en línea] Dirección URL:
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_137_Fortalece_SECTUR_promocion_de_Mexico_en_el_Mercado_Europeo Consulta [17 de Diciembre de 2010].

5. *Ruta 5: El arte del tequila y la música bajo el sol.* Siendo el tequila la bebida representativa de nuestro país, debía tener su propia ruta. Esta abarca la ciudad de Guadalajara y las regiones de Tequila y Puerto Vallarta.
6. *Ruta 6: Explorando la huasteca potosina.* Esta región se denomina así porque en ella se encuentran importantes grupos huastecos. Es una vasta planicie con una ligera inclinación hacia el oriente que se extiende al este y al norte de las estribaciones de la Sierra Madre Oriental. Destacan las sierras de San Martín, Tamazunchale, Nicolás Pérez y Tamchipa.
7. *Ruta 7: Los mil sabores del mole.* El mole es uno de los platillos más representativos de México razón por la cual se creó su propia ruta, que abarca los estados de Tlaxcala, Puebla y Oaxaca, tres destinos que compiten para adjudicarse la creación de tan excepcional platillo.
8. *Ruta 8: Mundo Maya.* Esta ruta que nos lleva a conocer la apasionante cultura maya, recorre los estados de Villahermosa, Palenque, Campeche, Uxmal, Mérida, Chichen Itzá y Cancún.
9. *Ruta 9: Una experiencia virreinal.* Para conocer la historia de México se puede ir a una biblioteca o navegar en internet, pero es mucho mejor realizar un recorrido por el centro del país. Es por eso que esta ruta recorre ciudades variadas como la Cd. de México, Querétaro, Guanajuato, San Juan de los Lagos, Zacatecas, Aguascalientes, San Miguel de Allende o San Luis Potosí, con un denominador común: fueron parte de la Independencia y de la Revolución mexicana, vieron caer un imperio y nacer una nación.¹⁰⁵

Como se puede observar, todas y cada una de las rutas tiene diversos lugares de nuestro país que nos muestran la riqueza tanto natural como cultural, histórica y gastronómica con la que cuenta, y nos confirma que no solo las playas son el

¹⁰⁵Cfr. Rutas de México, [en línea] Dirección URL: http://www.rutasdemexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=305:una-experiencia-virreinal&catid=121&Itemid=397 Consulta [14 de marzo de 2011]

atractivo que existe en México pues a pesar de ser parte importante de nuestro repertorio turístico no deben ser las únicas promovidas, sino que deben de complementarse con todos aquellos destinos que turísticamente pueden ser aprovechados. La promoción de la Rutas de México se reforzó en el stand de México en la Feria Internacional de Turismo de Berlín 2011, en donde se resaltó que nuestro país cuenta con una importante oferta turística en cuestión cultural y se ve complementada con los destinos de sol y playa.¹⁰⁶

Los trabajos de promoción turística en España, como cada año, se dieron con la inauguración del stand de México en la Feria Internacional de Turismo (FITUR). Con esta acción, se buscó fortalecer la estrategia de diversificación de mercados y así incrementar el número de visitantes extranjeros a nuestro país.

Con la promoción de las 9 rutas a nivel internacional se ha intentado cumplir con la diversificación de la oferta turística nacional, no obstante, los lugares con sol y playa siguen a la cabeza, por lo que se debe trabajar aún más en este punto o quizá buscar otra forma de promover todos y cada uno de los atractivos con los que cuenta nuestro país para que de esta forma se incremente la afluencia de turistas y por lo tanto ayude al ingreso de divisas al país.

Uno de los puntos importantes que están vinculados con la promoción turística de nuestro país en el extranjero y que desgraciadamente no se llevó a cabo, fue la plataforma de promoción de nuestro país en Francia al considerar el 2011 como el Año de México en este país¹⁰⁷ con el objetivo de “mostrar a México como una nación con ancestrales y valiosas riquezas patrimoniales, pero a la vez como un

¹⁰⁶ SECTUR, *Boletín 38 Se incrementará la promoción del turismo cultural en Europa: Guevara Manzo*. [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_38 Consulta [11 de Marzo de 2011].

¹⁰⁷ El Año de México en Francia fue propuesto por el presidente Nicolás Sarkozy durante su visita a México en marzo de 2009, acordado con el presidente Felipe Calderón Hinojosa y suscrito en una declaración de intención firmada, en septiembre de 2010, por la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) por la parte de México; mientras que por el lado de Francia, firmaron los Ministerios de Asuntos Exteriores y Europeos, y de la Cultura y de la Comunicación.

país inscrito en la modernidad, la pluralidad, el desarrollo, la vanguardia y el dinamismo”.¹⁰⁸ Un desafortunado conflicto bilateral que se dio entre México y Francia debido a que se le negó la extradición a la secuestradora francesa Florance Cassez a su país de origen¹⁰⁹; ocasionó que las relaciones diplomáticas entre ambos países se vieran lastimadas y por lo tanto cancelaran esta campaña¹¹⁰.

Lo anterior fue una lástima, pues representaba una gran oportunidad para que México se diera a conocer más y de mejor manera en este país europeo de gran importancia. Se pretendía la realización de más de 280 actividades y eventos desglosados en 5 grandes ejes: económico; cultural; turístico y gastronómico; de cooperación en salud, ciencia y tecnología, educación y universidad; y sustentabilidad y medio ambiente, los cuales se llevarían a cabo en todo el territorio francés, asimismo, se pretendía actualizar y profundizar el conocimiento integral sobre nuestro país, esto con el fin de fortalecer e incrementar los nexos en la relación bilateral. Dichas actividades se llevarían a cabo en numerosas ciudades francesas como París, Marsella, Toulouse, Burdeos, Metz, Brest, Rennes, Nantes, Lille, Lyon.

De ponerse en marcha el proyecto, dentro del eje turístico, se habrían realizado diversas actividades y eventos en: promoción de México como destino, Ecoturismo, Turismo sustentable y Gastronomía; dentro de estos eventos destacan los siguientes: Gran feria turística; una amplia campaña mediática; Embajadores turísticos; Encuentros Profesionales en pro del turismo sustentable y de la naturaleza; MEXITOUR Ecoturismo Rural; Seminario de Ecoturismo en

¹⁰⁸ SECTUR, *Boletín 18 Inicia el año de México en Francia*, [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_18 Consulta [11 de marzo de 2011]

¹⁰⁹ El 9 de diciembre de 2005 la francesa fue detenida junto con otros integrantes del grupo de secuestradores “Los Zodiaco” y se le condeno a cumplir 60 años de prisión en México y a pesar de las negociaciones se le negó la extradición a Francia.

¹¹⁰ Cabe destacar que el gobierno mexicano fue quién decidió cancelar el evento.

Aquitania, entre otros. Este eje sería coordinado por la Secretaría de Turismo y el Consejo de Promoción Turística de México.^{111 112}

Ahora bien, la promoción turística de nuestro país no se ha limitado al continente europeo, sino que también se le dio un importante impulso en América del Norte. Con el fin de fortalecer la difusión turística de México en Estados Unidos, nuestro país estuvo presente en la reunión anual de *Travel Weekly 2011* en la que se dieron cita los principales representantes de la industria de viajes del país norteamericano. En ella, se resaltó que México ocupa el primer lugar en zonas arqueológicas con más de 30 mil sitios, goza de 110 mil monumentos históricos, se ubica como el sexto país con el mayor número de sitios declarados como Patrimonio de la Humanidad, ocupa el primer lugar de SPA's a nivel mundial y tiene la posición número 2 en Turismo de Lujo.¹¹³ Todos estos puntos nos siguen demostrando la vasta cantidad de espacios turísticos con los que cuenta México que no precisamente están relacionados a las playas.

Asimismo, la entonces Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, asistió a la reunión de la *Professional Convention Managment Association (PCMA)* en las Vegas, Nevada¹¹⁴ con el propósito de fortalecer el mercado de Congresos y Convenciones, el cual representa una pieza clave para impulsar la actividad turística de México pues genera una derrama económica de 32,500 millones de dólares al año¹¹⁵. Un evento de este tipo que se llevó a cabo recientemente fue la

¹¹¹ SECTUR. *Op. Cit.*

¹¹² Después de la liberación de la francesa Florance Cassez en enero de 2013 gracias a un fallo a su favor por parte de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el gobierno francés mostró sus deseos de mejorar la relación entre ambas naciones, haciendo notar que el caso Cassez significaba un "factor de bloqueo".

¹¹³ SECTUR. *Boletín 26 Fortalece SECTUR promoción turística de México en Estados Unidos*, [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_26 Consulta [11 de Marzo de 2011].

¹¹⁴ El PCMA, es uno de los eventos más importantes a nivel mundial para el Segmento de Turismo de Reuniones y Convenciones.

¹¹⁵ Alejandro De la Rosa. "México fortalece su posición en turismo de convenciones: Sector", *El Economista*, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/12/18/mexico-fortalece-su-posicion-turismo-convenciones-sectur> Consulta [12 de marzo de 2013].

COP 16¹¹⁶, en Cancún, Quintana Roo. Es importante resaltar que esta actividad anualmente deja una derrama económica de más de 500 millones de dólares para nuestro país.

Otro de los países donde se promovió a México como producto turístico es Canadá, debido a que este es el segundo país emisor de turistas a nuestro país y por lo tanto representa un mercado clave para elevar el flujo de viajeros y la derrama económica. Así, el entonces Director General Adjunto del CPTM, Rodolfo López Negrete, realizó una gira de trabajo en este país con el fin de continuar la intensa campaña de promoción de México como destino turístico en este mercado y resaltó que la comunicación aérea a resultado ser un elemento fundamental pues “Actualmente, *Air Canada* opera un total de 65 vuelos semanales desde ocho diferentes mercados a cinco destinos de nuestro país, mientras que *Sunwing* realiza 77 vuelos a la semana desde 14 mercados hacia seis destinos. Por su parte *Transat* y *Westjet* operan 61 y 51 vuelos semanales procedentes de nueve mercados a cinco destinos, respectivamente”.¹¹⁷

En el continente asiático también se ha hecho una importante labor por promover nuestros destinos turísticos, pues en noviembre de 2010, en el marco de la feria *China International Travel Mart*, se firmó un Acuerdo de Cooperación entre China y México¹¹⁸, con el cual “se detonarán inversiones para desarrollar infraestructura y productos turísticos; se crearán nuevas fuentes de empleo y se mejorará la balanza turística de ambas naciones”¹¹⁹.

¹¹⁶ La COP16/CMP6 es la 16ª edición de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, y la 6ª Conferencia de las Partes actuando como Reunión de las Partes del Protocolo de Kyoto. Se entiende por Partes aquellos Estados nacionales que firmaron y ratificaron esos dos tratados internacionales, obligándose a observar y cumplir su contenido en materia de cooperación internacional en contra del cambio climático. La Convención Marco cuenta con 194 Estados parte y su Protocolo de Kyoto con 184.

¹¹⁷ SECTUR. *Boletín 27 Canadá mercado clave para el desarrollo del turismo en México*, [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_27 Consulta [11 de Marzo de 2011]

¹¹⁸ El convenio tendrá una vigencia de cinco años y podrá ser renovado por periodos de igual duración.

¹¹⁹ SECTUR, *Boletín 146 Firman México y China Acuerdo para fortalecer la actividad turística*. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_146 Consulta [17 de Diciembre de 2010]

Es importante resaltar que con este acuerdo, tanto México como China se comprometieron a impulsar diversos tipos de turismo que no específicamente están orientados a las playas, nos referimos a el ecoturismo, el turismo de salud, cultural, rural, deportivo, termalismo, el turismo cinegético y el de pesca, entre otros más. Asimismo, con este acuerdo se pretendió intercambiar experiencias sobre campañas de publicidad en el ámbito nacional e internacional, así como en la participación en las principales ferias turísticas, punto que de ser aprovechado, ayudará a diversificar e incrementar los visitantes hacia ambas naciones. Los resultados de dicho acuerdo se han visto reflejados en la llegada de turistas chinos a nuestro país, pues tan sólo en 2012 la llegada de estos se incrementó en un 28.9 por ciento en comparación con 2011.

Dentro de América Latina, se firmó en 2012 el Acuerdo Multilateral sobre Cooperación Turística con los Ministros de Turismo de Colombia, Chile y Perú, países que forman parte de la Alianza del Pacífico, con el cual se busca fortalecer el desarrollo del turismo en la región¹²⁰.

Asimismo, se firmaron convenios bilaterales de aviación con Canadá, Rusia, Turquía, Venezuela, Bahrein, Indonesia, Kenia, Letonia, Jordania, Kuwait, Brasil y Portugal, y se facilitó el ingreso y salida de 21,542 pasajeros y 1,713 tripulantes a bordo de cruceros, además, se enviaron 16,918 solicitudes del programa Global Entry¹²¹ a la Customs and Border Protection¹²²¹²³.

¹²⁰ La firma del acuerdo se dio en el marco de la Reunión de la Comisión de Ministros de la Alianza del Pacífico, en la cual se instaló un Grupo de Trabajo sobre Turismo, cuyas tareas están enfocadas a impulsar acciones para facilitar la conectividad aérea, el intercambio de visitantes y promover el turismo, a través de la difusión de la cultura, la gastronomía y los diferentes productos turísticos que ofrecen estas naciones.

¹²¹ Global Entry es un programa desarrollado por Aduanas y Protección Fronteriza de EE. UU. para acelerarle el ingreso a Estados Unidos a los viajeros internacionales de bajo riesgo, previamente examinados. Cuando llegan a EE. UU., los socios se dirigen directamente al quiosco automático de Global Entry, evitando las filas de control de pasaporte y las declaraciones escritas de aduana.

¹²² Customs and Border Protection (CBP) es una agencia federal del Gobierno de Los Estados Unidos de América, la cual depende del Departamento de Seguridad Nacional el cual está encargado de regular y facilitar el comercio internacional, cobro de aranceles aduaneros y hacer cumplir las normas y reglas de EEUU, incluyendo las leyes de comercio, aduanas e inmigración. El

Así, los esfuerzos realizados durante el gobierno de Felipe Calderón con el fin de promover la riqueza turística del país a nivel internacional fueron diversos, sin embargo, hay que esperar a que todos ellos rindan frutos y saber si funcionan o no a corto y mediano plazo, pero sobre todo, queda la duda de saber si el gobierno de Enrique Peña Nieto le dará continuidad a los ya mencionados proyectos e iniciativas.

Por otro lado, la promoción nacional no se ha dejado de lado y se llevaron a cabo algunos eventos con el fin de impulsar esta industria dentro de territorio mexicano.

A mediados de noviembre de 2010, en Morelia, Michoacán, la Secretaría de Turismo Federal, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Consejo de Promoción Turística de México y el Gobierno del Estado de Michoacán, organizaron la Feria Mundial de Turismo Cultural, la cual tuvo como propósito ampliar la oferta de este sector, aumentar la promoción y posicionar a México como uno de los líderes internacionales de turismo cultural. En este evento participaron más de 11 países de Asia, Europa y América Latina, así como representantes de 19 estados del país, para promover sus diferentes destinos, con el fin de atraer a turistas nacionales y extranjeros.

Es importante resaltar que en esta Feria se enfatizó en que debía promoverse más el mercado turístico cultural de México, al mismo tiempo que se debe diversificar el producto de nuestro país del tradicional destino de sol y playa.

Otro de los eventos realizados y que tuvo mucha importancia no solo para el país sino para el mundo en general, es la realización en 2010 de la primera Feria

objetivo principal de la CBP es impedir la entrada de terroristas y armas a los Estados Unidos, sin embargo, también se encarga de capturar a aquellas personas que traten de ingresar ilegalmente en los Estados Unidos, detener el flujo de drogas ilegales y otro contrabando, proteger los intereses agrícolas y económicos de Estados Unidos de enfermedades y plagas nocivas y a las empresas estadounidenses y el robo de propiedad intelectual.

¹²³ s/a. "Acuerdo Nacional por el Turismo lleva 93% de avances: Sectur" El Economista, [en línea] Dirección URL:<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/11/29/acuerdo-nacional-turismo-lleva-93-avances-sectur> Consulta [01 de febrero de 2013].

Internacional de Turismo de las Américas, la cual presentó la oferta turística de los cinco continentes. Dicho evento reunió a profesionales de la industria turística mundial con el fin de impulsar la promoción y comercialización de productos y destinos turísticos; y se posicionó como el escenario ideal para establecer nuevos contactos, conocer las novedades del mercado, así como impulsar y concretar nuevos negocios. En pocas palabras, lo que se buscó con esta feria son formas innovadoras de promover el turismo. Fue tal el éxito que alcanzó, que en 2011 y 2012 se llevaron a cabo su segunda y tercera edición, respectivamente.¹²⁴

Puede notarse entonces que la labor realizada durante el gobierno de Felipe Calderón para cumplir con las estrategias planteadas tanto en el PND como en el Acuerdo Nacional por el Turismo caminaron poco a poco, pues la mayor parte las se llevaron a cabo. Sin embargo, a pesar de que durante su sexenio se puso al turismo como una prioridad nacional, el clima de inseguridad opacó estas ganas de impulsar más y mejor este sector, pues la mala imagen que se proyecta de nuestro país a nivel internacional provocó que durante 2012 disminuyera la entrada de turistas a nuestro país; los asesinatos, secuestros y violaciones provocan, sin duda alguna, que el turista, tanto internacional como nacional, no se sienta seguro de visitar el país. Asimismo, durante este año se vio mermado el ingreso de divisas por concepto turístico a nuestro país ya que de los 15 000 millones de dólares que se esperaba alcanzar, sólo de recibieron 12 600 millones¹²⁵.

Así, a pesar de los esfuerzos, falta trabajar más y quizá sería bueno recurrir a estrategias de comercialización de la cultura coherentes a lo que se vive en la actualidad, tal como lo hacen países como Francia o China que aún contando con

¹²⁴ En la edición de 2011, FITA incrementó en un 40 por ciento el número de expositores que se dieron cita en el evento y para 2012, la Feria se consolidó como el mejor evento turístico internacional.

¹²⁵ De la Rosa, Alejandro, "Crimen quita a Turismo US15,000 millones". El Economista, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/17/crimen-quita-turismo-us15000-millones> Consulta [01 de febrero de 2013]

playas, promueven más su cultura y se posicionan dentro los cinco primeros países en el Ranking Internacional de llegadas internacionales; por ejemplo, Francia pone a la venta una tarjeta que te da acceso de forma ilimitada a sus museos y monumentos.

De igual manera, debe tomarse en cuenta que ahora todo debe tener un precio, y por lo tanto hay que darle el valor que se merece a nuestros recursos tanto naturales como culturales, es decir, se debe considerar un precio para nuestros recursos e involucrarlos en el beneficio económico para poder darles el mantenimiento adecuado y conservarlos en buen estado, para que de esta forma se atraiga a más visitantes que aprecien nuestra cultura y gasten su dinero en la misma, pues estos ingresos sin duda alguna ayudan a la economía.

3.2. Breve análisis de las instituciones encargadas del fomento del turismo en México.

Como bien sabemos, el turismo es una actividad muy importante para México por todas las razones que a lo largo de la investigación hemos resaltado. Es por eso que no podemos dejar de mencionar cuáles son aquellas instituciones que se encargan de impulsar el turismo en nuestro país y por lo tanto hablaremos de ellas en este apartado.

3.2.1 Secretaría de Turismo (SECTUR).

Constituida en 1974, después de ser Departamento de Turismo, la Secretaría de Turismo es la cabeza del sector en nuestro país. Desde su creación ha tenido la tarea de elaborar estudios y mensajes sobre la oferta turística mexicana, así como diseñar y ejecutar todas aquellas estrategias para promover el turismo a nivel nacional e internacional de nuestro país.

Una de las actividades prioritarias que realiza la SECTUR es la operación turística, dentro de la cual se pretende promover diversas actividades que vayan

encaminadas al desarrollo, operación y fomento de los servicios turísticos. Lo anterior se lleva a cabo mediante la evaluación de programas que sobre todo permitan un desarrollo turístico sustentable y competitivo que contribuya a la generación de empleos, la preservación del entorno natural e histórico de las regiones, y la captación de divisas.¹²⁶

Ocho son los programas¹²⁷ que la Secretaría ha puesto en marcha para cumplir el propósito anterior:

1. *Programa México norte*. También llamado, Programa Fronteras, comprende los estados de Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas. Desde un punto de vista turístico, la frontera norte cumple dos funciones: destino de viajes y tránsito del turismo de internación. El objetivo de este programa es “posicionar a los estados de la frontera norte de México como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con clara identidad nacional coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región”¹²⁸

Dentro del objetivo planteado se pretende ubicar al turismo de esta región como seguro, sin embargo, dados los acontecimientos ocurridos en años recientes vinculados al crimen organizado, sobre todo en Cd. Juárez, Chihuahua, este punto parece debilitarse, pues la violencia genera miedo en los turistas y desconfianza para no querer viajar a México y mucho menos a esta zona. Esto se fortalece con las recomendaciones hechas por Estados Unidos, el principal país emisor de turistas a esta zona (y al país en general), a sus habitantes, pues en variadas ocasiones ha recomendado no viajar a México debido al peligro que esto puede ocasionarles. Esto

¹²⁶ SECTUR, *Operaciones turísticas*. [en línea], Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/OperacionesTuristicas> Consulta [14 de Abril de 2011]

¹²⁷ Cfr. SECTUR. *Programas regionales*. [en línea] Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx> Consulta [14 de Abril de 2011]

¹²⁸ *Ibidem*.

forma parte del amarillismo con el que se difunden los acontecimientos que ocurren en el país al exterior, pues si bien es cierto que debe de informarse de la violencia que vivimos también deben de difundirse, en mayor medida, las buenas cosas que tiene y que ocurren en México.

2. *Programa Mundo Maya*. Esta zona abarca los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.¹²⁹ El objetivo fundamental es impulsar el fortalecimiento de esta región por medio de estrategias y acciones que están dirigidas al desarrollo de nuevos productos y a la consolidación de la oferta existente, en el marco del desarrollo turístico sustentable. Uno de los lugares de sol y playa más visitados de nuestro país, Cancún, Quintana Roo, se encuentra en esta región y obviamente resulta ser uno de los principales destinos que se pretende fortalecer, sin embargo, me parece que al estar tan bien consolidado debería dejarse un poco de lado y promover aún más los demás estados ubicados en esta región.
3. *Programa Ruta de los Dioses*. Este programa comprende básicamente los estados de Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz y el Distrito Federal. Me parece que esta zona puede aprovecharse más y mejor turísticamente, pues al contar con atractivos vinculados a la cultura, naturaleza, gastronomía y tradiciones, permite ofrecer rutas turísticas en los segmentos de sol y playa, cultura, negocios y alternativo.
4. *Programa tesoros coloniales*. Lo integran estados del Centro de México como son Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

¹²⁹ Para el gobierno Federal, esta región resulta ser sumamente importante para impulsar el desarrollo regional pero sobre todo para considerar al turismo como una prioridad nacional. Esto forma parte de una alianza multinacional donde participan los países centroamericanos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras, herederos también del legado de esa civilización prehispánica, en el marco de la Organización Mundo Maya.

Este es uno de los programas que deberían ser aún más explotado que los demás, debido a que es una región que no cuenta con destinos de sol y playa, al contrario, concentra una importante riqueza patrimonial e histórica; sumada a la presencia de ciudades medias de gran fortaleza económica, lo que permite optimizar sus recursos y ofrecer productos turísticos diferentes a las playas que estén más enfocados a la cultura, los negocios/convenciones y al turismo alternativo.

5. *Programa en el Corazón de México.* Abarca los estados de Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala. Básicamente lo que se pretende en este programa es apoyar a la región a posicionar sus destinos tanto en el ámbito nacional como internacional. Sin embargo, me parece que los destinos del estado de Guerrero son más que conocidos nacional e internacionalmente por lo que los demás estados son lo que deben apoyados para que puedan ser conocidos más y mejor turísticamente hablando.
6. *Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre.* Está integrado por algunas localidades de los estados de Baja California Sur, Sinaloa, Chihuahua y Sonora, los cuales se caracterizan por tener atractivos turísticos vinculados al mar, el desierto y la montaña. Al igual que el Programa México Norte, este tiene relación con la frontera norte de nuestro país y se ve igualmente afectado la violencia y el crimen organizado, lo cual frena un poco la posibilidad de consolidarlo turísticamente y aprovechar los atractivos con los que cuenta.
7. *Centros de playa.* Este programa esta enfocado prácticamente a todos los estados de la República Mexicana que cuenten con áreas costeras¹³⁰. Si

¹³⁰ Las entidades federativas que están integradas directamente en este programa son: Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa. De manera indirecta también se atiende, ya sea a través de este programa regional o bien de otros como Mundo Maya, Fronteras y Ruta de los Dioses, a los siguientes estados: Baja California, Sonora, Quintana Roo, Veracruz y Tamaulipas.

bien es cierto que gracias al amplio litoral con el que contamos (11 mil kilómetros) las playas han sido de suma importancia para el desarrollo turístico de nuestro país, también es cierto (como ya lo vimos a lo largo de la investigación) que México cuenta con un sin fin de lugares que de ser aprovechados a la par de las playas, podrían tener una importante contribución no solo al desarrollo turístico sino también al económico.

8. *Programa Pueblos Mágicos*¹³¹. Este programa es muy peculiar debido a que no abarca algún estado en común, sino que pretende “revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros”¹³². Así, se considera a un pueblo como “mágico” a aquella localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes y cotidianidad.

Si bien es cierto que los alcances que se pretenden con este programa son muy ambiciosos pues rebasan por mucho la idea de mejorar la imagen urbana y ayudar a mejorar economía local y regional; también es cierto que si de verdad se les pone la atención que se supone les pondrían desde un principio, si podrían lograrse los objetivos antes mencionados, pues desde que fueron instituidos en 2001, la promoción que se les ha dado ha sido muy pobre y pocas son las personas que los conocen.

Así, el trabajo que SECTUR ha realizado por promover y fortalecer la industria a su cargo en nuestro país en los últimos años ha sido bueno más no excelente, pues los programas anteriormente mencionados a primera vista parecen ser buenos o mejor dicho lo son, pero como hemos venido insistiendo, no se han promovido como se debería y por lo tanto se quedan rezagados y sin mucha oportunidad de ser aprovechados, siendo solo los lugares que ofrecen sol y playa

¹³¹ Ver anexo 2.

¹³² Cfr. SECTUR. *Op. Cit.*

los que siguen a la cabeza; por lo que la mejor opción sería darles a todos y cada uno un lugar al momento de difundir nuestros atractivos turísticos a nivel mundial.

Ahora bien, dado que la SECTUR no es la única institución que se encarga de la promoción del turismo mexicano es pertinente conocer al Consejo de Promoción Turística para conocer el trabajo que realiza en nuestro país.

3.2.2. Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)

Desde su creación en 1999, gracias a una iniciativa de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) se ha consolidado como una empresa de Participación Estatal Mayoritaria, que auxilia a SECTUR en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística y tiene por objetivo principal “el diseño y operación de las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, con la participación de los diversos actores de la actividad turística”.¹³³

Dentro de las diversas estrategias que ésta institución realiza para dar a conocer la riqueza turística de México más y de mejor manera encontramos cuatro en específico:

1. *Congresos y convenciones.* A través de su Oficina de Congresos y Convenciones, el CPTM coordina estrategias del País para el segmento de Turismo de Negocios; con el objetivo de incrementar la competitividad y visibilidad del producto turístico mexicano para congresos, convenciones, incentivos y exposiciones a través de la unión de esfuerzos de los diferentes actores públicos y privados que intervienen en la cadena productiva.

¹³³ México.us, *Consejo de Promoción Turística de México*. [en línea], Dirección URL:http://www.mexico.us/travel/ecoturismo/eco_turismo/el_consejo_de_promocion_turistica_de_mexico/ Consulta [8 de abril de 2011]

2. *Ferias y eventos.* Aquí lo que se pretende es identificar escenarios nacionales e internacionales en los cuales pueda difundirse y promoverse la imagen de México, así como comercializarse sus productos y servicios turísticos. Ejemplo de esto es la participación que ha tenido México en eventos como la Feria Internacional de Turismo de Berlín, el World Travel Market, la China International Travel Mark, entre otros, y la creación de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que se realizó por primera vez en 2010 en la Cd. De México.
3. *Promoción.* Como su nombre lo indica, el CPTM realiza campañas de publicidad en los principales mercados emisores. Principalmente se pretende que con estas campañas se mejore la percepción de los destinos turísticos mexicanos, se estimule la intención de viaje y se invite al turista potencial a que busque nuevos productos y destinos, y que los agentes de viajes conozcan la diversidad y calidad de la oferta nacional.
4. *Relaciones Públicas.* Las campañas que realiza el CPTM en esta materia son de suma importancia debido a que ayudan a crear una imagen favorable del país, además de incrementar el impacto del resto de las acciones de promoción. Por medio de ellas “se llevan a cabo las acciones proactivas hacia los medios de comunicación especializados en turismo en los diversos mercados de origen, a efecto de propiciar la generación de artículos informativos y reportajes que den a conocer la riqueza de la oferta turística de cada uno de los destinos del país”¹³⁴.

Las campañas en general, comprenden acciones de atención a medios especializados, acceso a bancos de información e imagen, viajes de familiarización a destinos mexicanos, generación de boletines y artículos sobre temas turísticos enfocados a segmentos y nichos de alto potencial, así como un programa de atención a situaciones contingentes.

¹³⁴ *Ibidem.*

Una de las campañas más importantes que ha realizado el CPTM ha sido la creación del Sitio Web **visitmexico.com**, en el cual se puede obtener información turística de México en diversos idiomas y esto permite que turistas tanto nacionales como extranjeros conozcan todos los atractivos que nuestro país ofrece.

Uno de los puntos interesantes que tiene este Consejo es que cuenta con 18 oficinas en el extranjero, es decir, en los principales mercados emisores de turistas hacia México, esto con el objetivo de contribuir a la promoción de los destinos turísticos mexicanos en estos mercados.¹³⁵ Las oficinas se encuentran en los siguientes países: Madrid, Londres, París, Roma y Frankfurt en Europa; Chicago, Houston, Los Ángeles, Miami, Nueva York y Washington en Estados Unidos; Toronto, Montreal y Vancouver en Canadá; Buenos Aires, Sao Paulo y Santiago de Chile en Latinoamérica, Tokio en Japón y Pekín en China.¹³⁶ Al contar con estas oficinas se resalta el gran avance que se tiene con respecto a promoción turística de México en el extranjero, sin embargo, sería interesante buscar la posibilidad de ubicar más oficinas en otros países que quizá no emitan tantos turistas al país pero que probablemente lleguen a serlo si conocen mucho más nuestro país por medio de estas oficinas.

Así, el trabajo que realiza el CPTM resulta ser muy importante porque es gracias a él que se realizan las estrategias necesarias para optimizar la competitividad de la oferta turística de México y sus oportunidades de mejora, pero sobre todo, promueve la imagen turística de los destinos de México, apoyando así las actividades de la industria y de los medios de comunicación, lo cual favorece de manera importante pues esto hace que la atracción de turistas al país se

¹³⁵ CPTM, *Oficinas en el exterior*. [en línea] Dirección URL: http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/oficinas_en_el_exterior Consulta [18 de Abril de 2011]

¹³⁶ VISIT MEXICO, *Turismo en México*. [en línea], Dirección URL: http://www.visitmexico.com/en/presseues/pres_turismo_en_mexico Consulta [13 de abril de 2011].

incremente. Es por eso que es quien debe de trabajar mucho más en coordinación con SECTUR para que la difusión de todo el país sea la más provechosa posible.

Es importante resaltar que durante el gobierno de Felipe Calderón, el CPTM destinó 554.1 millones de pesos para la implementación de estrategias internacionales de comunicación las cuales iban encaminadas a mejorar la deteriorada imagen del país por cuestiones de inseguridad.¹³⁷

Otra de las instituciones que es responsable del desarrollo turístico en México es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) el cual no está relacionado precisamente con la promoción turística del país pero sí resulta ser de suma importancia al igual que las instituciones anteriormente mencionadas, por lo que en el siguiente apartado hablaremos del papel que juega dentro de este sector en nuestro país.

3.2.3 Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

Esta institución tiene como antecedente inmediato el Fondo de Garantía y Fomento de Turismo (FOGATUR) creado en 1956, el cual estaba a cargo de Nacional Financiera, S. A.¹³⁸ y tenía como objetivo principal otorgar créditos para estimular la inversión turística nacional.¹³⁹

Posteriormente, en 1969, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México, se creó el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR), que tenía como objetivos, además de la promoción de obras de infraestructura, la realización de las mismas, relacionado directamente “con el

¹³⁷ Consejo Coordinador Empresarial, *Marca México, a trascender más allá de sexenios*. [e línea] Dirección URL: http://www.cce.org.mx/nota/Notas_13/Enero/Marca%20M%C3%A9xico.%20a%20trascender%20m%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20sexenios/ Consulta [19 de febrero de 2013]

¹³⁸ Ver Anexo 1.

¹³⁹ Cfr. FONATUR, *Antecedentes, decreto de creación*. [en línea] Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-DECRC&sec=5 Consulta [25 de abril de 2011]

programa diseñado por el Gobierno Federal para el desarrollo de nuevos centros turísticos de importancia y la mejora sustancial de otros que habían mostrado su potencialidad como centros de atracción turística”.¹⁴⁰

Sin embargo, en 1974, ambos fideicomisos se fusionaron dando vida a lo que hoy conocemos como FONATUR, gracias a un contrato de fideicomiso que se celebró entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en su carácter de Fideicomitente único del Gobierno Federal y Nacional Financiera, S. A., como fiduciaria. Desde 2001, se encuentra bajo la coordinación sectorial de SECTUR. Así, esta institución es la encargada planear y desarrollar proyectos turísticos sustentables de impacto nacional, así como fomentar la inversión a la capacitación del sector.¹⁴¹

Para apoyar el desarrollo del sector turístico de nuestro país, FONATUR ofrece tres programas:

1. Programa de Asistencia Técnica a estados y municipios. Por medio de este programa, FONATUR asesora a gobiernos estatales y municipales en la planeación turística de regiones y sitios con potencial, o aquellos destinos que necesiten un nuevo impulso. Es importante resaltar que dentro de los programas de desarrollo turístico se analiza la situación y requerimientos de destinos, regiones y sitios y se definen las estrategias para su desarrollo turístico sustentable, contemplando además aspectos económicos, urbanos, ambientales y sociales.¹⁴²
2. Programa de Asesoría y calificación de proyectos. Este programa pretende incentivar la participación de la banca en el otorgamiento de crédito a la empresa turística¹⁴³, reduciendo así el riesgo del sector y por lo tanto

¹⁴⁰ *Ibidem*.

¹⁴¹ Cfr. FONATUR, *Misión, Visión*. [en línea], Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-MV&sec=2 Consulta [25 de abril de 2011]

¹⁴² FONATUR, *Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios*. [en línea], Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp?modsec=01-PATEM&sec=1 Consulta [26 de abril de 2011]

¹⁴³ Ver Anexo 1.

facilitando a la empresa turística el acceso al crédito bancario, proporcionando elementos de apoyo de mercado, técnico y financiero que permitan a dichas empresas una presentación del proyecto en forma integral para la gestión de financiamiento.¹⁴⁴

3. Programa de Asesoría y Certificación de Calidad FONATUR. Este programa está enfocado al sector privado. A través del mismo se brinda el soporte necesario para llevar a cabo proyectos turísticos privados, es decir, grandes desarrollos de categoría internacional con calidad FONATUR.¹⁴⁵

Para apoyar el desarrollo de estos programas, FONATUR cuenta con tres empresas filiales:

- ❖ FONATUR Constructora, S.A. de C.V. Creada en 1976, esta empresa se dedica a la realización de obra tanto pública como privada, así como la prestación de servicios relacionada con ésta, la cual puede ser solicitada por organizaciones, dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Estatal y Municipal y demás Poderes de la Unión, así como por empresas de toda índole y personas físicas o morales.¹⁴⁶
- ❖ FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V. Al igual que la anterior, fue creada en 1976 y tiene como objetivo principal:

prestar todo tipo de servicios relativos a la conservación, construcción, demolición, mantenimiento, limpieza, operación, vigilancia y supervisión de cualquier tipo de instalaciones e infraestructura, así como en bienes muebles o inmuebles, que requieran organizaciones, dependencias y

¹⁴⁴ Cfr. FONATUR, *Op. Cit.*

¹⁴⁵ Al obtener el distintivo de calidad FONATUR, el desarrollo turístico tiene la oportunidad de obtener una mejor difusión y comercialización.

¹⁴⁶ FONATUR Constructora, *¿Quiénes somos?* [en línea], Dirección URL: <http://www.fonaturconstructora.gob.mx/es/index.asp> Consulta [26 de abril de 2011]

entidades paraestatales de la administración pública federal, estatal o municipal y/o personas físicas o morales.¹⁴⁷

- ❖ FONATUR Operadora Portuaria. Creada en 1969, es una empresa operadora de servicios náuticos, comercializadora y administradora, que tiene como objetivo principal contar con instalaciones náuticas y portuarias de primer nivel.¹⁴⁸

Con respecto al apoyo de la creación de desarrollos turísticos, es importante resaltar que FONATUR ha jugado un papel importante, ya que fue una de las instituciones que ayudó a la creación de los ya mencionados CIP's ¹⁴⁹ los cuales han sido todo un éxito al atraer 73'000,000 de turistas en los últimos treinta años, y aunque no deben descuidarse, tampoco deben ser los únicos a los cuales se les preste atención no solo en cuestiones de promoción sino también de inversión, pues además de ellos, FONATUR apoya y difunde proyectos que están vinculados solo al turismo de sol y playa.

Así, durante 2012, FONATUR reportó un incremento de 275% en las ventas acumuladas, la venta de varios hoteles recuperados y la consolidación de proyectos en Huatulco, Loreto y la Marina Cozumel; así como la reducción de 150 millones de pesos en gastos de operación^{150 151}.

¹⁴⁷ FONATUR Mantenimiento turístico, *¿Quiénes somos?* [en línea], Dirección URL: http://www.fonaturmantenimientoturistico.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?mod=FONMATTO&ind=1&subind1=2&subind2=0&sec=1 Consulta [26 de abril de 2011]

¹⁴⁸ FONATUR Operadora portuaria. *¿Quiénes somos?* [en línea], Dirección URL: http://www.fonaturoperadoraportuaria.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?sec=1 Consulta [26 de abril de 2011].

¹⁴⁹ Los Cabos, Ixtapa, Loreto, Huatulco, y Litibú-Nayarit.

¹⁵⁰ Mota, Carlos. *Cubículo Estratégico por Carlos Mota*. Milenio.com [en línea] Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9155838> Consultado el 07/01/13 Consulta [07 de enero de 2013]

¹⁵¹ Fonatur estima que los hoteles vendidos y los proyectos concretados detonarán inversión privada por hasta 10 mil millones de pesos.

Dentro de los servicios turísticos que ofrece se encuentran desarrollos ubicados en lugares como Guerrero, Oaxaca, Nayarit y Baja California, estados que por excelencia están vinculados a las playas, lo que puede sugerir que esta institución se está estancando en apoyar la inversión hacia regiones de esta naturaleza y no ha otras (como las que hemos mencionado anteriormente). Y es que la falta de apoyo al desarrollo turístico de otras regiones no es responsabilidad únicamente de FONATUR, sino también de SECTUR y CPTM, pues al promover más estados con turismo enfocado al sol y la playa resulta obvio que empresarios, otros países y los mismos estados se inclinen por invertir en ellos y no en otras regiones que de invertirles más pueden aprovecharse de manera considerable y así traer beneficios en principio para la población local y posteriormente a nivel nacional, tanto en cuestiones de atracción de turistas (y por lo tanto de divisas) como de creación de empleos, por lo que las tres instituciones deben de trabajar en conjunto para obtener mejores resultados.

Como bien pudimos apreciar, las instituciones que se encargan de promover y apoyar el turismo en México han hecho un buen trabajo mas no excelente, pues se han enfocado en algunas regiones que si bien han sido provechosas para el desarrollo turístico en nuestro país no son las únicas, y aunque poco a poco han ido incluyendo en su promoción otros estados de la República Mexicana, aún hay mucho por trabajar.

3.3 Prospectivas de la actividad turística a mediano y largo plazo.

Como bien se ha notado a lo largo de la investigación, el sector turístico es y seguirá siendo uno de los más importantes para México, sobre todo por el impacto económico que tiene. El desarrollo de esta actividad y la aportación que deje al país, a mediano y largo plazo, depende directamente de las decisiones tomadas en el presente y de lo que de ahora en adelante se haga o se deje de hacer. Es por eso que en este último apartado hablaremos del futuro que enfrenta el turismo en nuestro país a mediano y largo plazo.

Ya que uno de los más grandes desafíos que México seguirá enfrentando en un futuro, aunado al crecimiento de la economía informal, es el desempleo,¹⁵² resulta importante hablar de la relación turismo-empleo, pues el apoyo que en el futuro quizá reciba el sector turismo podría depender de la capacidad que tenga para demostrar que puede contribuir de manera sustantiva a la generación de empleos (tanto directos como indirectos), y que además estén bien remunerados, pues son tal vez el mejor instrumento disponible para distribuir la riqueza y fortalecer el mercado interno,¹⁵³ lo cual repercute en el turismo nacional, pues este podrá crecer sólo en la medida en que los ingresos reales de las familias mexicanas se incrementen, siendo la creación de empleos suficientes la condición necesaria para que esto último ocurra.

Por otro lado, es relevante abordar el tema de la inseguridad y el crimen organizado, debido a que han crecido de manera importante en años recientes y sin duda alguna, como ya lo mencionamos, afectan al turismo. La mayoría de las ocasiones estos dos factores, aunados a otros, contribuyen a crear una sensación de ingobernabilidad e inestabilidad, lo cual no solo se proyecta a nivel nacional sino también internacional y de no ser controlados en tiempo y forma adecuados, seguramente seguirán impactando negativamente en las corrientes turísticas tanto nacionales como internacionales.

Las grandes tendencias mundiales y sus repercusiones en México, indican que estamos viviendo una fase de cambio, entre un modelo tradicional, el de turismo de masas dominado por el turismo de sol y playa, a otro modelo emergente que

¹⁵² Para crear los cerca de un millón de empleos por año que le impone como requerimiento su crecimiento demográfico, se requerirá una inversión anual equivalente a un 4 a 5% del PIB, si dichos empleos fuesen de baja inversión y por ende, en general, en actividades de bajo valor agregado), o bien de entre 5 y 7% del PIB, si se tratase de empleos que requieren una mayor inversión en segmentos de mayor valor agregado (o si se quisiese recuperar gradualmente el rezago existente). Disponer de los recursos para tales inversiones no se ve fácil. Hasta ahora la economía informal ha actuado como un amortiguador eficaz, aunque no exento de problemas, al desempleo.

¹⁵³ Cfr. REDES Consultores, *Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020*. México, 2000, P. 114.

está caracterizado por su mayor diversificación, complejidad e incertidumbre.¹⁵⁴ Por lo que, en los próximos años, reinarán dos modelos: el turismo de masas y un modelo emergente.

La importancia que ambos modelos tengan dentro de los flujos turísticos internos y receptivos de México, dependerán en buena medida, de la evolución de las tendencias internacionales en este sector por una parte, pero también de las decisiones que en materia de política turística sean tomadas desde las esferas de gobierno, así como de las posibles respuestas del sector empresarial (no sólo las mega empresas sino también las pequeñas y medianas empresas emergentes). Por ende, no existe un modelo único, o un escenario predecible, sino por lo menos dos tendencias se pueden resumir en escenarios alternativos.

El primer escenario alternativo sería aquel en el que no se hagan cambios importantes por parte tanto del gobierno como de las empresas, por lo que se seguirían las políticas estatales y empresariales tradicionales hacia el turismo nacional o receptivo. Sin embargo, este escenario resulta ser sumamente pesimista, ya que (como lo vimos a lo largo de la investigación) recientemente se han realizado esfuerzos por ciertos prestadores de servicio y la misma esfera estatal, quienes han puesto en práctica medidas para diversificar la demanda, atender nuevos segmentos, etc. Por lo tanto, este escenario representaría seguir con tendencias pasadas y llevaría a una lenta transformación del modelo turístico actual, con la permanencia de las tendencias dominantes del turismo de masas. Así que el escenario probable o realista está encaminado a tendencias más optimistas que representen un verdadero cambio.

El segundo escenario alternativo, por su parte, es por completo diferente al anterior, pues con él se pretende lograr un cambio muy acelerado en las tendencias actuales, exacerbando las políticas de cambio empresarial y estatal a las cuales hacíamos referencia en el punto anterior. Por ende, el turismo de masas

¹⁵⁴ *Ibidem.*

estaría fuertemente afectado por las nuevas modalidades turísticas emergentes (por ejemplo el turismo cultural y las diferentes formas de ecoturismo), y se tendría, hacia 2020, un modelo mucho más complejo de turismo en México y por lo tanto más diversificado.

Este escenario optimista sería, sin duda alguna, el más deseable y al cual habría que tender, pues remite a una transformación más radical de las tendencias, aprovechando las condiciones favorables del entorno internacional y nacional, con la consolidación de las reorientaciones del modelo turístico, que hoy aun aparecen como emergentes.

Y para que este último escenario pueda darse de manera favorable, es necesario que todos los actores que influyen en el impulso de la actividad turística, ya sean del sector público o privado, se involucren y pongan en marcha acciones que resulten beneficiar el desarrollo del mismo. Así, una de las principales acciones que debe realizar el Sector Público Federal, es crear un clima adecuado para los negocios, es decir, para la inversión tanto nacional como extranjera. En primera instancia, debe propiciar una macroeconomía estable y fomentar la creación de infraestructura y servicios públicos.¹⁵⁵ Asimismo, debe proponer “políticas de largo alcance, marcos legislativos y normativos en materia de inversiones, transporte, migración, financiamiento, utilización responsable del medio ambiente, flexibilidad laboral, tenencia de tierras, formación de recursos humanos y seguridad jurídicas necesarias para su operación”.¹⁵⁶

Por su parte, los gobiernos locales jugarán un papel un poco más preciso en el desarrollo turístico del país, debido a que los procesos de descentralización y los nuevos escenarios democráticos sugieren una mayor responsabilidad en la atención a las zonas turísticas en cuestiones de seguridad, servicios públicos, creación de infraestructuras, conservación del patrimonio, etc. con una visión de

¹⁵⁵ Sin embargo, con la tendencia a la privatización, cada vez será menos el Estado quién directamente construya infraestructura y administre los servicios públicos.

¹⁵⁶ *Cfr.*, REDES Consultores, *Op. Cit.*, P. 133

largo plazo y equilibrando tanto el incremento del turismo como las necesidades inmediatas de las poblaciones locales.

Y de manera general, tanto Gobierno Federal como estatal, ya que hayan puesto en práctica todas las acciones necesarias para impulsar el turismo de la manera que ya lo hemos mencionado, deben de seguir por la misma línea aún cuando el gobernante cambie, pues solo así pueden conseguirse los resultados esperados.

El sector privado será el que se haga cargo de la inversión, promoción, operación y funcionamiento del turismo, lo cual implica un sector empresarial más organizado, coordinado, y que tenga una visión integral, de largo plazo y que por supuesto se preocupe lo social y lo ambiental, y no solo por los beneficios económicos propios.

Es importante destacar que este sector se dividirá en dos categorías: lo micro, pequeños y medianos empresarios que serán quienes atiendan los tipos de turismo emergentes como el turismo de aventura, ecoturismo, SLH (“small luxury hotels”), etc.; y los empresarios comunitarios, que son aquellos ejidatarios e indígenas que habitan zonas de gran valor turístico ya sea natural o cultural y que en el marco del desarrollo sustentable, serán actores de suma importancia en el proceso de desarrollo.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Cfr. *Ibidem*.

A continuación, se enlistan las características de ambos escenarios:

Tabla 9

Características de los posibles escenarios del turismo en México para 2020¹⁵⁸

<p>Escenario alternativo 1 (pesimista)</p>	<p>Escenario alternativo 2 (deseable)</p>
<p>Visión prospectiva conservadora de mantenimiento de las tendencias</p>	<p>Visión prospectiva dinámica hacia el cambio</p>
<p>Poca atención a las megatendencias internacionales y nacionales de cambio, consideraciones tradicionales sobre el modelo turístico nacional</p>	<p>Focalización de las políticas hacia el aprovechamiento óptimo de las tendencias de cambio buscando un mejor posicionamiento en el mercado internacional</p>
<p>Desincorporación progresiva del Estado que deja el mercado resolver la evolución del modelo turístico</p>	<p>Posición más agresiva del Estado que considera que debe mantener vigilancia sobre las mega tendencias y aprovechar los elementos positivos</p>
<p>Participación tradicional del Estado, y desaparición de las instancias tradicionales de promoción, impulso y orientación del modelo turístico (Secretaría de Turismo, FONATUR...)</p>	<p>Participación renovada del Estado como orientador y “facilitador” pero sin inversiones directas</p>
<p>Expansión del turismo de masas</p>	<p>Diversificación creciente del modelo</p>

¹⁵⁸ Cfr., REDES Consultores, *Op. Cit.*, P. 130-132

<p>hacia destinos tradicionales o nuevos megaproyectos</p>	<p>turístico mexicano, con la consolidación de segmentos nuevos, basados en atractivos competitivos de México, como el ambiente natural y su biodiversidad, el patrimonio cultural, arquitectónico, sus tradiciones, etc.</p>
<p>Fuerte competencia internacional de otros destinos, principalmente del Caribe, que compiten favorablemente con México y le restan mercado</p>	<p>México gana espacios y mejora su posición como receptora de turismo internacional, ya que aprovecha atractivos que no tienen los destinos cercanos del Caribe limitados a los atractivos playeros tradicionales</p>
<p>Crecimiento lento de la captación de divisas, por la pérdida de competitividad y la evolución de la demanda hacia sectores de bajos ingresos norteamericanos que siguen aceptando el modelo masivo de playas</p>	<p>Diversificación creciente de las fuentes de divisas turísticas, y aumento de su captación a través de proyectos alternativos de calidad para segmentos de alta capacidad de pago del mercado norteamericano, europeo y asiático.</p>
<p>Concentración y dependencia casi única del mercado norteamericano, con riesgos de desplome en función de posibles desacuerdos políticos o de cambios geopolíticos no previsibles aun (por ejemplo, la apertura radical de Cuba y la</p>	<p>Captación en alza de segmentos de mercado europeo, asiático y del resto del mundo, interesados en la biodiversidad y “sociodiversidad” de</p>

reorientación de los flujos turísticos americanos hacia ese destino).	México. Reducción del riesgo en la estructura del mercado, la captación de divisas, etc.
Progresiva cooptación de las actividades turísticas por empresas multinacionales, que se manejan en el mundo global del turismo de masas, ofreciendo a México como un destino entre muchos.	Expansión de una nueva clase empresarial turística, que incluye pequeños y medianos empresarios nacionales y extranjeros asociados, trabajando en red, y jugando con las ventajas de la tecnología para lograr economías de asociación
Funcionamiento por grandes operaciones turísticas basadas en las economías de escala y centradas exclusivamente sobre los atractivos de playa	Funcionamiento creciente sobre base de pequeñas operaciones que aprovechan economías de variedad; integración progresiva de los megaproyectos del pasado a la dinámica de diversificación
Escasa toma en cuenta del mercado nacional, considerado como secundario en el modelo que persigue, esencialmente, la captación de divisas	Revalorización intensiva del mercado nacional, interesándole a los atractivos nacionales, y asumiendo la importancia del desarrollo regional y de la generación de empleo.
Problemas permanentes en la balanza turística, por la tendencia de los segmentos nacionales medios y altos a buscar alternativas turísticas al exterior	Consolidación del interés de los sectores medios y altos en los valores de México, con la consecuente reducción de la presión sobre la

	balanza de pagos
Creciente afectación ambiental no regulada de los megaproyectos turísticos, reacciones negativas de los grupos defensores del ambiente, puesta en riesgo de la operación de los proyectos, mala imagen internacional de México por su desatención a la ecología	Proyectos respetuosos del ambiente. Ecoproyectos como parte de los destinos y actividades alternativas. El turismo coadyuva a la política ambiental ayudando a preservar el ambiente en proyectos turísticos y crear una conciencia ecológica; óptima imagen de México como destino por su lucha a favor del ambiente desde el turismo
Concentración de proyectos en zonas alejadas de algunas regiones, desequilibrios regionales y urbanos crecientes, fuerte tendencia a que los proyectos se vuelvan enclaves sin políticas de matización de efectos negativos	Dispersión de microproyectos a lo largo de todo el territorio, inclusive en zonas que no parecían aptas antes (p.e. zonas desérticas o de selva). Intenso efecto positivo para las comunidades locales, reversión de la tendencia al enclave
Desinterés y hostilidad creciente de la sociedad civil organizada hacia el turismo por sus efectos negativos sociales, ambientales y económicos	Participación creciente de la sociedad civil organizada en la generación de proyectos y la valorización regional y social de los efectos positivos del turismo
Enfrentamiento Estado-Sociedad civil en torno al turismo	Cooperación creciente, democratización de las instancias

	oficiales de apoyo al turismo
Desligamiento entre turismo y actividades recreativas de la población local, entre otros en centros turísticos	Crecimiento de la interpenetración de turismo y recreación en un modelo complejo de aprovechamiento del tiempo libre socialmente relevante
Imposibilidad de asociar el turismo de masas estandarizado, con los intereses y la producción local en las áreas turísticas	Crecimiento de la interacción de los proyectos con la base productiva y cultural, “empoderamiento” de las comunidades locales
Disociación turismo-valores sociales en México, crecientes conflictos sobre sistema de valores	Mejor integración del tiempo libre en la sociedad mexicana, formación de valores hedonistas integrativas
Fragilidad de los proyectos turísticos al control de grupos delictuosos, particularmente por el interés de estos en blanquear recursos.	Desligamiento absoluto de los proyectos de las actividades ilícitas, por el control social comunitario, la pequeña escala, etc.

Así, el desarrollo turístico en México puede ser el más favorable para el país si las acciones tomadas por todos los actores involucrados en su desarrollo van encaminadas a darle un giro al ya rebasado modelo tradicional de turismo de masas y diversificar la oferta turística del país.

Dado lo anterior, resulta pertinente entonces conocer la manera cómo Enrique Peña Nieto, sucesor a la presidencia de Felipe Calderón, pretende abordar el tema turístico a lo largo de su gestión.

Durante su campaña realizada en pro de salir triunfador en las elecciones presidenciales de 2012, Peña Nieto aseguró que haría del turismo un eje para el crecimiento de nuestro país, lo anterior a través de una agenda que contempla 8 principales acciones¹⁵⁹:

1. El fortalecimiento de la seguridad en los destinos turísticos y carreteras.
2. Mejoramiento de la imagen de México en el mundo.
3. Desarrollo de infraestructura de comunicaciones: aérea, carretera, marítima y ferroviaria.
4. Fomento al crecimiento y calidad de los proveedores de transporte turístico: líneas aéreas, camioneras y de cruceros.
5. Mejoramiento de la infraestructura de los centros turísticos, con la creación de un Fondo de Modernización para los Servicios Turísticos.
6. Desarrollo de recursos humanos para el turismo, que dominen idiomas como el inglés o el mandarín.
7. Promoción del turismo temático y de nicho, como el de negocios, cultural, de aventura, ecoturismo y etnoturismo, de salud, religioso y de rutas: Bicentenario, Gastronómica, Mundo Maya, Pueblos Mágicos y más.
8. Impulso a Centros Integralmente Planeados (CIP) y proyectos turísticos integrales, para lograr una industria sustentable, productiva y con calidad.

Tales acciones parecían congruentes y ambiciosas y sin duda alguna, obligadas para poder alcanzar el objetivo que en un principio se planteo, sin embargo, en el en el Compromiso 16 del **Pacto por México**¹⁶⁰ que se firmó al tomar el poder

¹⁵⁹ Alonso, Ricardo. "El turismo para Peña Nieto", El Economista, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2012/11/30/turismo-eqn> Consultado [07 de enero de 2013].

¹⁶⁰ El Pacto por México es un acuerdo político nacional firmado el 2 de diciembre de 2012 en el Castillo de Chapultepec en la Ciudad de México por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto; Gustavo Madero Muñoz, Presidente del Partido Acción Nacional; Cristina Díaz Salazar, Presidenta Interina del Partido Revolucionario Institucional; y Jesús Zambrano Grijalva, Presidente

Peña Nieto, sólo se abordó la actividad turística como una necesidad de restaurar sitios arqueológicos -principalmente- para de esta manera permitir la vinculación entre la cultura y la promoción turística, y con ello detonar tanto el empleo y como el desarrollo regional¹⁶¹.

A principios de 2013, Peña Nieto presentó su **Política Nacional de Turismo 2013-2018**, la cual tiene como objetivo fundamental posicionar a México como potencia turística. Dicha Política está basada en cuatro ejes:

1. *Ordenamiento y Transformación Sectorial*. Reestructurar el marco institucional y sumar los esfuerzos de los distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales con incidencias en el sector, con el objetivo de lograr una mejor toma de decisiones y una eficaz aplicación de los programas orientados a impulsar el turismo. Asimismo, pretende crear el Gabinete Turístico, que será presidido por el presidente
2. *Innovación y Competitividad*. Con este punto, se busca diversificar la oferta turística de México y consolidar los destinos con los que ya se cuenta.
3. *Fomento y Promoción*. En este punto, el Estado asumirá la responsabilidad de planear el fomento y la promoción de los destinos turísticos, incentivando no sólo la visita de más turistas a nuestro país sino también fortaleciendo la confianza para que exista más inversión.

del Partido de la Revolución Democrática. El Partido Verde Ecologista de México, a través de su vocero Arturo Escobar y Vega, se sumó como signatario de dicho Acuerdo el 28 de enero de 2013. Tiene como objetivo principal profundizar el proceso democrático con base en tres ejes rectores: el fortalecimiento del Estado Mexicano; la democratización de la economía y la política, así como la ampliación y aplicación eficaz de los derechos sociales y; la participación de los ciudadanos como actores fundamentales en el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas públicas.

¹⁶¹ Claudia Alcántara, Instituto de Investigaciones Económicas. "Faltan propuestas para impulsar turismo", Instituto de Investigaciones Económicas UNAM [en línea] Dirección URL: http://biblioteca.iiec.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=18598&Itemid=146 Consulta [28 de enero de 2013]

4. *Sustentabilidad y Beneficio Social.* Se pretende convertir al turismo en México en una industria limpia, que cuide y preserve el patrimonio natural, histórico y cultural. Asimismo, se impulsarán programas para hacer más accesible el turismo a los mexicanos y que deje de ser un privilegio se convierta justo, en un beneficio social.

Es importante mencionar que tal Política no está basada en el Acuerdo Nacional por el Turismo firmado en el gobierno anterior del cual, de hecho, pretenden replantear las metas fijadas, pues los objetivos del sector turístico del gobierno de Peña Nieto, estarán basados en el Plan Nacional de Desarrollo de dicho sexenio. Además, se pretende regresar el **Tianguis Turístico**¹⁶² al puerto de Acapulco para 2015, acción contraria a lo que se hizo durante el gobierno antecesor pues en 2011 se impuso que dicho Tianguis sería itinerante y permitiría así una derrama económica para cada Estado sede.

Así, resulta notorio que las acciones que se llevarán a cabo durante el gobierno de Enrique Peña Nieto en cuestión turística no serán la continuación absoluta de lo trabajado durante el sexenio anterior y esto resulta ser uno de los errores que se comete en cada gobierno: no se da continuidad y seguimiento a propuestas buenas que si se pulen pueden mejorarse en gran medida y servir para el desarrollo del país.

¹⁶² El Tianguis Turístico es una importante plataforma de promoción y negocios para nuestro país, y tiene por objetivo principal impulsar la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos de México, lo cual ayuda a incrementar los flujos de visitantes provenientes de los mercados nacionales e internacionales.

CONCLUSIONES

Hoy día, el turismo en nuestro país enfrenta una serie de problemas que se caracteriza principalmente:

- 1) Por una marcada dependencia de los visitantes provenientes de Estados Unidos y del segmento de sol y playa,
- 2) una participación del turismo nacional de internación sin políticas de fomento para utilizar la capacidad instalada en periodos de reflujo o baja demanda,
- 3) un desarrollo turístico que se ve mayormente reflejado en los centros de sol y playa;
- 4) una sobreoferta en los destinos principales que originan impactos ambientales negativos y,
- 5) un clima de violencia en algunas regiones del país que desafortunadamente proyecta una mala imagen del país al exterior.

Así, la dimensión alcanzada por algunos destinos y el retraso en la planificación e inversión pública, que no ha seguido el ritmo de la actividad privada, han puesto en evidencia la presión del crecimiento sobre el territorio, los recursos naturales y la población local. Todo ello ha contribuido a darnos cuenta de que no se ha logrado un equilibrio entre el crecimiento de la actividad turística y el desarrollo socioeconómico a nivel local, así como sobre la necesidad de planificar e invertir para generar un desarrollo armónico y mantener la competitividad. Con este argumento comprobamos nuestra hipótesis general en la que planteamos que sí México lograra planificar mejor su oferta turística y los servicios derivados de la misma, este sector podría ser clave para el desarrollo económico del país apuntalando la creación de empleos, con lo cual se vería beneficiado el desarrollo de la economía local.

Los trabajos realizados durante el gobierno del Presidente Felipe Calderón fueron diversos y relevantes, por lo que vale la pena mencionar los más importantes¹⁶³:

1. Se destinaron recursos públicos de poco mas de 13 mil 549 millones de pesos para fortalecer la oferta turística;
2. se firmó el *Acuerdo Nacional por el Turismo* dentro del cual se fijaron metas específicas para convertir a México en el quinto destino de viaje a nivel internacional en el año 2018;
3. se crearon las *Rutas de México* y se lanzó el *Programa del Mundo Maya*;
4. se llevó a cabo la *Primera Feria Mundial de Turismo Cultural* en noviembre del 2010;
5. se fortaleció el programa de *Pueblos Mágicos*, alcanzando la cifra de 83;
6. se obtuvieron resultados de los trabajos realizados para diversificar los mercados emisores de turistas hacia México durante el primer semestre de 2011 y;¹⁶⁴
7. se creó el recinto monumental de exposición itinerante *México en tus sentidos*¹⁶⁵

Así, a pesar de los esfuerzos que ha realizado el gobierno mexicano en los últimos años para darle un nuevo sentido a la actividad turística del país, aún falta mucho por trabajar pues todavía existen recursos naturales y culturales insuficientemente explotados, que representan oportunidades para diversificar la oferta y lograr una

¹⁶³ SECTUR, *Boletín 164 Presenta SECTUR resultados del Quinto Informe de Gobierno*. [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_164. Consultado [12 de Septiembre de 2011]

¹⁶⁴ Los turistas rusos crecieron 57.6 por ciento; los brasileños 45.8 por ciento; los peruanos 40 por ciento; los chinos 29.4 por ciento; los colombianos 27 por ciento; los chilenos y los argentinos casi 14 por ciento; los franceses 11.9 por ciento, los ingleses 9.7 por ciento y los canadienses 6.6 por ciento, principalmente.

¹⁶⁵ En el se exhiben fotografías de México tomadas por el artista mexicano Willy Sousa.

mejor distribución de la actividad en el territorio; lugares como Manzanillo, Mazatlán, Valle de Bravo, Tlaxcala, Taxco y las playas de Rosarito, en Baja California, son de los municipios que no han sido aprovechados por completo (muy a pesar de que algunos de ellos son considerados Pueblos Mágicos) siendo uno de los factores que impiden el desarrollo de esos destinos, la falta de apoyo financiero al empresario, a pesar de la necesidad de construcción y remodelación.¹⁶⁶

Y no es que se crea que los programas llevados a cabo estén mal en el fondo, sino que en la forma de aplicarlos quizá les haga falta una mejor estrategia para que los beneficios no solo sean para quienes invierten (ya sean instancias públicas o privadas) sino también para la población local. Con esto confirmamos una de nuestra hipótesis en la que sostenemos que si el sector público no asume la responsabilidad de apoyar a la difusión del turismo, seguirá habiendo un desaprovechamiento de los vastos recursos turísticos que tiene el país, pues a pesar de que del 2007 al 2011 el gobierno ha destinado recursos públicos por 13 mil 549 millones de pesos para fortalecer la oferta turística¹⁶⁷, como ya lo mencionamos, algunos lugares que tiene potencialidad turística en el país no han sido del todo aprovechados.

Por lo anterior, se considera que para obtener mayores beneficios económicos, el modelo de desarrollo turístico debería caracterizarse por:

1. un mejor aprovechamiento de atractivos culturales y naturales, y la puesta en valor de la identidad local;
2. favorecer el aprovechamiento de oportunidades de negocio y empleo por la población local, apoyar a las PYME e impulsar su desarrollo;

¹⁶⁶ La inversión privada para desarrollar proyectos turísticos entre 2007 y 2011 alcanzó 16 mil 221.9 millones de dólares, monto 26.4 por ciento superior al registrado en los primeros cinco años del anterior gobierno.

¹⁶⁷ Cantidad superior en 190 por ciento a los recursos destinados en igual periodo del sexenio anterior.

3. promover la implementación de una infraestructura que beneficie por igual tanto al turismo como a la población local y a otros sectores productivos; y
4. evitar los enclaves turísticos, fomentando la integración de la actividad turística en los espacios y en las actividades productivas de los territorios rurales y en pequeños núcleos de población.

Asimismo, consideramos que se debe de ofrecer un apoyo directo a empresas que se consoliden en comunidades indígenas o rurales, dando prioridad al fortalecimiento de la oferta existente y su integración en la cadena productiva y en los circuitos turísticos, y fortaleciendo los servicios de apoyo técnico, así como las alianzas con empresas del sector.

Con respecto al marco institucional, creemos que además de revisar la estructura y fomentar la coordinación interinstitucional a nivel federal, se deberían intensificar las actividades de fortalecimiento de los gobiernos estatales y municipales en planificación y gestión del turismo, a través de mecanismos que combinen información y asistencia técnica, sin olvidar la financiación para evitar la escasez de recursos.

Así, el gobierno de Enrique Peña Nieto se enfrenta a un panorama turístico que si bien no es desalentador porque los trabajos realizados fueron importantes durante el sexenio Calderonista y posicionaron a este sector como prioridad nacional, si representa un enorme reto, pues debe darle continuidad a lo ya trabajado, no hacerlo resultaría un absurdo por dos cuestiones: 1) perdería sustento lo ya proyectado tanto internacional como nacionalmente y, 2) la meta de posicionar a México dentro del top de los 5 destinos turísticos mundialmente hablando, se vería aún más lejana e imposible de lo que pudiera parecer. Con esto no se pretende dar a entender que lo que propone Peña Nieto no resulta útil, al contrario, sería un complemento que fortalecería lo ya cimentado durante la administración anterior; cimientos que por supuesto requieren ser pulidos.

De igual manera, se topa con el daño que la inseguridad ha generado al sector turístico, pues ha afectado sobre todo la imagen que se maneja de nuestro país no solo al exterior sino al interior del mismo y por ende, la entrada de turistas a nuestro país y la derrama económica que su visita conlleva, además de que ha creado el temor de visitar México dados los asaltos, asesinatos y violaciones que han sufrido turistas en nuestro país.

Así, resulta de vital importancia no descuidar la industria turística en México, ya que impulsa la capacitación y el desarrollo de todos los servicios turísticos y aquellos relacionados con la actividad; y además, promueve al país alrededor del mundo, le da imagen, identidad y reputación internacional.

El Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

ANEXOS

ANEXO 1

FINANCIAMIENTO

Ya que el turismo un sector prioritario para el país, constituye una fuente importante de recursos para la mayor parte del mismo. Es por eso que para apoyar el desarrollo de proyectos turísticos productivos, son diversas instituciones que los financian¹⁶⁸ en nuestro país. Tanto la Banca de Desarrollo como la Banca comercial dan apoyo financiero a proyectos turísticos.

La Banca de Desarrollo, cuenta con siete Instituciones Nacionales de Crédito¹⁶⁹, de las cuales cuatro aportan financiamiento principalmente a Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que quieran invertir en el sector turístico:

1. Banobras
2. Nafinsa
3. Bancomext
4. Financiera Rural

Asimismo, cuenta con diversos Fideicomisos Públicos de fomento económico¹⁷⁰ que ayudan a impulsar áreas prioritarias del desarrollo, siendo el fideicomiso de nuestro interés el Fondo Nacional del Fomento al Turismo (FONATUR), pues, si

¹⁶⁸ Financiamiento, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

¹⁶⁹ Las siete Instituciones Nacionales de Crédito son: Banco Nacional de Obras Públicas y Servicios Públicos (BANOBRAS), Nacional Financiera (NAFINSA), Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), Banco Nacional de Fuerza Aérea, Ejército y Armada, Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI), Sociedad Hipotecaria Federal y Financiera Rural.

¹⁷⁰ Son aquellos que el Gobierno Federal o alguna de sus entidades paraestatales constituyen, con el propósito de auxiliar al Ejecutivo Federal en las atribuciones del Estado, para impulsar las áreas prioritarias del desarrollo, que cuenten con una estructura orgánica análoga a las otras entidades y que tengan Comités Técnicos.

bien no da apoyo económico, si brinda asesoría a los inversionistas sobre cuestiones financieras en materia turística.

A continuación se verá más a fondo lo que cada una de las instituciones mencionadas anteriormente hace o ha hecho con respecto al financiamiento turístico.

BANOBRAS

El Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (Banobras) tiene como objetivo financiar o refinanciar proyectos de inversión pública o privada relacionados con infraestructura y servicios públicos, así como coadyuvar al fortalecimiento institucional de los gobiernos Federal, estatales, municipales y del Distrito Federal¹⁷¹.

Banobras apoya a empresas del sector privado que desarrollan proyectos relacionados con servicios públicos e infraestructura, basado en instrumentos jurídicos que están suscritos por las empresas con agentes privados o instituciones públicas, los cuales les permiten obtener una contraprestación por la ejecución y operación de los proyectos.

En este sentido, la institución cuenta con una oferta que permite adaptar los financiamientos a las condiciones y características específicas de cada proyecto, utilizando como fuente de pago del financiamiento la contraprestación recibida por las empresas.

Con respecto al turismo, Banobras ha trabajado junto con Fonatur desde 1974 en el financiamiento de los Centros Integralmente Planeados¹⁷² (CIP'S) de Cancún,

¹⁷¹ BANOBRAS, *La institución*, [en línea], Dirección URL: <http://www.banobras.gob.mx/quienessomos/Paginas/Inicio.aspx> Consulta [11 de febrero de 2011].

¹⁷² Desde 1974, Fonatur se ha dado a la tarea de desarrollar Centros Integralmente Planeados (CIPs), que consisten en superficies con diseño y planeación sustentable que se ofrecen a inversionistas y desarrolladores para la edificación de hoteles, condominios, villas, residencias, campos de golf y clubs de playa, entre otros productos; así como el correspondiente equipamiento social y turístico para satisfacer las demandas del mercado turístico en sus diversas modalidades.

Los Cabos, Loreto, Huatulco, Ixtapa y Litibú. Recientemente ha apoyado a dos proyectos turísticos: el Centro Integralmente Planeado “Costa Pacífico”¹⁷³ y Marina Cozumel.

El primero, fue propuesto por Fonatur al Fondo Nacional de Infraestructura (Fonadin)¹⁷⁴. Lo invitó a “[...] participar en el desarrollo de un nuevo CIP, denominado “Costa Pacífico”, con el objetivo de crear un polo turístico de proyección nacional e internacional en la región del Mar de Cortés, misma que por sus atractivos naturales y dinamismo, concentra la mayor inversión turística privada del país”.¹⁷⁵

La inversión pública requerida para dicho proyecto se estima aproximadamente en \$4,986 millones, de los cuales \$1,212 millones fueron aportados por Fonadin, lo que supone atraerá inversiones privadas de más de \$6,000 millones de dólares.¹⁷⁶

El mencionado proyecto, resulta ser de mucha relevancia debido a que los beneficios turísticos que al parecer atraerá son atractivos.

El proyecto localizado 110 kilómetros al sur de Mazatlán en una superficie de 1,526 hectáreas en el municipio de Escuinapa, Sinaloa, promueve una integración urbana y turística a partir de sectores en los que se desarrollará vivienda vacacional y resorts hoteleros rodeados por usos mixtos de entretenimiento y cultura, comercio, habitacional urbano, servicios y equipamientos urbanos, además de plazas, jardines y áreas de conservación ecológica.¹⁷⁷ Fonadin autorizó un apoyo recuperable para la adquisición de los terrenos en los que se desarrollará el proyecto y, considerando la experiencia de Fonatur, se prevé recuperar esta inversión en un plazo de seis a siete años.

¹⁷³ Este nuevo CIP, es el primero después de 20 años de haberse desarrollado los CIP's de Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Huatulco.

¹⁷⁴ El Fonadin, promueve y fomenta la participación de los sectores privado, público y social en el desarrollo de la infraestructura del país, a través del otorgamiento de apoyos recuperables y no recuperables que mejoren la capacidad de los proyectos para atraer financiamiento. Para ello, el Fondo apoya en las etapas de planeación, diseño y construcción de los proyectos que se desarrollan mediante esquemas de asociaciones público-privadas.

¹⁷⁵ BANOBRAS, *Casos de éxito*, [en línea], Dirección URL:

<http://www.banobras.gob.mx/casodeexito/Paginas/Turismo.aspx> Consulta [11 de febrero de 2011].

¹⁷⁶ *Ibidem*.

¹⁷⁷ *Ibidem*.

El segundo proyecto, Marina Cozumel, consiste en la construcción de un desarrollo turístico inmobiliario, siendo el uso de suelo habitacional unifamiliar y plurifamiliar, hotelero y comercial. “Como negocio ancla del desarrollo, se construirá una marina turística. También, se dispondrá de terrenos urbanizados con uso de suelo que se destinarán a clubes náutico y de playa, un centro comercial y un parque eco-turístico”.¹⁷⁸

Dentro de los beneficios que dicho proyecto generará podemos resaltar los siguientes:

- Será el primer proyecto que permita constituir, en un futuro, un corredor turístico.
- Funcionará como ancla del desarrollo, permitiendo así el servicio y albergue regulado tanto a las embarcaciones privadas, como a los prestadores de servicios turísticos.
- Si crea el corredor, se incluirá un centro comercial, ambiente náutico y un parque eco-turístico.
- Se mejorará ecológicamente la caleta de Cozumel, la cual funciona actualmente como marina para los prestadores de servicios turísticos, a quienes se les dotará de un área de servicios adecuada. Uno de los puntos importantes en esta materia, es que se creará el parque eco-turístico.
- Con este Centro, se incentivará la inversión inmobiliaria en la zona, creando así oferta de lotes hoteleros, mixtos (con frente a la marina) y residenciales, todos con servicio de club de playa.
- Se expandirá el corredor comercial ya establecido a raíz de la construcción del muelle de cruceros Puerta Maya, localizado justo al norte de la reserva.

¹⁷⁸ *Ibidem.*

Para este proyecto, Banobras autorizó un crédito simple por el 56% del total de la inversión, del que se ha desembolsado el 68%. La inversión total por parte de Gobierno Federal será de 37.4 millones de dólares.

Como pudimos observar, Banobras resulta ser una institución importante en cuestiones de proyectos turísticos, pues ha apoyado a financiar los más importantes en México, aquellos que son, actualmente, la piedra angular del turismo en nuestro país.

Otra de las instituciones de crédito que apoya financieramente al turismo es Nacional Financiera (Nafinsa).

NAFINSA

Esta institución financiera fue creada por el Gobierno Federal en 1934, con la finalidad de movilizar los recursos congelados en los bancos y así financiar el crecimiento económico. Actualmente, apoya el financiamiento, capacitación y asistencia técnica a las pequeñas y medianas empresas.

El turismo es uno de los sectores que apoya Nafinsa. En 2007, junto con la banca comercial, apoyo con 3 mil millones de pesos el financiamiento del *Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresas Turísticas (Mipymes)* impulsado por las Secretarías de Turismo y Economía.

Dos años después, en 2009, apoyó a las líneas aéreas con 2,700 mdp para contrarrestar la caída que dio este sector en abril y mayo, cuando debido a la emergencia sanitaria la llegada de visitantes al aeropuerto capitalino cayó 85%.¹⁷⁹ Asimismo, se creó el *Programa de Apoyo Emergente para la Reactivación Económica de las Empresas*, para ayudar a todas las empresas que hayan sido

¹⁷⁹ Milán Nuñez, Jaime. "En 2009, Nafinsa aumentó 45% su cartera crediticia y alcanzó un índice de capitalización cercano a 14%", Grupo Mundo Ejecutivo, [en línea], Dirección URL: <http://www.mundoejecutivo.com.mx/negocios-finanzas/perfiles/hector-rangel-domene-nafinsa-y-su-trabajo-en-2010.html> Consulta [3 de febrero de 2011].

afectadas por la contingencia sanitaria que se presentó en el país y que detuvo principalmente la economía derivada del turismo, y por consecuencia todas aquellas que de una u otra forma provenían de servicios a las mismas.¹⁸⁰

Otro de los programas creado por Nafinsa, fue el *Programa de Garantías para Apoyar a Empresas Turísticas Afectadas por Desastres Naturales*, en el que otorga financiamientos de manera ágil y oportuna a los negocios del Sector Turístico. Debe resaltarse que fue catalogado como de “carácter especial”, debido a que da cumplimiento a la instrucción presidencial de apoyar la pronta recuperación de las fuentes de empleo.

Con este tipo de programas, se pretende incentivar a las empresas para que inviertan en el sector turístico y así seguir impulsando tan importante sector para nuestro país.

Otra de las instituciones de la banca de desarrollo que ha venido apoyando al turismo en cuestiones financiera ha sido el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext).

BANCOMEXT

Este organismo fue fundado en 1937, debido a la necesidad que existía de contar con una institución de crédito que se especializara en conceder apoyos financieros que incidieran en el fomento de las exportaciones.¹⁸¹

A partir de las necesidades del cliente, Bancomext fomenta la participación de las empresas mexicanas, mayoritariamente pequeñas y medianas en los mercados globales, facilitando financiamiento, capacitación y asistencia técnica, con el

¹⁸⁰ Tapia, Héctor. “Ofrece Nafin apoyo emergente a empresas del ramo turístico en Michoacán”, Cambio de Michoacán, [en línea] Dirección URL: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=101785> Consulta [21 de febrero de 2011].

¹⁸¹ Miguel Luis Mora. *La banca de desarrollo en México*, CEPAL, Santiago de Chile, 2007, p. 13.

propósito de impulsar el comercio exterior y promover el crecimiento regional y la creación de empleos del país.¹⁸²

En cuestión turística, Bancomext ofrece un Programa de Financiamiento “[...] para Construcción, Equipamiento, Ampliaciones y Remodelaciones, Capital de Trabajo y Ventas de proyectos turísticos viables a desarrollarse en México. Calificarán proyectos cuya modalidad se contemplen como turismo recreativo (playa y ciudades coloniales), turismo de negocio, turismo de salud y comunidades de retiro”.¹⁸³

Dicho financiamiento es otorgado a través de dos modalidades:

1. Primer piso. En él se brinda un crédito directo de Bancomext, siendo sus características las siguientes:
 - ❖ Monto: Créditos no menores a US Dls. 3 millones.
 - ❖ Plazo: Se podrán otorgar plazos en función al tipo de crédito pudiendo ser de Corto, Mediano y Largo Plazo con periodos de gracia cuando así se justifique.
 - ❖ Moneda: Dólares o Moneda Nacional.
 - ❖ Tasas de Interés y comisiones: Condiciones de mercado (caso por caso)
2. Segundo piso. El crédito aquí otorgado es por medio de la Banca comercial. Sus características son las siguientes:
 - ❖ Monto: Créditos hasta US Dls. 3 Millones
 - ❖ Plazo: En función a la naturaleza del crédito y evaluación de la Banca Comercial, pudiendo ser de corto, mediano y largo plazo, incluyendo periodo de gracia cuando así se justifique.

¹⁸² Cfr. Bancomext, *Misión visión y objetivos institucionales*, [en línea], Dirección URL: www.bancomext.com Consulta [16 de enero de 2011].

¹⁸³ Bancomext, *Programa de financiamiento al sector turismo*, [en línea], Dirección URL: www.bancomext.com Consulta [16 de enero de 2011].

- ❖ Tasas de Interés y Comisiones: Condiciones de mercado (caso por caso).

Dicho programa está dirigido a todas aquellas empresas y/o grupos desarrolladores de hoteles, marinas, campos de golf, centros de exposiciones y convenciones, tiempos compartidos, tiempos fraccionales, tiempos completos, y empresas prestadoras de servicios turísticos.

Es relevante resaltar que lo que se pretende con este tipo de programas es contribuir con el financiamiento al desarrollo de proyectos que resultan ser importantes generadores de divisas y empleos, logrando el desarrollo sustentable en las regiones turísticas del país, pues de esta manera se complementan tanto la infraestructura como los servicios y se atiende así la demanda de viajeros internacionales y nacionales en sus diferentes categorías como son turismo recreativo, turismo de negocios, turismo de retiro, turismo de salud, turismo de convenciones e incentivos, etc.¹⁸⁴

Este programa, representa la estrategia dos, Financiamiento Competitivo, del *Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresas Turísticas (Mipymes)* anteriormente mencionado, el cual será explicado a detalle en el tercer capítulo de nuestra investigación.

Como pudo observarse, Bancomext también tiene una importante contribución en cuestiones financieras en el sector turístico, pues su aportación permite a las empresas relacionadas con el ramo diversificar sus opciones de financiamiento para así poder expandir su negocio y darle un mejor rendimiento.

FINANCIERA RURAL

Financiera Rural es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, sectorizado en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Tiene como

¹⁸⁴ Cfr. Op. Cit.

objetivo cooperar con el Estado en el impulso al desarrollo de las actividades agropecuarias, forestales, pesqueras y todas aquellas vinculadas al medio rural, esto con el propósito de elevar la productividad y mejorar el nivel de vida de la población¹⁸⁵.

Dado que el turismo es una de las fuentes importantes de recursos para algunas de las comunidades del sector rural, y como tal, necesita de inversiones a largo plazo, Financiera Rural ha creado el Programa de *Financiamiento al Sector Turístico Rural* para costear su desarrollo.

Dicho programa tiene como objetivo “fomentar el desarrollo y fortalecimiento de la industria turística nacional vinculada al medio rural, a través del financiamiento de proyectos rentables que generen empleos y fomenten el desarrollo en zonas rurales”.¹⁸⁶

Cuenta con un monto de 1, 000 millones de pesos y para cada proyecto, Financiera Rural aporta hasta el 80% de la inversión total. La cantidad máxima de crédito a personas físicas y morales es de 200 millones de pesos.¹⁸⁷

El financiamiento se realiza de dos maneras:

1. Gastos de operación (capital de trabajo): a través de Crédito Simple y en Cuenta Corriente.

¹⁸⁵ Esta Institución enfrenta el reto de apoyar con financiamiento a las actividades rurales, en la cual se concentra el 25% de la población nacional, el 18% de la Población Económicamente Activa (PEA) y donde un alto porcentaje de la población vive en condiciones de pobreza.

¹⁸⁶ Financiera Rural, *Financiamiento al Sector Turístico Rural*, [en línea], Dirección URL: http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/Actividadesproductivasmediorural/Paginas/FinanciamientoalSectorTuristicoRural.aspx Consulta [10 de febrero de 2011].

¹⁸⁷ Financiera Rural no es la única institución que apoya económicamente el sector rural en materia turística, sino que existe una Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la cual cuenta con un programa llamado Turismo Alternativo en Zonas Indígenas, que contribuye al desarrollo de la población indígena, a través de la ejecución de acciones en materia de turismo alternativo, en especial de ecoturismo y turismo rural, aprovechando el potencial existente en las regiones indígenas. Otorga apoyos para elaborar y ejecutar proyectos encaminados a la revaloración, conservación y aprovechamiento sustentable de sus recursos y atractivos naturales, y de su patrimonio cultural, así como para coadyuvar a la mejora de sus ingresos.

2. Construcción de inmuebles nuevos y/o ampliación de inmuebles, así como inversión (modernización/remodelación), mediante Crédito Simple y Crédito Refaccionario.¹⁸⁸

Con este programa, se favorece al desarrollo de la industria turística rural y podemos darnos cuenta que este tipo de turismo resulta ser una alternativa no solo de desarrollo económico a nivel nacional, sino también para la población que habita en estos lugares que muchas de las ocasiones son olvidados, siendo que tienen una cantidad enorme de recursos que pueden ser aprovechados.

Ahora bien, quien también apoya financieramente al sector turismo es la Banca comercial y aunque lo realiza en menor medida, no pierde su importancia. Actualmente, 20 son los bancos que otorgan créditos a la Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), teniendo cada uno sus parámetros para hacerlo: Banamex, Banca Afirme, Banco Amigo, Banco Mifel, Banco Ve por Más, Banco del Bajío, Banco Autofin México, Banco Azteca, Banorte, Bansi, BBVA Bancomer, HSBC, Inbursa, Banco Interacciones, IXE, Santander, MONEX, Multiva, Banregio y Banco Ahorro Famsa.¹⁸⁹

Así, el financiamiento en el ramo turístico no está del todo descuidado, sin embargo, considero que la promoción no es la adecuada, esto por parte de las instituciones de la Banca de Desarrollo, y del lado de la Banca Comercial, resulta ser que la mayor parte de las ocasiones a las empresas no les es tan fácil acceder a créditos que les permitan desarrollar de mejor manera sus proyectos, no solo turísticos, sino también en otros rubros, y esto trunca la posibilidad de desarrollo no solo del sector sino también del país.

¹⁸⁸ Financiera Rural, *Op. Cit.*

¹⁸⁹ Asociación de Bancos de México, [en línea], Dirección URL: <http://www.abm.org.mx/> Consulta [11 de febrero de 2011].

Podría pensarse que solo las instituciones nacionales proporcionan los créditos necesarios para impulsar o mejorar el sector turístico en nuestro país, sin embargo, existe una institución internacional que también ha colaborado financieramente para el desarrollo del turismo y nos referimos al Banco Interamericano de Desarrollo (BID)¹⁹⁰.

Dentro de sus proyectos, esta institución cuenta con un programa llamado *ME-L1059: Programa para el Desarrollo Sostenible de Estados y Municipios de México (CLP) II*¹⁹¹, el cual pretende apoyar financieramente a las entidades federativas de nuestro país, “[...] mediante el fortalecimiento de su capacidad de planificación, de gestión fiscal y de inversiones, así como a través del diseño e implementación de proyectos de inversión, en un marco de sostenibilidad fiscal de mediano y largo plazo”.¹⁹²

Los proyectos pertenecientes al BID pasan por un ciclo para su final ejecución: preparación, aprobado, implementación y complemento. El programa mencionado anteriormente se encuentra en la primer etapa y se pretende que al final del ciclo pueda financiar proyectos integrales estatales con dos áreas de intervención: 1.

¹⁹⁰ El BID se asocia con los países para proporcionar recursos financieros y conocimientos que sirvan para lograr resultados. Desde 1959, el BID ha aprobado US\$ 183 mil millones que han sido destinados a diversos proyectos, movilizandando más de US\$ 402 mil millones en inversiones. Las actividades del Banco abarcan todo el espectro del desarrollo económico y social en América Latina y el Caribe, con énfasis en aquellos programas que benefician a los más vulnerables y a las poblaciones más pobres.

¹⁹¹ Este programa es la segunda operación de la Línea de Crédito Condicional (CCLIP) Subnacional para Infraestructura, Servicios Públicos y Fortalecimiento Institucional (ME-X1002), aprobada el 12 de noviembre de 2008 por un monto de US\$1.200 millones, a ser ejecutada hasta en 10 años. La primera operación (ME-L1017) por US\$350 millones, aprobada simultáneamente con la línea de crédito, está siendo ejecutada satisfactoriamente. Estaba previsto que esta operación financie: (i) proyectos con empresas de agua potable y saneamiento que estaban en proceso de ejecución; y (ii) proyectos municipales a cargo del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. (BANOBRAS). Al 30 de abril de 2010 se han desembolsado US\$151,5 millones de esta primera operación. Existen compromisos, sujetos a las condiciones de desembolso, por el orden de MXN \$1.835.289 millones, equivalente a US\$150,4 millones a una tasa de cambio de MXN \$12,5 por dólar. Los desembolsos actuales alcanzan al 43,3% del total del primer préstamo de la CCLIP. Al añadir los compromisos existentes el uso de los recursos del primer préstamo asciende al 86,2% del total.

¹⁹² Banco Interamericano de Desarrollo, *Proyectos*, [en línea], Dirección URL: <http://www.iadb.org/es/proyectos/proyectos,1229.html> Consulta [22 de febrero de 2011].

cooperación técnica para el desarrollo de la capacidad de gestión estatal; y 2. financiamiento a la inversión en servicios básicos y de infraestructura. El monto aproximado de financiamiento es de alrededor de USD 100.000.000 y la institución ejecutora de tal proyecto en nuestro país es Banobras.

Como pudimos observar, el financiamiento en cuestión turística en nuestro país no resulta estar tan abandonado, sin embargo, la dirección que se le da a los recursos es mayoritariamente a los mismos lugares “playeros” de siempre y en menor medida a todos los demás lugares con los que cuenta México, por lo que en el siguiente apartado y haciendo referencia a su título, veremos como nuestro país es más que un lugar de sol y playa y que cuenta con una cantidad enorme de recursos que si son aprovechados de la manera adecuada, pueden traer beneficios extraordinarios.

ANEXO 2**LISTADO DE PUEBLOS MÁGICOS**

ESTADO	PUEBLO MÁGICO
Aguascalientes	-Real de Asientos -Calvillo
Baja California	Tecate
Baja California Sur	-Todos Santos -Loreto
Campeche	Palizada
Coahuila	-Parras de la fuente -Cuatro ciénagas -Arteaga -Viesca
Colima	Comala
Chiapas	-San Cristóbal de las Casas -Comitán -Chiapa de corzo
Chihuahua	-Creel -Batopilas
Durango	Mapimí
Guanajuato	-Dolores Hidalgo -Mineral de pozos -Jalpa -Yuriria -Salvatierra

Guerrero	Taxco
Hidalgo	-Real del Monte -Huasca de Ocampo -Mineral del chico -Huichapan
Jalisco	-Mazamitla -Tapalpa -Tequila -San Sebastián del Oeste -Lagos de Moreno
Edo. De México	-Malinalco -Tepetzotlán -Valle de Bravo -El Oro -Meteppec
Michoacán	-Cuitzeo -Pátzcuaro -Santa Clara del Cobre -Tlapujahua -Mineral de angangueo -Tacámbaro -Jiquilpan -Tzintzuntzan
Morelos	-Tepoztlán -Tlayacápan
Nayarit	Jala

Nuevo León	Santiago
Oaxaca	Capulálpam
Puebla	-Cuetzalan del Progreso -Zacatlán -Pahuatlán -Chignahuapan -Cholula -Tlatlauquitepec -Xicotepec
Querétaro	-Bernal -Jalpan de Serra -Cadereyta de montes -Tequisquiapan
Quintana Roo	Bacalar
San Luis Potosí	-Real de Catorce -Xilitla
Sinaloa	-Cosalá -El Fuerte -El Rosario
Sonora	-Álamos -Magdalena de Kino
Tabasco	Tapijulapa
Tamaulipas	-Mier -Tula
Tlaxcala	Huamantla

Veracruz	-Coatepec -Xico -Papántla
Yucatán	-Izamal -Valladolid
Zacatecas	-Jérez de García Salinas -Teúl de González Ortega -Sombrerete -Pino -Nochitlán

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR.

Fuentes de Consulta

Libros

- Acerenza, Miguel Ángel. *Administración del turismo. Conceptualización y organización*. Trillas. México.
- Bull, Adrian. *La economía del sector turístico*. Alianza Económica, 1994, 320 pp.
- Castejón, Rafael. Méndez, Esther, et al. *Introducción a la economía del turismo*. Prentice Hall, 2002.
- De Arriaga, José Ignacio. *El turismo en la economía nacional*. Nacional, Madrid, 1955, 213 pp.
- De Kadt, Emanuel. *Turismo ¿pasaporte al desarrollo?* Edymion, Madrid, 1991, 492 pp.
- Díaz Álvarez, José R. *Geografía del Turismo*. Síntesis, España, 1990, 152 pp.
- Duterme, Bernard. Pleumaron, Anita. et Al. *Turismo hoy: ganadores y perdedores*. Popular, México, 2008, 236 pp.
- FCE, SECTUR. *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*. Colección Editorial Gobierno del Cambio, México, 2006.
- Holloway, J. C. *El negocio del turismo*. Diana, México, 1997, 447 pp.
- Mathieson, Alister. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. Trillas, México, 1990.
- Mazón, Tomás. *Sociología del Turismo*. Centro de Estudios Turísticos, Madrid, 2001.
- Mochón Francisco. *Economía y turismo*. McGraw-Hill, España, 2004, 488 pp.
- Mochón, Francisco. *Principios de Economía*. McGraw-Hill, España, 2000, 432 pp.
- Molina, Sergio. *Política turística en México*. Trillas, México, 2007.
- Ramírez Blanco, Manuel. *Teoría General del Turismo*. Diana, México, 1994.
- Saenz, Antonia. Martín, Pablo. et al. *Estructura económica del turismo*. Síntesis, España, 2006, 509 pp.
- Tinard, Yves. *Turismo. Economía y Gestión*. Bosch, 1996, 720 pp.

Artículos y publicaciones

Alcántara, Claudia. Instituto de Investigaciones Económicas. “Faltan propuestas para impulsar turismo”, Instituto de Investigaciones Económicas UNAM [en línea] Dirección URL:

http://biblioteca.iiec.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=18598&Itemid=146 Consulta [28 de enero de 2013].

Alonso, Ricardo. “El turismo para Peña Nieto”, El Economista, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2012/11/30/turismo-epn> Consultado [07 de enero de 2013].

Castro Ávila, Ulises. *El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México.* [en línea] En TURyDES Vol 1, N° 1, octubre 2007, Dirección URL: www.eumed.net/rev/turydes/01/uca.htm Consultado [28 de Marzo de 2011].

Defoe, *Captación de divisas del país: la apuesta por el turismo ¿la gallina de los huevos de oro?* México, 2011. [en línea] Dirección URL: http://escenariodefoc.files.wordpress.com/2011/03/turismo_32.pdf Consultado [25 de febrero de 2011]

De la Rosa, Alejandro. “Crimen quita a Turismo US15,000 millones”. El Economista, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/17/crimen-quita-turismo-us15000-millones> Consulta [01 de febrero de 2013]

De la Rosa, Alejandro. “México fortalece su posición en turismo de convenciones: Sector”, El Economista, [en línea] Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/12/18/mexico-fortalece-su-posicion-turismo-convenciones-sectur> Consulta [12 de marzo de 2013]

González, Susana. “Subieron 6% los ingresos por turismo en 2007, dice Elizondo”, La Jornada, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2008/02/19/index.php?section=economia&article=020n1eco> Consultado [24 de Enero de 2011]

Hernández, Enrique. “Subió la inversión privada turística: Sector”, Milenio.com, [en línea] Dirección URL: <http://www.milenio.com/node/604727> Consulta [13 de enero de 2011]

Milán Nuñez, Jaime. "En 2009, Nafinsa aumentó 45% su cartera crediticia y alcanzó un índice de capitalización cercano a 14%", Grupo Mundo Ejecutivo, [en línea], Dirección URL: <http://www.mundoejecutivo.com.mx/negocios-finanzas/perfiles/hector-rangel-domene-nafinsa-y-su-trabajo-en-2010.html> Consulta [3 de febrero de 2011].

Mora, Miguel Luis. *La banca de desarrollo en México*, CEPAL, Santiago de Chile, 2007.

Mota, Carlos. *Cubículo Estratégico por Carlos Mota*. Milenio.com [en línea] Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9155838> Consultado el 07/01/13 Consulta [07 de enero de 2013]

Planeta Azul, *Felipe Calderón ofrece convertir a México en potencia en turismo convencional y de naturaleza*, [en línea], 10 de diciembre de 2006, Dirección URL: <http://www.planetaazul.com.mx/www/2006/10/12/felipe-calderon-ofrece-convertir-a-mexico-en-potencia-en-turismo-convencional-y-de-naturaleza/> Consulta [30 de septiembre de 2010].

Presidencia de la República, *Plan Nacional de Turismo 2007-2012*. [en línea], Dirección URL: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html> Consulta [28 de enero de 2011].

Reyna Quiroz, Julio. "Desplome de la inversión privada en turismo: 64.4%, inferior a la de 2009" *La Jornada*, [en línea], Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2010/06/21/index.php?section=economia&article=031n1eco> Consulta [26 de Enero de 2011]

s/a, "Turismo, la gran apuesta de México en 2010", *El Economista*, [en línea], Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2010/04/27/turismo-gran-apuesta-mexico-2010> Consulta [26 de enero de 2011].

s/a, "El turismo, motor de empleos y estímulo económico". Milenio.com, [en línea] Dirección URL: <http://impreso.milenio.com/node/8566054> Consulta [29 de marzo de 2011].

s/a, "Los ingresos turísticos cayeron 15.1%". *CNN Expansión*, [en línea], Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2010/02/15/el-turismo-retrocedio-en-mexico-en-2009> Consulta [6 de marzo de 2011].

s/a. "Acuerdo Nacional por el Turismo lleva 93% de avances: Sectur" *El Economista*, [en línea] Dirección

URL:<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/11/29/acuerdo-nacional-turismo-lleva-93-avances-sectur> Consulta [01 de febrero de 2013].

Tapia, Hector. "Ofrece Nafin apoyo emergente a empresas del ramo turístico en Michoacán", Cambio de Michoacán, [en línea] Dirección URL: <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=101785> Consulta [21 de febrero de 2011].

Vanégas Pérez, Marisol; Ferreyra Acosta, Vicente. *Turismo justo: En busca de un modelos de turismo incluyente, superior y equilibrado que garantice que lo que pueda llegar a ser sustentable sea ante todo justo*, En Análisis del Turismo 3, SECTUR, México, 2008.

Zapata Hurtado, Marta Cecilia. *Errores y aciertos de la política turística mexicana*, [en línea], México. En Espacio ISRYR, Instituto Superior de Hotelería y Restaurante, No. 5, semestral, Dirección URL: <http://www.ishyr.com.ar/revista/?file=%2Fdb%2Frevistas%2F5%2FErrores.htm&codRevista=12> Consulta [02 de octubre de 2010].

Documentos

Berumen Barbosa, Miguel. *Una Perspectiva del Desempleo en México*, [en línea], Dirección URL: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/mebb-desem.htm> Consulta [29 de Marzo de 2011].

Castillo Martín, Patricia. *Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, Vol. III, 2011, P. 5

CONCANACO, SERVITUR, *Estadísticas más recientes de la actividad del sector turismo*. [en línea], Dirección URL: www.concanaco.com.mx/documentos/Estadistica_40.pdf Consulta [12 de marzo de 2013].

Consejo Coordinador Empresarial, *Marca México, a trascender más allá de sexenios*. [en línea] Dirección URL: http://www.cce.org.mx/nota/Notas_13/Enero/Marca%20M%C3%A9xico,%20a%20trascender%20m%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20sexenios/ Consulta [19 de febrero de 2013].

Chababo, Ezequiel; Meirovich, Guido y Schuvaks, Jonas. *Crecimiento y desarrollo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.scribd.com/doc/6074479/Crecimiento-y-Desarrollo-Economico> Consulta 16 de octubre de 2010].

Guevara Manzo, Gloria. 2011. *El turismo en México*, [en línea] Dirección URL: <http://www.concanaco.com.mx/> Consulta [1 de Marzo de 2011].

Meixueiro Nájera, Gustavo. *Turismo* [en línea], México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión, Camara de Diputados, Dirección URL: http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm Consulta [29 de septiembre de 2010].

REDES Consultores, *Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020*. México, 2000.

Sepúlveda, Gustavo. *Ajustes y Desajustes en el Concepto de Desarrollo Económico: Una Exploración Bajo la Óptica del Subdesarrollo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/desarrollo-economico> Consulta [18 de octubre de 2010].

s/a, *La globalización como vía de desarrollo económico*, [en línea], Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/desarrolloeconomico/globalizacion> Consulta [18 de octubre de 2010].

s/a, *Historia y teoría del turismo*, [en línea], Dirección URL: http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/etimologa-y-evolucion-del-concepto-de_26.htm Consulta [15 de febrero de 2011]

s/a, Historia y Teoría del Turismo, *Distribución del turismo mundial*, [en línea], Dirección URL: <http://turismohistoria.blogspot.com/2008/08/distribucion-del-turismo-mundial.htm> Consulta [02 de octubre de 2010].

s/a, *Turismo en el mundo*, [en línea], México, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, Dirección URL: www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/.../pr33.pdf Consulta [03 de octubre de 2010].

UNWTO. *Turismo en Iberoamérica. Panorama actual Edición 2010*, Secretaría General Iberoamericana, España, 2010.

Fuentes electrónicas

Asociación de Bancos de México, [en línea], Dirección URL:
<http://www.abm.org.mx/> Consulta [11 de febrero de 2011].

Banco Interamericano de Desarrollo, *Proyectos*, [en línea], Dirección URL:
<http://www.iadb.org/es/proyectos/proyectos,1229.html> Consulta [22 de febrero de 2011].

Financiera Rural, *Financiamiento al Sector Turístico Rural*, [en línea], Dirección URL:
http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/Actividadesproductivasmediorural/Paginas/FinanciamientoalSectorTuristicoRural.aspx Consulta [10 de febrero de 2011].

FUTUR, México. *Empleos para el Milenio*. México. [en línea] Dirección URL:
<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/centro%20america/EMPLEO%20Y%20TURISMO%20EN%20MEXICO.PDF> Consulta [20 de marzo de 2011]

IATA, *Misión*, [en línea], Dirección URL: www.iata.org Consulta [15 de octubre de 2010].

INEGI, *Producto Interno Bruto trimestral según actividad*. [en línea] Dirección URL:
<http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdiecoy.exe/492?s=est&c=12343> Consulta [13 de mayo de 2011].

México.us, *Consejo de Promoción Turística de México*. [en línea], Dirección URL:
http://www.mexico.us/travel/ecoturismo/eco_turismo/el_consejo_de_promocion_turistica_de_mexico/ Consulta [8 de abril de 2011].

Rutas de México, [en línea] Dirección URL:
http://www.rutasdemexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=305:una-0experiencia-virreinal&catid=121&Itemid=397 Consulta [14 de marzo de 2011]

UNWTO, *Acerca de la OMT*, [en línea], Dirección URL:
<http://unwto.org/es/about/unwto-es> Consulta [15 de Febrero de 2011].

BANCOMEXT

Misión visión y objetivos institucionales, [en línea], Dirección URL:
www.bancomext.com Consulta [16 de enero de 2011].

Programa de financiamiento al sector turismo, [en línea], Dirección URL: www.bancomext.com Consulta [16 de enero de 2011].

BANOBRAS

La institución, [en línea], Dirección URL: <http://www.banobras.gob.mx/quienessomos/Paginas/Inicio.aspx> Consulta [11 de febrero de 2011].

Casos de éxito, [en línea], Dirección URL: <http://www.banobras.gob.mx/casodeexito/Paginas/Turismo.aspx> Consulta [11 de febrero de 2011].

CPTM

Panorama del Sector Turístico, [en línea], México, Dirección URL: http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/CPTM_Panorama_del_Sector_Turistico. [Consulta: 05 de junio de 2010].

Comunicación Social. *Información de tu Ciudad, Impulso adicional al turismo de la Ciudad de México en 2011*. [en línea] Dirección URL: <http://www.noticiasdetuciudad.df.gob.mx/?p=6753> Consulta [13 de mayo de 2011].

Oficinas en el exterior. [en línea] Dirección URL: http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/oficinas_en_el_exterior Consulta [18 de Abril de 2011]

FONATUR

Antecedentes, decreto de creación. [en línea] Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-DECRC&sec=5 Consulta [25 de abril de 2011].

Misión, Visión. [en línea], Dirección URL: http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-MV&sec=2 Consulta [25 de abril de 2011].

Oportunidades de inversión en el sector turístico mexicano, [en línea], Dirección URL: <http://www.fonatur.gob.mx> Consulta [12 de enero de 2011].

Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios. [en línea],
Dirección URL:

http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp?modsec=01-PATEM&sec=1 Consulta [26 de abril de 2011]

¿Por qué invertir en México?, [en línea], Dirección URL:

http://www.fonatur.gob.mx/es/ventas/index_invertirmex.asp Consulta [10 de enero de 2011].

FONATUR Constructora

Constructora, *¿Quiénes somos?* [en línea] Dirección URL:

<http://www.fonaturconstructora.gob.mx/es/index.asp> Consulta [26 de abril de 2011]

FONATUR Mantenimiento Turístico

Mantenimiento turístico, *¿Quiénes somos?: ?* [en línea], Dirección URL:

http://www.fonaturmantenimientoturistico.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?mod=FONMATTO&ind=1&subind1=2&subind2=0&sec=1 Consulta [26 de abril de 2011].

FONATUR Operadora Portuaria

Operadora portuaria. *¿Quiénes somos?* [en línea] Dirección URL:

http://www.fonaturoperadoraportuaria.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?sec=1 Consulta [26 de abril de 2011].

SECTUR

Boletín 20 Crece más de 19 por ciento Inversión Privada para Proyectos Turísticos en 2010 [en línea], Dirección URL:

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_04 Consulta [8 de Febrero de 2011]

Boletín 26 Fortalece SECTUR promoción turística de México en Estados Unidos, [en línea], Dirección URL:

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_26 Consulta [11 de Marzo de 2011].

Boletín 27 Canadá mercado clave para el desarrollo del turismo en México,

[en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_27 Consulta [11 de Marzo de 2011].

Boletín 31 *Se fortalecerá la coordinación entre SECTUR y estados para impulsar el desarrollo del país: Guevara Manzo.* Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_31 Consulta [11 de Marzo de 2011]

Boletín 34 *Anuncia la Secretaría del Trabajo cuatro compromisos a favor del Acuerdo Nacional por el Turismo.* [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_34 Consulta [11 de Marzo de 2011]

Boletín 38 *Se incrementará la promoción del turismo cultural en Europa: Guevara Manzo.*[en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_38 Consulta [11 de Marzo de 2011].

Boletín 137 *Fortalece SECTUR promoción de México en el mercado europeo,* [en línea] Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_137_Fortalece_SECTUR_promocion_de_Mexico_en_el_Mercado_Europeo Consulta [17 de Diciembre de 2010].

Boletín 138 *Diversificará México su oferta turística para Europa.* [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_138_Diversificara_Mexico_su_Oferta_Turistica_para_Europa Consulta [17 de Diciembre de 2010].

Boletín 146 *Firman México y China Acuerdo para fortalecer la actividad turística.* http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_146 Consulta [17 de Diciembre de 2010]

Boletín 159 *Se fortalecerá en 2011 la segmentación de mercados para la promoción de México en el extranjero: Guevara Manzo,* [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_159 Consulta [17 de Diciembre de 2010].

Boletín 164 *Presenta SECTUR resultados del Quinto Informe de Gobierno.* [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_164 Consultado [12 de Septiembre de 2011].

La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2007. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2008. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Diciembre 2009. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [14 de enero de 2011].

La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos Turísticos, Septiembre 2010. [en línea], Dirección URL: www.sectur.gob.mx Consulta [15 de enero de 2011].

Operaciones turísticas. [en línea], Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/OperacionesTuristicas> Consulta [14 de Abril de 2011]

Programas regionales. [en línea] Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx> Consulta [14 de Abril de 2011]

¿Qué es el Acuerdo Nacional por el Turismo? [en línea] Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1323/1/images/10%20Ejes.pdf> Consulta [31 de enero de 2013]

Turismo como prioridad nacional, [en línea], México, Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect> Mensaje del Presidente El Turismo como Prior Consulta [02 de octubre de 2010].

VISIT MÉXICO

Seis Regiones, [en línea], Dirección URL: es.visitmexicopress.com Consulta [25 de Marzo de 2011].

Turismo en México. [en línea], Dirección URL: http://www.visitmexico.com/en/presseues/pres_turismo_en_mexico Consulta [13 de abril de 2011].