

Capítulo 3.

Planificación de fomento turístico

3. Planificación de fomento turístico

3.1. Participación local en el turismo

3.1.1. Participación local y turismo alternativo

(1) Definición del turismo alternativo

El concepto del turismo alternativo ha recibido atención desde los años 80s. También es llamado turismo de bajo impacto o turismo verde. Estos nombres muestran lo que es la antítesis del "turismo de masa convencional" que ha sido favorecido en las pasadas décadas por muchos gobiernos que consideran al turismo como una medida para el desarrollo económico. La Tabla 3. 1 resume la diferencia entre los dos tipos de turismo.

Tabla 3. 1 Turismo masivo tradicional y turismo alternativo

	Turismo masivo convencional	Turismo alternativo
Alojamiento		
Patrón espacial	Costero Alta densidad	Disperso Baja densidad
Escala	Gran escala Integrado	Pequeño escala/Estilo de bajo impacto Estilo casero
Propiedad	Extranjero Multinacional	Local Familiar/Pequeños negocios
Mercado		
Volumen	De mayor volumen	De menor volumen
Orígen	Un mercado dominante	Sin mercado dominante
Segmento*	Psicocéntrico - Mezzocéntrico	Alocéntrico - Mezzocéntrico
Actividades	Acu-tico/playa/vida nocturna	Naturaleza/cultura
Estacionalidad	Temporada alta en invierno	No tiene una temporada dominante
Economía		
Status	Sector dominante Sector de alta importación	Sector complementario Sector de baja importación
Impacto	Utilidades repatriadas	Utilidades retenidas



Nota: Los psicocéntricos son aquellos que prefieren lo familiar en los destinos de viaje y niveles bajos de actividad, mientras que los alocéntricos tienden a ser más inquisitivos y curiosos.

Fuente: David B. Weaver, *Annals of Tourism Research*, Volume 18, 1991

El turismo alternativo es un experimento para el desarrollo de un mejor turismo a una escala más reducida, más oportunidades locales, menos merma económica, menores impactos indeseables, tales como: deterioro medio ambiental, altos precios para los locales, degradación cultural y moral, ampliación de la discrepancia económica.

La Tabla 3. 2 muestra la relación entre el volumen de mercado y la adaptación a las situaciones locales por tipo de turistas. Los desarrollos integrados tienen como meta el turismo masivo incipiente, éstos y los turistas charter, son los que muestran la menor adaptación a las situaciones locales. Como consecuencia, los destinos que reciben estos mercados, inevitablemente pierden su color local y se convierten en menos mexicanos, teniendo como consecuencia con una menor competitividad en el mercado de larga distancia. El turismo alternativo, sin embargo, se orienta a turistas no convencionales, turistas inusuales y los incipientes turistas masivos, quienes aprecian el color local exótico comparados con los turistas charter pero que aún mantienen un considerable volumen de mercado.

Tabla 3. 2 Tipos de turista y adaptación a las normas locales

Tipo de turistas	Número de turistas	Adaptación a las normas locales	Metas del desarrollo integrado	Metas del turismo alternativo
Exploradores	Muy limitados	Buena adaptación		
Turistas selectos				X
Turistas no convencionales				X
Turistas inusuales				X
Turistas masivos incipientes			X	
Turistas masivos			X	
Turistas charter	Llegadas masivas	Demanda de amenidades occidentales	X	

Fuente: Valene L. Smith "Host and Guests - the Anthropology of Tourism", el equipo de estudio JICA

Lo que debería incluirse en la categoría del turismo alternativo es de alguna manera controversial. El equipo de estudio, sin embargo, identificó los siguientes tipos de turismo para ser incluidos en el turismo alternativo :

- Ecoturismo;
- Aventura ligera;
- Turismo rural/agro-turismo; y,
- Turismo de presupuesto limitado.

Se ha notado que los productos turísticos alternativos son frecuentemente apreciados por los turistas de playa. Ellos podrían incluir atractivos turísticos alternativos para el viaje de un día o excursiones al área vecina. En otras palabras, el turismo con destino de playa podría verse mejorado por el turismo alternativo.

(2) Turismo alternativo y descentralización

La relación entre el desarrollo integrado y el turismo alternativo, puede ser comparado con lo que sucede entre el gobierno central y los gobiernos locales en la planeación turística. El desarrollo integrado requiere de la intervención del gobierno central para adquirir una enorme cantidad de terreno para desarrollar, para obtener un tratamiento especial para impulsar la inversión extranjera y para promover los productos turísticos hacia la industria de viajes internacionales. Por el contrario, el turismo alternativo requiere menos inversión y debería estar planeado por la misma comunidad local.

Dado que México está emprendiendo la transmisión o la descentralización de su gobierno, así debería ser para el esquema de desarrollo turístico. Tomando esto en consideración, los aspectos que el turismo mexicano esta encarando y la naturaleza del desarrollo integrado que asume una enorme cantidad de inversión y una autoridad fuerte, los gobiernos locales que están interesados en el turismo no deberían planear un desarrollo integrado a menor escala sino considerar introducir el concepto de un turismo alternativo.

El gobierno central no debería implementar directamente el concepto de un turismo alternativo, sino asistir a los gobiernos locales y a EMPs (Empresas medianas y pequeñas) para implementar proyectos de turismo alternativo. El papel del gobierno central se resume a continuación :

- Proporcionar la tecnología de la planeación turística;
- Apoyo financiero;
- Suministro de información relacionada con el turismo y estadísticas; y,
- Apoyo para la comercialización de los productos turísticos.

3.1.2. Ecoturismo

El ecoturismo es una forma de turismo alternativo. Aunque el volumen del mercado es actualmente limitado, es probable que sea uno de los segmentos de más rápido crecimiento en el mercado mundial de turismo, impulsado por la creciente conciencia de los problemas globales del medio ambiente. Comparado con el destino turístico de playa, el ecoturismo está generalmente más orientado a segmentos superiores del mercado. Por consiguiente el beneficio económico del mercado del ecoturismo no es tan pequeño como el número de llegadas sugiere y la forma en que se distribuye el beneficio se considera preferible.

El concepto del ecoturismo varía considerablemente dependiendo de la postura de las personas que hacen referencia al concepto. A través de la revisión de diversos materiales turísticos y del medio ambiente, el estudio observó que el turismo que satisface al menos una de las siguientes condiciones está considerado como ecoturismo,

- El contacto estrecho con;
- El bajo impacto en; y,
- La contribución financiera para conservar la naturaleza y las culturas indígenas.

Por parte de la industria del viaje, se enfatiza el “contacto estrecho” que no podría ser experimentado por el turismo masivo tradicional, desde el punto de vista de la satisfacción del consumidor. El INAH, INI y los administradores de parques y reservas, resaltan la función de conservación y protección de la naturaleza y de los habitantes indígenas. La satisfacción del consumidor es muy importante para la industria de viajes, por consiguiente, ellos podrían descuidar la conservación. Por el contrario, aquellos que se orientan al ecoturismo para la conservación de la naturaleza y el bienestar de la población, frecuentemente enfrentan problemas de comercialización.

La dirección futura sería resolver esta contradicción: Satisfacer las expectativas del consumidor y conservar la herencia natural y cultural. El papel de SECTUR sería el de intermediar en las dos partes, proporcionando a los destinos la información de mercado y tecnología de comercialización, así como publicitando el mercado de ecoturismo mexicano a través de la red mundial de las oficinas delegacionales en el extranjero.

La definición anterior muestra que existen dos sub-categorías de ecoturismo. Una que aprecia la naturaleza y la vida silvestre (ecoturismo de naturaleza) y la otra que es la de experimentar formas de vida exóticas en lugares donde la civilización occidental tiene poca influencia, (ecoturismo étnico). Afortunadamente, México tiene los dos tipos de recursos de ecoturismo. Se identifican las siguientes oportunidades para el turismo mexicano en este campo:

- Campamentos, “Caminatas naturales” y cruceros de ríos, en selva tropical;
- Cruceros en los bosques de manglares;
- Recorridos por el desierto caminando o manejando;
- Observación de aves/mariposas;
- Cruceros para ver animales marinos como ballenas, tortugas y leones marinos; y,
- Estadía en/o visita a, los poblados indígenas.

3.1.3. Empresas medianas y pequeñas relacionadas con el turismo

El turismo tiene una amplia variedad de industrias conexas. Es importante promover a las empresas medianas y pequeñas relacionadas con el turismo para establecer un vínculo entre el turismo y el desarrollo regional.

Los hoteles, restaurantes, transportes, recuerdos, cultura y otras actividades de servicio están incluidas en el sector turístico o en las industrias relacionadas con él. Por consiguiente, existen muchas oportunidades para las empresas medianas y pequeñas para participar en estas actividades. Aún las microempresas o las personas individuales pueden participar en el turismo y su industria conexas.

Después de todo, la mayoría de sus clientes son los turistas mismos. La forma de tratar al cliente influye en la impresión del turista sobre el destino. Por lo tanto, se requiere la educación de la población local para que aprendan la importancia de la hospitalidad y mejoren su trato comercial. En algunas actividades, tales como el taxi turístico, el guía de turistas, etc. SECTUR proporciona capacitación periódica. En algunos planes maestros, FONATUR, proporciona cursos especiales de capacitación para los granjeros locales y los pescadores para promover su participación en el turismo.

En general, sin embargo, las empresas medianas y pequeñas tienen dificultades en la administración de los fondos. Para promover la industria en pequeña escala, se requiere de esfuerzos conjuntos entre las agencias, que tienen la responsabilidad de promover el turismo y dar asistencia financiera para el sector privado.

Para transferir el beneficio del sector turístico a la comunidad local, es efectivo impulsar a los pobladores a organizarse ellos mismos y participar en la industria en iguales condiciones que las de los comerciantes foráneos.

(1) Agro-turismo

La agricultura y las industrias relacionadas con el agro, también son recursos turísticos importantes. La utilización de la agricultura en el turismo, como los viajes a las plantaciones y a las fábricas que procesan productos agrícolas deberían ser impulsados. Adicionalmente la agricultura local y productos procesados del área también son atractivos para el turista.

Los Cabos es una área desértica y las actividades agrícolas no están presentes en la actualidad. Sin embargo, la agricultura en un área desértica es muy diferente de la usual. La industria local se activará si las tecnologías son mejoradas y son seleccionadas variedades apropiadas. En el futuro los alimentos especiales y los recuerdos, atraerán turistas.

El Estado de Jalisco es famoso por las destilerías de tequila. Las plantaciones de agave y los productos son atractivos para los visitantes internacionales. Además del agave, existe una amplia variedad de productos agrícolas. Una medida para introducir y vender los productos, es la de establecer una sala de exposición para los productos locales especiales.

(2) Artesanías locales

En México, existen muchas artesanías populares locales y entretenimientos de varias culturas. Estas industrias también son importantes recursos para el turismo y tienen que ser desarrolladas. Este tipo de industrias contribuirán a diferenciar los destinos turísticos mexicanos de sus competidores.

Una amplia variedad de artesanías hechas a mano como la platería, alfarería, textil, peletería, etc. son producidas tradicionalmente en el estilo de cada área o de cada cultura.

En Baja California Sur, la madera es utilizada para los muebles rústicos y las artesanías de concha marina son producidas como accesorios y para otros propósitos. Las otras artesanías famosas son las realizadas con la fibra de palma, como ropa, sombreros y diademas teñidas con colores.

El Estado de Jalisco tiene una amplia variedad de artesanías locales y son incluso exportadas a otros Estados y destinos turísticos. En los tiempos prehispánicos, el área tenía características mezcladas con otras culturas lejanas. Desde el punto de vista arqueológico, esta área es rica en productos de barro o cerámica con oro,

vestidos tejidos con algodón, productos con fibra, peletería y trabajos con metal. Estos trabajos de artesanía, fueron heredados a sus descendientes en los tiempos de la colonia. Por otro lado, muchos artesanos llegaron y trajeron nuevos conocimientos de Europa, como el vidrio, la forja, etc.

El Estado de Quintana Roo tiene docenas de ruinas arqueológicas, como Cancún, Tulúm, Kohunlich y Cobá. Aunque la cultura Maya se haya derrumbado en el pasado, su importancia cultural está siendo ahora reevaluada. El gobierno hace esfuerzos para rehabilitar esas áreas con el desarrollo de centros turísticos. Los esfuerzos también son hechos por los habitantes locales tanto los viejos como los nuevos residentes. Muchos artesanos emigraron de otras áreas con la esperanza de reproducir las artesanías típicas que alguna vez habían desaparecido. Los textiles, el bordado y los productos de fibra son característicos de la región. Los accesorios de oro y plata con coral, caparazón de las tortugas y conchas también son tradicionales.

Los otros Estados, también tienen sus propias artesanías locales. Mejorándolas, podrán ser promovidas como recuerdos para los turistas. Esto dará nuevas atracciones al turismo y contribuirá a la economía local.

Para promover la industria de las artesanías locales junto con el desarrollo del sector turístico, se requiere de apropiados desarrollos técnicos, sistemas de capacitación y difusión. Es importante conservar los aspectos tradicionales, en tanto existan mejores técnicas y se aplique a los productos un nuevo diseño o bien se transforme para adaptarse a una nueva clientela que le permita sacar provecho de las condiciones existentes.

También es importante el apoyo financiero para la promoción de la industria de las artesanías, ya que la mayoría de estas industrias son de pequeña escala. En el caso de los artesanos independientes, vale la pena considerar que se organicen en cooperativa o similar que le permita mejorar su posición respecto a los empleadores para el mejoramiento del ingreso.

(3) Folklor popular

Para mostrar el folklor popular, como las canciones, bailes, etc. se tiene la "Fiesta Mexicana" en las principales áreas turísticas. Sin embargo, esta "Fiesta" se centra principalmente en el folklor nacional. Si el folklor local es incluido en las "Fiestas", el espectáculo sería más atractivo para los visitantes. Se requiere un sistema de capacitación para incorporar la técnica de entretenimiento. Se requiere al menos un complejo de instalaciones para incorporar la cultura y el folklor en los respectivos destinos turísticos.

En México se llevan a cabo en diferentes áreas y durante todo el año una gran variedad de eventos/festivales locales. Ellos son actualmente atractivos turísticos importantes en los centros turísticos para las respectivas temporadas. Se recomienda promover los actuales eventos locales o los festivales para la atracción turística, así como desarrollar nuevos eventos o festivales.

3.1.4. Medidas para promover la participación local

Las medidas para promover la participación local en el turismo están estrechamente asociadas con medidas para mejorar la educación y capacitación turística. Los detalles de las medidas para promover la participación local se comentan en el Capítulo 3.9; Impulso a la capacitación turística y apoyos a las EMPs relacionadas con turismo. También se apunta que la promoción de la participación local es una medida de consideración social en tanto reduciría posibles conflictos entre el turismo y la comunidad local.

3.2. Introducción a los parques temáticos

3.2.1. El parque temático como representación de un “modelo cultural”

Existe un tipo de parque temático que presenta a sus visitantes un “modelo cultural”. Un ejemplo ideal es el Centro Cultural Polinesio en Hawái, donde los visitantes pueden disfrutar y tener la experiencia de la típica vida de la población Polinesia en el parque temático. El parque temático está adjunto a la universidad y los estudiantes de varias partes de Polinesia, trabajan como actores y actrices en él y con lo ganan pagan sus estudios. Un ejemplo similar se encuentra en Edo-mura Japón, donde se reproduce la ciudad de Tokio del siglo XVIII. El modelo cultural no es el original, aunque la reconstrucción de los elementos son extraídos de la cultura original si son de ella; de esta forma se presenta su esencia de una manera entendible para las personas comunes.

3.2.2. Consideración social del parque temático.

Los conflictos entre los anfitriones y los invitados son un problema común en el turismo. En el contexto mexicano, podría suceder que el flujo de turistas dentro de una población indígena pueda afectar negativamente sus condiciones socioculturales. Ese tipo de parques temáticos se espera sea la solución al conflicto en tanto este desvía la mayor parte del tráfico turístico de las poblaciones actuales a aquel establecimiento turístico.

Esto no significa que toda la demanda turística debería obligarse a ir al parque temático pero existe la necesidad de segmentación del mercado para introducir el turismo a las áreas rurales. Como se mencionó anteriormente, el nivel de adaptación de los visitantes a las situaciones locales difiere considerablemente dependiendo del segmento de mercado. El parque temático es básicamente para el mercado masivo, mientras que el turismo alternativo debería estar dirigido a segmentos de mercado que se adaptan a las condiciones de vida locales, la producción de artesanías sería otra oportunidad relacionada con turismo ofrecida a las comunidades rurales en tanto tiene menores impactos negativos. Debería promoverse la venta en parques temáticos, en lugar de invitarse a las masas.

En conclusión, los parques temáticos que presentan “un modelo cultural” a los turistas, tiene la función de proteger a los habitantes locales de los impactos negativos del turismo. Por lo tanto las instalaciones turísticas son necesarias no sólo desde óptica de la diversificación de los productos turísticos sino también desde el punto de vista de la consideración social. Desde el punto de vista de la comercialización, los temas específicos relativos a México serían preferibles para evitar la competencia con los parques temáticos en los EUA:

El Equipo de Estudio JICA considera dos parques temáticos que serían adecuados a desarrollar en México:

- Población Mexicana: Historia y cultura Mestiza de México y
- Población Maya: Historia y cultura Maya

3.3. Aprovechamiento turístico de las ciudades mexicanas

3.3.1. Conversión de los edificios tradicionales en establecimientos turísticos

Las ciudades que mantienen una atmósfera mexicana, son uno de los elementos más importantes del viaje en México. Las ciudades mexicanas son uno de los productos turísticos potenciales, que no están completamente aprovechados como objetivos turísticos. Actualmente la SECTUR ha reconocido la oportunidad de mercado, habiendo iniciado el Programa de las Ciudades Coloniales. Esto es observado, en el estudio de JICA, como un importante valor agregado para el desarrollo turístico de playa en Puerto Vallarta. Esta sección propone varias medidas para promover el uso turístico de los recursos con potencial.

Los turistas están a la búsqueda de experiencias “auténticas” y el permanecer en un típico lugar mexicano sería una de esas experiencias. Lo que el mercado necesita actualmente ya ha sido reconocido por algunos hoteleros y existen ejemplos de alojamientos con estilo mexicano. Muchos de ellos cuales son edificios históricos reconvertidos, como las haciendas, mansiones viejas y aún las plazas de toros. También las casas comunes podrían convertirse en hermosos hoteles pequeños, cuando mantienen o pueden crear un sentido de autenticidad. La situación actual, sin embargo, sería la siguiente :

- Los dueños de una propiedad potencial, desconocen la oportunidad turística que ésta posee;
- No saben cómo conseguir la aprobación para realizar su plan de reconvertir su propiedad en un establecimiento turístico;
- No encuentran suficiente financiamiento para transformar su propiedad;
- No saben como modificar su propiedad para reconvertirla en hotel;
- No tienen la tecnología para operar un hotel;
- No tienen la tecnología de ventas, ni el canal de distribución para su producto; o,
- No pueden encontrar un inversionista adecuado que compre la propiedad y la reconvierta en un establecimiento turístico.

En muchas de las ciudades de México, los centros históricos están relativamente bien conservados, debido a los reglamentos del INAH y a los gobiernos locales. Los reglamentos del INAH establecen los lineamientos para controlar la modificación de los edificios históricos, pero no controlan su uso. La dificultad para reconvertir un viejo edificio dentro de los centros históricos depende en mucho de la política del gobierno local, y el grado de dificultad parece ser muy diferente entre municipios. Por lo tanto, la reconversión de edificios raros en establecimientos turísticos es posible, pero es frecuentemente acompañado de un proceso complicado.

La situación anterior podría ser resuelta si SECTUR tuviese un departamento que apoyara la totalidad del proceso de reconversión de los viejos edificios a establecimientos turísticos. Las funciones de este departamento serían las siguientes :

- Publicitar el valor turístico de los edificios históricos;
- Proporcionar la tecnología para reconvertir los edificios en establecimientos y ser operados como hoteles;
- Negociar con otras organizaciones como el INAH y los gobiernos municipales para realizar la transformación;
- Encontrar e intermediar con inversionistas apropiados y con compañías que operen los hoteles; y,
- Apoyar las actividades de promoción de ventas y proporcionar información del mercado.

Las anteriores medidas de apoyo, son básicamente las mismas para apoyar en general las EMPs. Es importante que el departamento adopte el "Sistema de Ventanilla Unica", que lleve acabo y sirva como intermediario para todas las funciones antes señaladas, de tal forma que los dueños de las propiedades y los inversionistas interesados en operar los pequeños hoteles, no necesiten trasladarse de una sección a otra.

Los antiguos edificios históricos reconvertidos en hoteles son relativamente pequeños, por lo tanto se requiere de tecnología especial para hacerlos viables financieramente. La promoción de ventas es otro aspecto, en tanto los pequeños hoteles no pueden gastar mucho presupuesto en publicidad, aunque su mercado potencial pudiera ser el de larga distancia. Existe una organización voluntaria de pequeños hoteles llamada "pequeños grandes hoteles" (Small Grand Hotels) cuyo objetivo es el de realizar conjuntamente la promoción de las actividades de venta y el intercambio de tecnología entre sus afiliados. Esta podría ser una idea para superar los problemas y tal vez valdría la pena que SECTUR apoyara este tipo de organizaciones.

3.3.2. Control del tráfico en los centros históricos

El "área turística" es definida como el lugar donde todo el sitio es el atractivo para que los turistas sean impulsados a pasear en la comunidad anfitriona. Este es un elemento importante en la planeación turística y se supone que tales áreas son los centros históricos de las ciudades mexicanas. De igual manera es importante en los centros de playa, donde los turistas se relacionan con los habitantes locales puedan apreciar la atmósfera mexicana. Los distritos históricos en algunas de las ciudades mexicanas son bastante bien manejados desde un punto de vista turístico, pero muchas ciudades tienen los siguientes problemas en común:

- Frecuentemente el tráfico es muy intenso en el área para que los turistas aprecien los edificios históricos;
- Las plazas centrales (zócalos) son frecuentemente usados como lugares para estacionamiento y esto deteriora la visita a los lugares; y,
- Existe una falta de instalaciones turísticas, que permitan apreciar la atmósfera mexicana en los centros históricos. Más específicamente se requieren de establecimientos comerciales como los cafés, restaurantes y hoteles que están ubicados enfrente del zócalo o estén localizados cerca de los edificios históricos.

El tercer problema sería resuelto promoviendo el uso turístico de los edificios históricos como se señaló en la sección anterior. Se hace notar que SECTUR y las organizaciones turísticas locales deberían publicitar la importancia de las instalaciones entre los gobiernos locales e impulsar su consideración como atractivos para los turistas.

Tanto el primero como el segundo problema necesitan el control del tráfico vehicular en las zonas históricas. Las siguientes son las medidas para hacer frente a los problemas.

a. Mejoramiento del transporte público

El congestionamiento del tráfico en los centros históricos son frecuentemente causados por un insuficiente sistema de transporte público. En los centros, los deficientes servicios de autobús incrementan el tráfico de automóviles particulares y de taxis dañando el potencial turístico. No se les proporciona a los turistas suficiente información de los servicios de autobús y esta es una de las razones del congestionamiento en los centros históricos. Los autobuses usados en el servicio público no son muy limpios y esto hace que los turistas y los mexicanos con cierta posición económica rechacen ese servicio. Las medidas para el mejoramiento del servicio público son las siguientes:

-
- Proporcionar información a los visitantes sobre los autobuses y otros servicios de transporte público a través de los hoteles y de los centros de información turística;
 - Promover el uso del transporte público en los centros históricos y cobrar por estacionarse a los automóviles particulares;
 - Instalar señales que indiquen las paradas de los autobuses; y,
 - Promover el uso del transporte público y mejorar la limpieza de los vehículos.

b. Instalación de paradas de Taxis

El deambulamiento de taxis es la causa del congestionamiento en los centros históricos. Esto podría ser resuelto con las siguientes medidas:

- Establecer “paraderos de taxis” en los centros históricos y
- Prohibir el “deambulamiento de taxis” en áreas específicas donde se ha identificado un buen potencial turístico.

c. Espacios para estacionamientos que armonicen con el paisaje del poblado.

La abundancia de automóviles estacionados en el zócalo (plaza central) es una vista común en México, pero esto daña considerablemente el paisaje del poblado. Las medidas para solucionar el problema son las siguientes :

- Prohibición de estacionarse en áreas específicas en el centro histórico, como en el zócalo y en las áreas cercanas a los edificios históricos importantes ;
- Construcción de estacionamientos subterráneos en la plaza central, y
- Asignación de espacios de estacionamiento fuera del centro histórico y proporcionar transporte público como autobús, tranvías, tren ligero, calandrias desde los estacionamientos al centro (sistema de estacionamiento y enlace).
- Construcción de edificios de estacionamiento en el centro histórico. Deberían ser diseñados en forma armónica con el área circundante, o los edificios antiguos podrían ser reconvertidos para esos propósitos.

d. Paseo peatonal

Es una valiosa consideración asignar un “paseo peatonal” en el centro histórico. Debería ubicarse en el área donde estuviesen localizados los edificios históricos reconvertidos en establecimientos comerciales. Esto es una disposición importante para crear un “área turística”

3.4. Control legal del desarrollo turístico

3.4.1. Sistema alternativo de desarrollo

Una de las principales características del desarrollo turístico en México es el desarrollo integral a gran escala de los llamados Centros Integralmente Planeados (CIP) en las áreas costeras como las de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco. FONATUR establecido en 1974, ha tomado la iniciativa en este tipo de desarrollos. Se han formulado planes maestros, construido infraestructura, incluyendo el desarrollo de aeropuertos y se ha alentado al sector privado a invertir en estos desarrollos turísticos con asistencia financiera. Actualmente, Cancún uno de los destinos de playa más populares en el mundo, es el caso más exitoso en estos desarrollos y contribuye significativamente a incrementar el ingreso de turistas extranjeros a México y al crecimiento del sector turístico.

Sin embargo, en el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, la estrategia de desarrollo turístico ha ido cambiando de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Por lo tanto, se ha considerado formular un sistema alternativo de desarrollo de conformidad con una estrategia que será descrita en el Estudio.

(1) Ventajas y desventajas del sistema de desarrollo integrado

Para la formulación de un nuevo sistema de desarrollo turístico, el sistema de planeación integrado que es evaluado como exitoso en su conjunto, debería ser examinado desde el punto de vista de ventajas y desventajas. Estas se resumen a continuación.

a. Ventajas

- La inversión intensiva de recursos financieros y humanos que facilita el desarrollo de alta calidad;
- La coordinación con las organizaciones y la población local, es relativamente fácil debido a que es un área aún sin aprovechar;
- También es sencillo desarrollar infraestructura para la conservación del medio ambiente;
- El desarrollo de gran escala y alta calidad apoyado por el gobierno central, favorece la atracción de inversión extranjera y la llegada de los visitantes internacionales; y,
- Si el desarrollo tiene éxito en la recepción de un gran número de turistas extranjeros en el área, es muy probable que repercuta en favorables impactos económicos.

b. Desventajas

- Los enormes requerimientos financieros necesitan una fuerte iniciativa por parte del gobierno central. Esto es inconsistente con la tendencia global de descentralización
- Este método es apto para centrarse en el desarrollo costero de los destinos de playa. De ello resulta una distribución parcial de los beneficios del turismo;
- La orientación al mercado masivo frecuentemente tiene como resultado el descuido de las tradiciones locales y tiene a convertir a las áreas en destinos faltos de un carácter propio;
- El desarrollo tiende a ser de alta densidad, lo que causa alteraciones drásticas en el paisaje y, cuando no se proporciona suficiente infraestructura, es propenso a un impacto ambiental negativo;
- El área desarrollada es propensa a una rápida urbanización. Esto podría derivar en la pérdida de su atractivo original;

- Una gran proporción de inversionistas del exterior podría originar una elevada fuga de beneficios económicos por la insuficiente integración del turismo con la economía local;
- La feroz competencia por mercados en los destinos turísticos de playa, podrían hacer fracasar la generación de beneficios económicos suficientes para recuperar el enorme costo del desarrollo;
- Los turistas extranjeros parecen tener una menor comprensión de la comunidad local del país anfitrión y en consecuencia se producirían mayores conflictos entre ellos.

(2) **Requerimientos para un sistema de desarrollo alternativo**

Como se mencionó anteriormente, aunque un desarrollo integral de gran escala, juega un papel importante en el turismo, no es el método universal de desarrollo turístico. Por lo tanto, debería introducirse un nuevo tipo de sistema de acuerdo con la estrategia de desarrollo turístico y como una forma para diversificar la oferta.

Los requerimientos básicos para el sistema alternativo de desarrollo son los siguientes:

- El mercado turístico del mundo ha estado cambiando. Un sistema alternativo de desarrollo debería ser consistente con las necesidades del consumidor del mercado turístico mundial en el futuro.
- El turismo juega un papel importante en el desarrollo regional dado su enorme impacto económico y social. Un sistema alternativo de desarrollo debería ser apropiado para el crecimiento socioeconómico balanceado y sustentable de México.
- Algunos detalles requeridos para el sistema alternativo de desarrollo son los que se presentan a continuación.

a. **Adaptación a las necesidades del mercado turístico y diferenciación con los competidores**

Los desarrollos integrales a gran escala en México, están localizados en las áreas de playa. Aunque el mercado mexicano necesita diversificarse para satisfacer mejor a sus clientes, ésto no conduce necesariamente a un decrecimiento de los turistas para los destinos de playa. Muchos de los destinos de playa desarrollados alrededor del mundo son similares entre sí a pesar de sus características propias. Es difícil discriminar muchos de los destinos de playa en México respecto de otros países. Un sistema alternativo de desarrollo, por consiguiente, debería desarrollar recursos turísticos apropiados para México y distinguir los destinos turísticos mexicanos de aquellos localizados en otros países.

Considerando que el mercado nacional es más grande que el internacional, la diversificación del turismo también debería aplicar para el primero. Un sistema alternativo de desarrollo debería someterse a la preferencia del mercado y en lo posible, desarrollar varias clases de destinos turísticos proporcionando variedad de actividades e instalaciones.

En México existen muchas clases de recursos turísticos, entre los cuales la meta principal de desarrollo ha sido la playa. Tocante a la utilización de los recursos turísticos potenciales, los de tipo histórico y cultural como las ruinas Mayas y los monumentos coloniales deberían ser incluidos a partir de ahora en los desarrollos. Además, los recursos turísticos en el área montañosa deberían tomarse en cuenta.

b. **Adaptación a las políticas fundamentales de México**

Las políticas fundamentales de México en relación al sistema de desarrollo turístico son la descentralización, la privatización y el logro del desarrollo sustentable que incluye el apoyo al medio ambiente.

De acuerdo a la descentralización y a la privatización, un desarrollo integrado de gran escala, debería ser neutral e independiente en sí mismo. Sin embargo, una de las instituciones federales, FONATUR, ha jugado el papel de institución ejecutora en el sistema de desarrollo turístico mexicano. El papel del gobierno federal, local y del sector privado debería ser replanteado para alentar la descentralización y la privatización.

En relación a los aspectos ambientales, se estableció en 1988 una nueva ley general del medio ambiente, Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), introduce algunas medidas nuevas incluyendo la evaluación del impacto al medio ambiente. Es necesario aplicar el EIA a los desarrollos de gran escala. No obstante, debería formularse un sistema de desarrollo turístico que contribuya a aminorar el impacto sobre el medio ambiente. Esta idea puede dar origen a un nuevo concepto de desarrollo de baja densidad y disperso en los desarrollos turísticos.

(3) Conceptos clave del nuevo sistema de desarrollo

Basados en las comentarios anteriores, a continuación se formulan los conceptos clave del sistema alternativo de desarrollo turístico:

- Dispersión del desarrollo;
- Desarrollo de baja densidad;
- Conexiones cercanas a los destinos turísticos próximos;
- Red de destinos turísticos;
- Gobierno Federal como generador y coordinador de las políticas;
- Gobiernos locales y el sector privado como los líderes de desarrollo; e,
- Involucración de las industrias y las comunidades locales.

(4) Centros Turísticos Integrales (CTI)

SECTUR ha introducido recientemente un nuevo concepto de desarrollo turístico llamado Centros Turísticos Integrales (CTI), como un experimento para superar el anterior concepto de Centros Integralmente Planeados. Los objetivos del CTI, son fortalecer la competitividad de México en el mercado turístico y atraer una mayor inversión extranjero directa a través de la diversificación de las instalaciones de entretenimiento en los destinos existentes (como hoteles, restaurantes, culturas, deportes, juegos, espectáculos y centros de convenciones).

3.4.2. Desarrollo y lineamientos de diseño

Algunas políticas homogéneas son requeridas para la inducción de un desarrollo turístico sustentable, como se especificó en el capítulo 2 de Estrategias. Cierta tipo de lineamientos que incluyen el diseño y el desarrollo son una de las medidas más importantes para realizar la estrategia.

El desarrollo de lineamientos son principalmente para regular el uso de la tierra desde el punto de vista de la comodidad, la seguridad, la eficiencia y la conservación de la localidad, etc. También regulan el diseño de las instalaciones, la infraestructura, etc., para poder contribuir a la conformación de paisajes placenteros en los destinos turísticos.

Adicionalmente, se pueden proporcionar otro tipo de lineamientos. Por ejemplo, un destino turístico con el concepto de "destino ecológico", puede establecer algunas normas para el ahorro de energía y para las instalaciones turísticas orientadas a la naturaleza.

En esta sección, se enfocan los lineamientos generales sobre el desarrollo y el diseño que se presentan a continuación.

(1) Lineamientos y desarrollo

a. Conceptos a regular

El contenido específico de las normas está determinado por las características de la zona así como por la de los destinos turísticos. Los lineamientos regularán los siguientes aspectos :

- Uso de suelo permitido;
- Densidad;
- Cobertura de edificios;
- Altura de los edificios;
- Restricciones a la construcción dentro del lote; y,
- Restricción de las construcciones respecto del litoral.

b. Zonificación

El contenido específico de cada concepto del reglamento no está determinado aisladamente. La zonificación, por lo tanto, se requiere para aplicar las normas al desarrollo, siendo el contenido específico establecido de acuerdo al tipo de zona y sus características.

Los destinos turísticos, tienen la siguiente zonificación: zonas para alojamiento, para servicios turísticos, para edificios públicos, para edificios independientes, para acampar; zonas turísticas forestales, de cinturón ecológico, zonas de carreteras para excursiones turísticas, zonas para realizar escalas, etc.

(2) Diseño de normas

La meta en la arquitectura de paisaje en los destinos turísticos es expresar un sentimiento de relajamiento, un medio ambiente diferente y abierto, en contraste con otro congestionado, artificial y urbano.

Las normas de la arquitectura del paisaje señalan lo siguiente :

- Lineamientos generales para la arquitectura de paisaje.
- Diseño de estándares físicos y/o políticas para las instalaciones (normas arquitectónicas)

a. Normas generales para la arquitectura del paisaje

Deben considerarse conjuntamente varias medidas conjuntas para lograr las metas de la arquitectura de paisaje:

- Principales características del paisaje en los destinos turísticos con sitios de escenas típicas.
- Políticas básicas de arquitectura de paisaje.
- Ideas básicas para tomar medidas específicas.

Los lineamientos para la arquitectura del paisaje deben establecerse considerando los siguientes aspectos:

- Aprovechamiento y recreación de las mejores vistas;
- Respeto a la localidad y a las tradiciones;
- Ofrecimiento de puntos de observación; y,
- Ofrecimiento de espacios placenteros y armónicos.

Los lineamientos típicos de la arquitectura de paisajes, se describen a continuación.

b. Lineamientos arquitectónicos

Las normas de arquitectura deben establecer criterios de diseño para crear paisajes armónicos con el medio ambiente e incluirán los siguientes aspectos.

- Relación entre el interior y el exterior;
- Materiales;

- Colores; y,
- Alturas.

Algunos ejemplos de las consideraciones generales en estas normas son presentadas a continuación, aunque pudieran requerir modificaciones de acuerdo con la situación local:

- Vestíbulos, áreas de alimentos y otros espacios públicos abiertos al exterior.
- Uso máximo de la ventilación natural en lugar del aire acondicionado.
- Conjuntos de pequeñas construcciones que puedan proporcionar una mejor solución para lograr un contacto más estrecho entre los turistas y la arquitectura del paisaje natural proporcionando espacios con árboles y jardines entre los edificios.
- Organizar el material de planta para complementarlo con la topografía y realzar la línea de edificios o la fachada, para revelar gradualmente una vista atractiva o para enmarcar una mayor área de entrada.
- El diseño de los edificios no necesita reproducir exactamente el estilo tradicional, pero puede incorporar algunos de sus rasgos dentro de un moderno diseño que a pesar de ello, refleje la singularidad de la arquitectura tradicional.
- El uso de materiales locales es necesario tanto por el beneficio de ahorro en las divisas como por ser un medio para enfatizar el carácter local de los edificios construidos.

(3) Áreas prioritarias en los tres destinos

Para poder aplicar estas normas, se requiere alcanzar el consenso, que en general toma tiempo. Existe la urgente necesidad de introducir lineamientos en las áreas donde muchos proyectos de desarrollo turístico están siendo planeados actualmente.

Se considera que las áreas prioritarias en los tres destinos son las siguientes:

- El Cabo Este en Baja California Sur;
- La Paz en Baja California Sur;
- Costa Alegre en Jalisco;
- Bahía de banderas en Nayarit;
- Corredor Cancún - Tulúm en Quintana Roo; y,
- Costa Maya en Quintana Roo.

3.4.3. Sistema de zonificación de los sitios arqueológicos

(1) Introducción

Los recursos arqueológicos juegan un papel importante en el turismo. El objetivo de esta sección es comentar una metodología para su uso y conservación.

(2) Uso y conservación de los sitios arqueológicos

Existe un gran número de sitios arqueológicos en México. Aunque algunas han sido totalmente restauradas, otras permanecen en ruinas.

Los sitios arqueológicos han sido conservados para las futuras generaciones y su uso puede causar problemas si se les incluye como recursos turísticos. Por ello y en este sentido, tiene que alcanzarse un consenso general. Basados en este consenso, se requerirá posteriormente de la debida coordinación para su uso.

(3) El papel de los recursos arqueológicos en el turismo.

En la actualidad, algunos de los principales sitios arqueológicos del país tales como Teotihuacán, Chichen Itzá, Tulúm y Uxmal, son grandes sitios turísticos y el consenso es utilizarlos al menos en cierto grado. A continuación se resume el papel de los sitios arqueológicos en el turismo :

- Las Ruinas de la Civilización Maya que son representativas de los recursos arqueológicos en México, con una atmósfera de misterio son famosas en el mundo y atrae a un gran número de turistas internacionales. Además en general

los recursos arqueológicos son propios de una región y pueden ser utilizados para diferenciar los destinos turísticos.

- Los arqueológicos son uno de los mejores recursos a través de los cuales los mexicanos revisan retrospectivamente su país y su cultura. El Museo Nacional de Antropología en la ciudad de México, está siempre lleno de visitantes, incluyendo jóvenes estudiantes mexicanos. Se espera que los recursos arqueológicos se involucren en el turismo nacional tanto como en las actividades educativas extracurriculares.

(4) El sistema de zonificación como medio para conservar los recursos arqueológicos

El sistema de zonificación es un medio práctico y efectivo para el control de actividades en una amplia área y puede ser aplicada para la conservación de los recursos arqueológicos.

El objetivo de la zonificación es el de controlar el uso de los sitios arqueológicos y conservarlos para futuras generaciones. También es importante adquirir algunos recursos económicos con el turismo y así cubrir los gastos de conservación.

En México la institución responsable del uso y conservación de los sitios arqueológicos es el INAH. Esta institución también aplica un sistema de zonificación. Sin embargo, los criterios y efectos de la zonificación no están definidos específicamente, lo cual es uno de los principales aspectos en la conservación de los sitios arqueológicos.

(5) Un sistema de zonificación más adecuado para los sitios arqueológicos

Debería ser establecido un sistema de zonificación más preciso con fundamento legal. Las ideas medulares se presentan a continuación :

- Clasificar un sitio arqueológico en pocas zonas basado en la necesidad de protección.
- Clarificar las actividades permitidas y las no permitidas en cada zona.

El siguiente es un ejemplo de los principales puntos del nuevo sistema de zonificación, donde un sitio arqueológico es clasificado en tres zonas.

a. Zona A

Es designada como la zona A el área central de un sitio arqueológico donde se incluyen los principales elementos arqueológicos.

El objetivo de la zona A es preservar los elementos arqueológicos. Por lo tanto, todo tipo de actividades que pueda afectarla están prohibidas y es mucho más deseable pues si se requiriese más investigación, ésta se podría realizar antes de su apertura al público. Adicionalmente, desde el principio, el INAH debería adquirir como propietario todo el terreno.

Las facilidades para los visitantes como los pasillos, los tableros explicativos y la señalización de las rutas son restringidas al mínimo, las cuales deberían estar dispuestas en armonía con la atmósfera de las ruinas arqueológicas.

Si es necesario, debería ser establecido el máximo de visitantes diarios que la zona puede aceptar, considerando el valor y las condiciones de los elementos arqueológicos.

b. Zona B

El área circundante a la zona A, es la designada como la zona B. El objetivo de la zona B es el siguiente :

- Proteger la zona A;
- Establecer una atmósfera para el sitio arqueológico; y,
- Proporcionar la entrada a la zona A.

Por lo tanto, sólo las siguientes facilidades son permitidas:

- Centro de información (con un pequeño restaurante y locales comerciales);
- Museo con edificación de baja altura;
- Estacionamiento;
- Jardines y caminos peatonales.

En esta zona, el diseño de los edificios, la altura, los materiales y los colores están estrictamente regulados para mantener la atmósfera del lugar sin interferir con el paisaje. Es deseable que el INAH o los gobiernos locales adquieran todo el terreno tanto de la zona A como de la zona B.

c. Zona C

Como Zona C se designa una amplia área alrededor de la zona B. El objetivo de la zona C es el siguiente :

- Establecer un área de amortiguamiento alrededor de las ruinas arqueológicas, y
- Proteger las probables elementos arqueológicos que puedan encontrarse en el futuro.

La vida cotidiana de las personas debe ser respetada en la medida de lo posible en esta zona. Por consiguiente, pequeñas construcciones de la población local como son las casas y los comercios, son aceptables bajo la condición de que la excavación e investigación de las ruinas tenga prioridad sobre la construcción de aquéllos para el caso de encontrarse elementos arqueológicos en la zona. Es permitido el desarrollo de la agricultura y de la ganadería para elevar su crecimiento, pero no es permitida la reclamación de la propiedad del terreno. Adicionalmente está prohibida en los desarrollos de gran escala, todo tipo de fábricas y la minería.

En cuanto a las instalaciones turísticas, la construcción de instalaciones de edificios altos, incluyendo hoteles, están necesariamente prohibidas. Por otro lado, se permiten las instalaciones turísticas de baja densidad y altura, bajo la condición de que pertenezcan y sean operadas por personas de la localidad o por compañías locales.

En relación a los sitios arqueológicos adyacentes a los principales destinos turísticos, "la zona de instalaciones turísticas" deberá ser introducida en la zona pero de una forma restringida y sólo donde esas instalaciones pueden ser construidas. Esta zona puede contribuir a ordenar y armonizar el uso de la tierra conformando espacios turísticos con una atmósfera de tranquilidad.

3.5. Revitalización de los centros turísticos existentes

3.5.1. Búsqueda de la sustentabilidad en el turismo

(1) Aspectos generales

Uno de los más importantes aspectos del desarrollo y la promoción turística, es cómo ampliar el turismo en las nuevas áreas y cómo aprovechar nuevos recursos. Por otro lado, otros aspectos de los esfuerzos importantes en el desarrollo y la promoción turística son el cómo mantener los destinos turísticos existentes y el cómo revitalizar los antiguos. Sin embargo, en México, tanto los esfuerzos gubernamentales como las iniciativas del sector privado han estado dirigidas hacia el primer aspecto, poniéndole menos atención al último mencionado.

La sustentabilidad de los destinos turísticos es importante y valiosa por las siguientes razones:

- La buena conservación de los edificios y las áreas antiguas de la ciudad en los destinos turísticos pueden agregar valor a las áreas turísticas recientemente ampliadas y en relación con la diversificación de ambientes diseñados o construidos.
- La renovación bien diseñada de los edificios o las áreas antiguas de la ciudad, pueden revivir los destinos turísticos en declive.
- La buena preservación de la naturaleza en o cerca de, los destinos turísticos, no sólo pueden atraer a los turistas sino también ganar aprecio por los esfuerzos que se realizan.
- La sustentabilidad de los destinos turísticos significa, en términos comerciales, el obtener una rentabilidad de largo plazo.
- Por sus esfuerzos para mantener su calidad, los antiguos destinos turísticos, le permiten a la industria turística realizar la función de ventas basada en nombres ya conocidos como destinos turísticos internacionales.

Existen tres áreas para mantener la calidad y la imagen de los destinos turísticos:

- Medio ambiente constructivo que preserve las edificaciones antiguas;
- Medio ambiente natural (contaminación y conservación de la naturaleza); y,
- Medio ambiente socioeconómico.

Algunos ejemplos que requieren esfuerzos para mantener los destinos turísticos, se presentan a continuación :

(2) Valor de la renovación de los interiores de los viejos edificios de hotel y ambiente constructivo en los destinos turísticos existentes de México

En los últimos 20 años, el sector turístico en México se ha desarrollado construyendo nuevos hoteles y zonas hoteleras. El patrón del desarrollo turístico de los destinos y el comportamiento del sector, parecen ser concebidos como de "expansionismo turístico" o como "destinos turísticos desechables". Sin embargo, desde otro punto de vista, este fenómeno es interpretado de la siguiente manera :

- En los últimos 20 años se ha proporcionado infraestructura para apoyar el desarrollo y las instalaciones y los destinos turísticos han alcanzado renombre. En este momento tiene significación y valor el renovar, replantear o embellecer lo que se ha acumulado en términos de instalaciones, distritos turísticos y zonas hoteleras. Además se a vuelto factible invertir en los edificios antiguos y en las viejas zonas con el objeto de revitalizar la economía turística si se proporcionan condiciones favorables.

En otras palabras, la anterior apariencia de expansionismo o de cultura desechable no significa que las formas de desarrollo turístico mexicano no permitan la inversión para recrear un ambiente agradable de los destinos turísticos. Sin embargo, es después de 20 años de acumulación de inversión turística que tales esfuerzos se convierten en oportunidades atractivas de inversión.

(3) Preservación de las edificaciones

Los edificios que fueron construidos en la fase 1 de Cancún, tienen ya más de 20 años y su diseño fue originalmente deficiente habiendo también decaído. Actualmente las tarifas de habitación de esos hoteles son relativamente bajas y también proporcionan una baja calidad de servicios. Esa tendencia al abaratamiento de las tarifas de hoteles de bajo estándar en Cancún, disminuye su imagen como centro turístico de playa.

El área del centro de Puerto Vallarta, también tiene edificios y hoteles viejos que pueden llegar a ser atractivos para los turistas si tienen buen mantenimiento, o si mejoran conservando su estilo tradicional.

El centro de San José del Cabo es un lugar histórico con sabor mexicano. Sin embargo, con el objeto de mejorar y mantener la calidad e imagen del poblado, se requiere no sólo la reconstrucción y restauración de los edificios antiguos, sino también el embellecimiento de la zona centro y sus áreas circundantes.

(4) Medidas para rehabilitar el ambiente constructivo de los destinos turísticos existentes

Con el objeto de impulsar la rehabilitación, renovación o replanteamiento de parte de los destinos turísticos existentes que han estado decayendo, es necesario combinar los siguientes tres tipos de medidas:

- Designación de zonas para ciertos planes;
- Incentivos financieros con créditos de intereses más bajos al de los comerciales;
- Incentivos financieros a través de exenciones fiscales.

a. Designación de zonas para la revitalización de los destinos turísticos existentes

Es necesaria la planeación urbana para designar zonas con este propósito. La planeación debe llevarse a cabo por el departamento de planeación urbana de la ciudad y por el departamento de turismo, en estrecha cooperación con grupos de ciudadanos. Para el plan urbano, es necesario designar los siguientes cuatro tipos de zonas:

- 1) Zona donde se necesita la renovación de edificios de hoteles antiguos y el replanteamiento de los distritos donde se localizan edificaciones antiguas;
- 2) Zona que necesita reparación/renovación de los edificios históricos o mejoramiento del paisaje urbano;
- 3) Zona que necesita la introducción de paseos peatonales, tableros de orientación, vegetación y parques para el mejoramiento de las amenidades turísticas;
- 4) Zona que necesita el desarrollo de las instalaciones turísticas.

b. Incentivos fiscales con créditos de interés bajo

Para la inversión en los cuatro tipos de zonas descritas para mantener el ambiente constructivo en el turismo, el gobierno federal necesita proporcionar a las empresas privadas o a los gobiernos municipales tasas más bajas de interés en los créditos.

c. Exenciones fiscales

El gobierno federal y los gobiernos locales, deberían ofrecer exenciones fiscales a las empresas privadas para impulsar la revitalización.

Las zonas 1) y 4) serían revitalizadas a través de convenios crediticios y exenciones fiscales al sector privado. Las zonas 2) y 3) serían revitalizadas por el gobierno municipal.

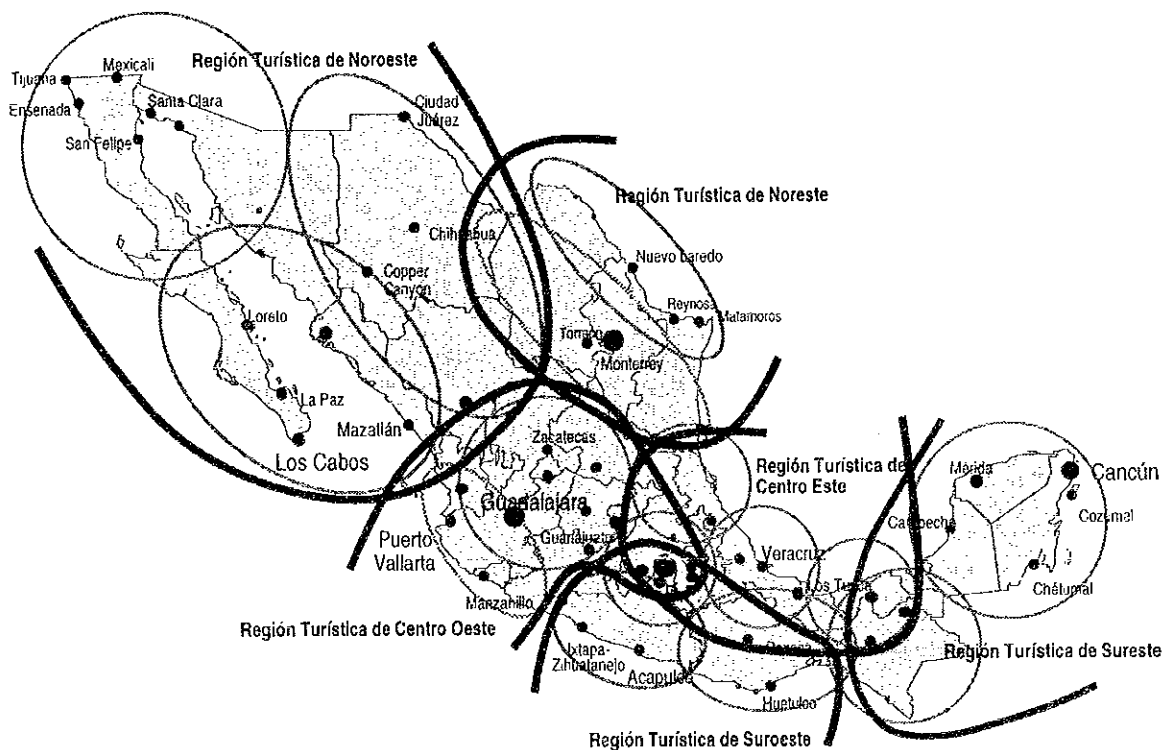
3.6. Introducción de circuitos turísticos

3.6.1. El concepto de circuitos turísticos

El equipo de estudio JICA propone introducir el concepto de "circuitos turísticos", amplificando el concepto de corredor turístico que se introdujo en el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 como se muestra en la Figura 3. 1

Los circuitos turísticos aumentan la competitividad de los centros de playa existentes, combinándolos con los productos turísticos del interior y dándole "valor agregado". También distribuye los beneficios del turismo en áreas más amplias promoviendo entre los visitantes las áreas menos conocidas que tienen buen potencial turístico y requieren de medidas para su desarrollo económico. Sirve también para diversificar los mercados turísticos en tanto atrae al mercado de larga distancia.

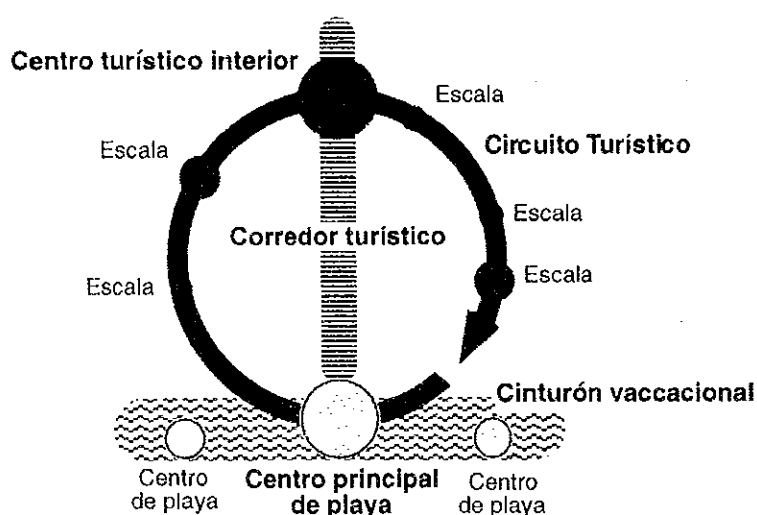
Figura 3. 1 Concepto de circuito turístico



Fuente : Equipo de estudio JICA

La Figura 3. 2 describe la estructura de una región turística. El Equipo de estudio define como región turística, el área que incluye un cinturón vacacional y un circuito de excursión. El cinturón vacacional, es una cadena de centros de playa a lo largo del litoral. Un circuito de excursión está conectado con el cinturón vacacional y funciona como "valor agregado" para el cinturón vacacional. Su función es atraer a los visitantes de las áreas costeras a las escalas turísticas del interior. En general se requieren de cuatro a siete días para cubrir un circuito de excursión. La duración del viaje fue determinado después de examinar los actuales itinerarios de excursión en particular, el de los paquetes de viaje utilizados por los vuelos charter. El corredor turístico es una arteria principal que conecta un centro mayor de playa con un centro turístico interior. Se hace la anotación que el término de "corredor" utilizado en el presente estudio no siempre tiene un uso idéntico al que se le da en México.

Figura 3.2 Concepto de región turística



Fuente: Equipo de estudio JICA

3.6.2. Sistema jerárquico del turismo mexicano

(1) Transformación del desarrollo turístico y las políticas de promoción

Las políticas de desarrollo turístico y el método de promoción de SECTUR se han transformado como se describe a continuación.

a. Desarrollo de centros turísticos

Los centros turísticos solían estar aislados y competían unos con otros. A mediados de la década de los 70s, FONATUR introdujo el sistema de desarrollo integrado. Para 1991, SECTUR inició tres programas especiales de promoción: "Mundo Maya", "Ciudades Coloniales" y "Frontera Norte" con la agrupación de centros turísticos de características similares.

b. Formación de corredores

El Programa Nacional Turístico (1995 - 2000) ha introducido recientemente el concepto de "Corredor turístico" que vincula centros turísticos para ganar competitividad, a través de la cooperación con sus similares de diferentes características. El programa establece los siguientes 10 corredores:

- Tijuana y Ensenada;
- San Felipe, Santa Clara y Peñasco;
- Ciudad Juárez;
- Nuevo Laredo, Reynosa, y Matamoros;
- Los Cabos, La Paz, y Loreto;
- Guadalajara y Puerto Vallarta;
- Acapulco y Taxco;
- Huatulco y Oaxaca;
- Tajín, Veracruz y Los Tuxtlas; y,
- Cancún y Tulúm.

Los programas especiales de promoción Mundo Maya, Ciudades Coloniales y Frontera Norte, han sido elevados a programa nacional.

c. Formación de circuitos

El Equipo de estudio JICA propone incorporar el sistema de circuito turístico como una estrategia básica para el año meta de este estudio: el 2010. Este es un concepto ulterior al de corredor turístico, que se orienta a una mejor contribución del turismo en la economía regional, a una mayor competitividad a través de la creación de valor agregado y a la diversificación de la oferta y la demanda turística.

El programa Mundo Maya es visto como un típico circuito turístico que cubre cinco Estados del sureste de México (Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán y Quintana Roo) así como de los países vecinos Guatemala, Belice, Honduras y El Salvador.

(2) Sistema jerárquico

La estructura turística de México se interpreta con la presencia de cuatro niveles jerárquicos. La jerarquía es esencial para administrar ordenadamente el desarrollo turístico y la promoción posterior de México en la perspectiva de largo plazo.

a. Nivel 4: regiones turísticas

Como se muestra en la Tabla 3. 3 y Figura 3. 3, el país está dividido en seis regiones turísticas. En general, estas regiones están basadas en la ubicación geográfica de los Estados. La región centro oeste, la región centro este y la región sur oeste, sin embargo, comparten la región metropolitana al ser el principal puerto de entrada internacional.

El objetivo que tiene la formulación de las regiones turísticas es distribuir a los visitantes de los centros turísticos preeminentes hacia los centros turísticos menos desarrollados dentro de la misma región. Los cometidos para el nivel de región turística, son :

- Establecer una imagen turística regional distintiva; y,
- Formular un circuito turístico que se enfoca a los mercados de larga distancia con itinerarios intermedios y/o largos.

Es esencial el desarrollo y mejoramiento del principal aeropuerto(s) y la red de transportación turística. Debería establecerse una organización turística interestatal que tomaran con el apoyo de SECTUR la iniciativa para la ejecución de las tareas mencionadas anteriormente .

Tabla 3. 3 Establecimiento de zonas turísticas

División geográfica Norte /sur Este/Oeste		Nivel-4 : Región turística	Nivel-3 : Zona turística
Norte	Oeste	1. Región Turística del Noroeste	1. Zona norte del "Mar de Cortés" 2. Zona sur del "Mar de Cortés" 3. Zona de la "Sierra Madre Occidental"
	Este	2. Región Turística del Noreste	4. Zona del "Camino del Río" 5. Zona de la "Sierra Madre Oriental"
Centro	Oeste	3. Región Turística del Centro Oeste	6. Ciudad de México y zona circunvecina 7. Zona del "Pacífico Central" 8. Zona de "Corazón de México"
	Este	4. Región Turística del Centro Este	9. Zona de la "Huasteca - Totonaca" 10. Zona del "Centro de Veracruz" 11. Zona del "Mundo Olmeca"
Sur	Oeste	5. Región Turística del Suroeste	12. Zona de "Guerrero" 13. Zona de "Oaxaca"
	Este	6. Región Turística del Sureste	14. Zona norte del "Mundo Maya" 15. Zona sur del "Mundo Maya"

Fuente: Equipo de estudio JICA

b. Nivel 3: zonas turísticas

La región turística está dividida en zonas. Se han propuesto 15 diferentes zonas para el país. El objetivo de la formulación de estas zonas turísticas y sus cometidos son similares al de las regiones turísticas: redistribución de los visitantes desde los principales centros turísticos hacia otros centros menos conocidos. Adicionalmente:

- Establecer una imagen turística distintiva; y,
- Formular circuitos turísticos en la zona que tengan como meta los mercados de media y larga distancia.

Una organización compuesta por el (los) Estados y municipios, así como por los Fondos Mixtos involucrados en la zona y con el apoyo de SECTUR, deben realizar también conjuntamente el desarrollo y la promoción

c. Nivel 2: área de un día

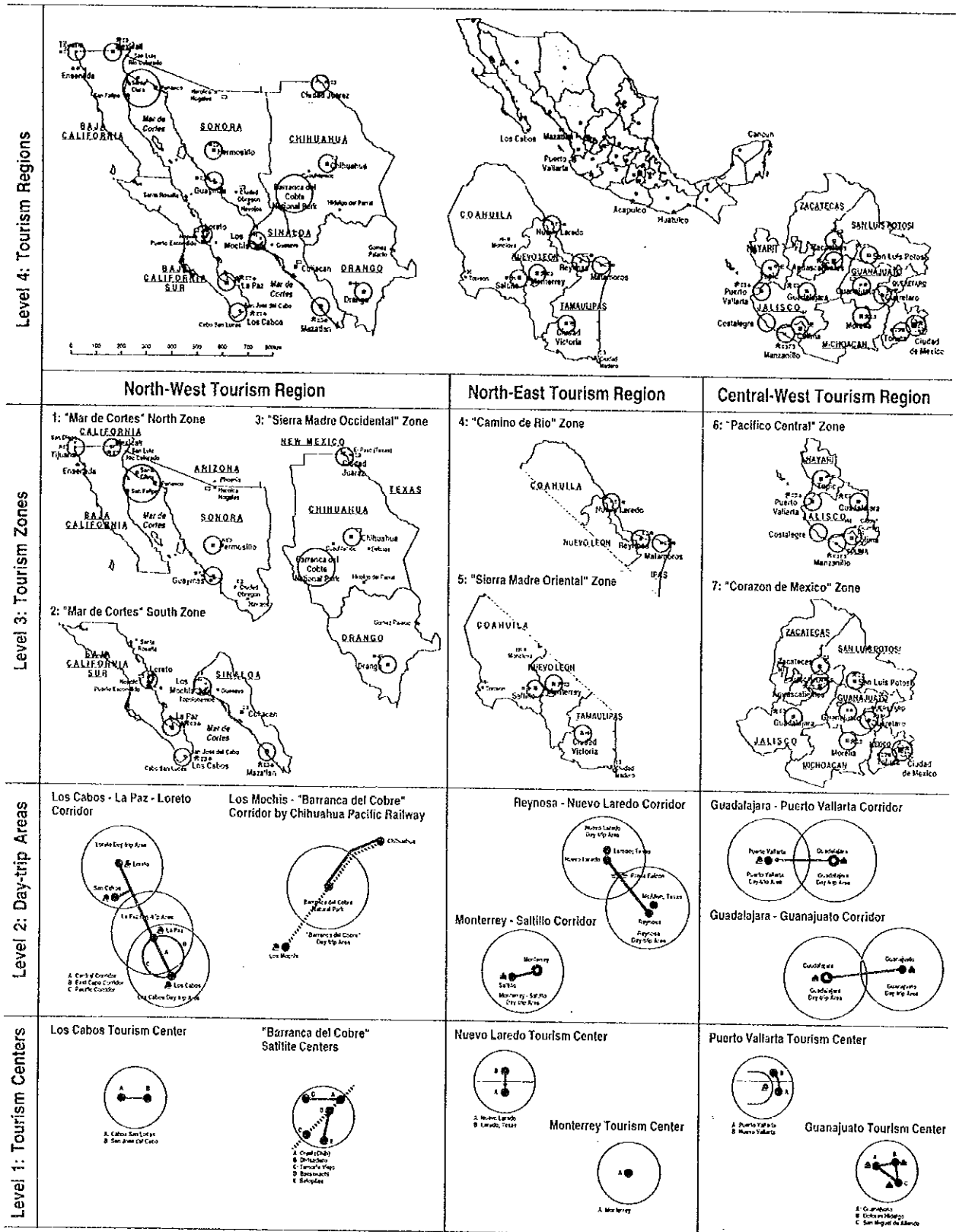
Este nivel corresponde a un rango de recorrido de un día. Con el objeto de incrementar el atractivo del área, deben realizarse los máximos esfuerzos para identificar los recursos turísticos potenciales y convertirlos en nuevos productos turísticos. Estos productos representan el valor agregado de los centros turísticos, incrementando la competitividad y también extendiendo la duración de la estadía del visitante.

d. Nivel 1: centro turístico

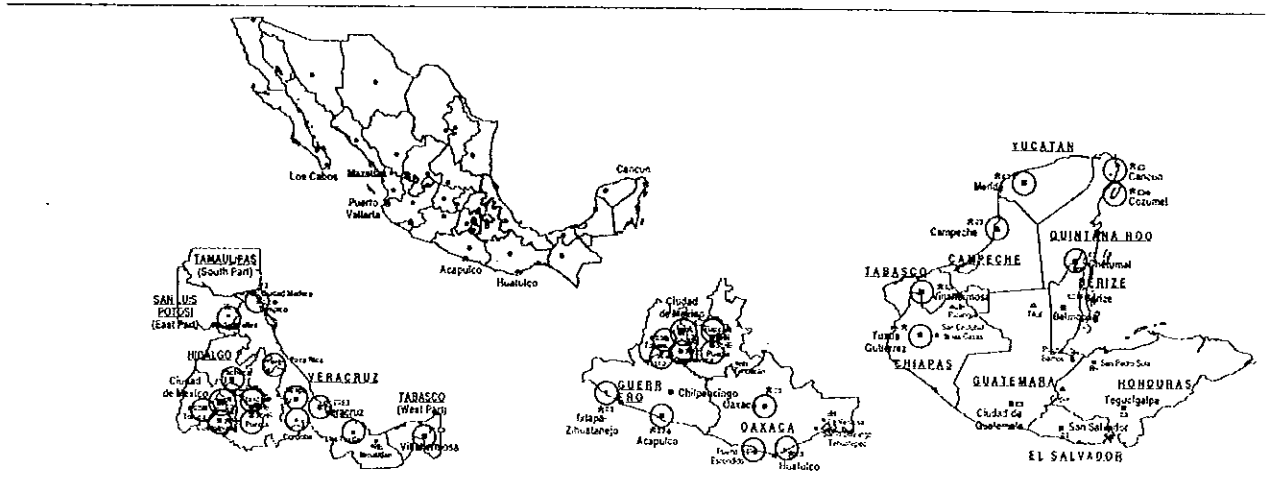
Este nivel corresponde a un sólo centro turístico. Los cometidos para este nivel, son los siguientes :

- Incrementar la capacidad de alojamiento;
- Reforzar la promoción; y,
- Desarrollar nuevos centros turísticos.

Figura 3.3 Sistema jerárquico



Fuente: Equipo de estudio de JICA



Central-East Tourism Region		South-West Tourism Region	South-East Tourism Region
8: Mexico City and Vicinity Zone 	9: "Huasteca - Totonaca" Zone 10: "Veracruz Central" Zone 11: "Mundo Olmeca" Zone 	12: "Guerrero" Zone 13: "Oaxaca" Zone 	14: "Mundo Maya" North Zone 15: "Mundo Maya" South Zone
Mexico City South Corridor 	Veracruz - Jarapa - Cordoba Corridor Veracruz - Los Tuxtlas Corridor 	Acapulco - Taxco Corridor 	Cancun - Tulum Corridor Tuxtla Gutierrez - Palenque Corridor
Toluca Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Toluca B. Toluca Airport C. Malinalco D. Excmo. de La So. 	Veracruz Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Veracruz 	Los Tuxtlas Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. San Andrés Tuxtla B. Santiago Tuxtla 	Acapulco Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Old Acapulco B. New Acapulco C. East Acapulco
Huatulco Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Coast of Huatulco B. East Huatulco C. New Extension Area 	Cancun Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Cancun B. New Cancun C. Playa Mirador D. Playa del Carmen E. Tulum 	Tuxtla Gutierrez Tourism Center <ul style="list-style-type: none"> A. Tuxtla Gutierrez B. San Cristobal de Las Casas 	

3.6.3. Definición de regiones turísticas

(1) Región turística del noroeste

La Figura 3. 4 muestra un panorama general de la región turística del noroeste.

El área de la costa del Pacífico en el norte de México (al norte del Trópico de Cáncer), se extiende a 6 Estados, 4 de ellos limitando con el Mar de Cortés, estos son: Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa; más 2 Estados en la porción continental: Chihuahua y Durango. El límite norte de esta región se encuentra en contacto con 4 Estados de EUA, estos son: California, Arizona, Nuevo México y Texas. Desde el punto de vista geográfico, se tienen cinco características geográficas idénticas en la península de Baja California, el de Mar de Cortés, la plataforma costera oriental del Mar de Cortés, el área de la Sierra Madre Occidental y el área del altiplano mexicano que se localizan una a la otra de manera paralela, ofreciendo diversos escenarios naturales y recursos turísticos. El clima en esta región es generalmente seco.

a. Zona norte del "Mar de Cortés"

Esta zona cubre los Estados de Baja California y Sonora.

Los visitantes que llegan al centro fronterizo de Tijuana serán inducidos a otras áreas de la zona. Las ciudades de Mexicali, Hermosillo y Guaymas, así como las nuevas localidades vacacionales de San Felipe, Santa Clara y Peñasco, pueden tener potencial turístico.

b. Zona sur del "Mar de Cortés"

En esta zona se incluyen los Estados de Baja California Sur y Sinaloa.

Los turistas que llegan a Mazatlán y Los Cabos, que son los centros turísticos ancla en esta zona, podrán ser inducidos a otras áreas. La Paz y Loreto, que son los destinos tradicionales, así como Los Mochis, pueden tener potencial turístico.

c. Zona de la "Sierra Madre Occidental"

Esta zona incluye los Estados de Chihuahua y Durango.

El turismo fronterizo en Ciudad Juárez podría ser inducido a otros centros turísticos de la zona. El Parque Nacional de Barranca del Cobre, que es el recurso turístico más atractivo en esta zona, necesita el desarrollo de alojamiento y de carreteras, así como el mejoramiento del ferrocarril Chihuahua-Pacífico que conecta Ciudad Juárez, Chihuahua, Barranca del Cobre y Los Moch's.

(2) La región turística del noreste

La Figura 3. 5 muestra el panorama general de la región turística del noreste.

Esta región incluye la porción norte del Golfo de México y se extiende a tres Estados: Tamaulipas, Nuevo León y Coahuila. Esta región hace frontera con Texas EUA, al otro lado del Río Bravo (Río Grande). Desde el punto de vista geográfico, esta región tiene escenarios naturales y recursos turísticos derivados de tres características geográficas que incluyen, la planicie a lo largo del litoral del Golfo de México, el área de la Sierra Madre Oriental y el área del Río Bravo .

a. Zona del "Camino del Río"

Esta zona cubre un área a lo largo del Río Bravo que corre a través de Tamaulipas, Nuevo León y Coahuila.

El turismo fronterizo en Matamoros, Reynosa y Nuevo Laredo puede ser inducido río arriba del Río Bravo. Piedras Negras y Ciudad Acuña también podrían tener potencial para el desarrollo turístico.

b. Zona de la Sierra Madre Oriental

Esta zona cubre las partes altas de los tres Estados mencionados anteriormente.

El centro de esta zona es Monterrey, que es la tercera ciudad más grande de México. Los visitantes a la ciudad podrían ser inducidos a las áreas circundantes como Saltillo y Ciudad Victoria.

(3) Región turística del centro oeste

La Figura 3. 6 describe la definición de la región turística del centro oeste.

Esta región incluye 15 Estados, que son: Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacán, Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Tlaxcala, Puebla y Morelos. Esta región está compuesta por el área de la costa del Pacífico y el área del altiplano mexicano.

a. Zona del Pacífico Central

Esta zona incluye los cuatro Estados costeros, siendo éstos: Nayarit, Jalisco, Colima y Michoacán.

Los centros turísticos ancla son Puerto Vallarta, Guadalajara y Manzanillo. El "circuito triangular" de Guadalajara, Puerto Vallarta y Manzanillo serán desarrollados incluyendo la terminación de la autopista entre Guadalajara y Puerto Vallarta. La ciudad de Tepic, Costalegre y Colima, lugares localizados a lo largo del circuito triangular, también serán desarrollados y promovidos.

b. Zona del Corazón de México

Esta cubre el área interior de la planicie central.

Esta zona es denominada como "Corazón de México" y está caracterizada por muchas y bellas ciudades históricas. Estas últimas se encuentran localizadas dentro del triángulo de las tres más grandes ciudades del país: la ciudad de México, Monterrey y Guadalajara. Siendo estas grandes ciudades también puertos principales de entrada, será desarrollado y promovido bajo el concepto de un circuito en torno a la "Ciudad Colonial".

(4) Región turística del centro este

La Figura 3. 7 describe la definición de la región turística del centro este.

Esta área está localizada a lo largo del Golfo de México, en la porción central de México e incluye a Veracruz, los Estados localizados al frente del Golfo de México y las áreas circunvecinas, como la porción sur de Tamaulipas, la porción oriental de San Luis Potosí y la porción occidental de Tabasco, la zona metropolitana de la Ciudad de México que incluye al Distrito Federal, así como los Estados de Hidalgo, Tlaxcala y Puebla.

a. Zona Huasteca y Totonaca

Esta cubre la porción norte del Estado de Veracruz la porción norte del Estado de Hidalgo, la porción sur de Tamaulipas y la parte oriental del Estado de San Luis Potosí.

En esta zona abunda la belleza natural, la cultura indígena huasteca y ruinas arqueológicas, incluyendo El Tajín. El desarrollo de la red de transporte sería vital para aprovechar el potencial de la zona.

b. Zona central de Veracruz

En esta zona se encuentra incluidos la porción central del Estado de Veracruz, la parte sur de Hidalgo y algunos Estados orientales de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Este es un corredor histórico del período colonial. Debe ser desarrollada la ruta central de Veracruz - Jalapa - Ciudad de México; la ruta norte de Veracruz - Poza Rica - Ciudad de México; y la ruta sur de Veracruz - Oaxaca - Ciudad de México..

c. Zona del "Mundo Olmeca"

En esta zona se encuentra incluida la porción oriental de Veracruz y la occidental del Estado de Tabasco.

Este es el lugar de nacimiento de la cultura Olmeca. Debería ser considerado en esta zona el circuito que conecta Veracruz, Los Tuxtlas y Villahermosa, así como una extensión al "Mundo Maya".

(5) Región turística del suroeste

La Figura 3. 8 muestra un panorama general de la región turística del suroeste.

Esta región está localizada a lo largo del Océano Pacífico e incluye los Estados de Guerrero, Oaxaca, Distrito Federal, México, Tlaxcala, Puebla y Morelos.

a. Zona de "Guerrero"

Esta zona incluye al Estado de Guerrero y algunos de los Estados que circundan la zona metropolitana.

Aquí se encuentran tres distintos centros turísticos : Acapulco, el más antiguo centro de playa en México ; Ixtapa/Zihuatanejo, uno de los sitios de desarrollo integral de FONATUR ; y Taxco, una ciudad famosa por su artesanía en plata. El circuito de estas tres ciudades es llamado el "Triángulo Dorado". Dos carreteras se encuentran en construcción , una entre Acapulco e Ixtapa y la otra entre Taxco e Ixtapa.

b. Zona de "Oaxaca"

Este cubre el Estado de Oaxaca y algunos Estados del área metropolitana.

Esta zona incluye la ciudad colonial de Oaxaca, el complejo arqueológico de Monte Albán y centros vacacionales en el litoral del Océano Pacífico. El desarrollo de carreteras que conecten a la Ciudad de México con Oaxaca y Huatulco, creará un conjunto atractivo de productos turísticos.

(6) Región turística del sureste

La Figura 3. 9 muestra un panorama general de la región turística del sureste.

En esta región se incluye el área sureste de México localizado al sur del Istmo de Tehuantepec y se extiende a cinco diferentes Estados : Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Esta región tiene límites fronterizos con Guatemala y Belice.

SECTUR se encuentra desarrollando el "Programa Mundo Maya" desde el Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991 - 1994, en cooperación con cuatro países centroamericanos que incluye a Guatemala, Belice, El Salvador y Honduras. Con el objeto de lograr un mayor progreso de este programa, será desarrollada y promovida cierta base de alojamiento y redes de transporte.

a. Zona norte del "Mundo Maya"

Esta zona incluye tres Estados : Campeche, Yucatán y Quintana Roo en la Península de Yucatán.

Esta zona está localizada en las "Tierras Bajas del Norte Maya" donde se ubican los sitios arqueológicos como Chichen Itzá, Tulum y Uxmal. Mérida, Izamal y Campeche aún conservan el ambiente de la época colonial. En esta zona también abundan reservas de la biosfera de selva, ruinas Mayas y bosques de manglar.

Es importante desarrollar y promover el circuito que conecta Cancún - Chetumal - Campeche - Mérida para lograr que los visitantes de Cancún visiten el resto de la zona turística.

b. Zona sur del "Mundo Maya"

Esta cubre dos Estados : Chiapas y Tabasco.

A esta zona le corresponden las “Tierras Bajas del Sur Maya” y las “Tierras Mayas de Montaña”. Existen numerosas ruinas que incluyen Palenque, ciudades coloniales como Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas y reservas de la biosfera.

Para utilizar recursos turísticos a lo largo de la ruta, es necesario establecer recorridos que conecten Villahermosa - Palenque - Tuxtla Gutiérrez y la frontera con Guatemala .

Figura 3.4 Región turística del noroeste

Level 4: Tourism Region

Key map: North-East Tourism Zone

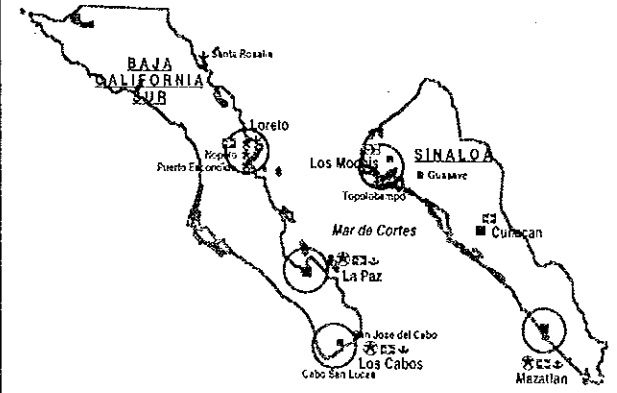


Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

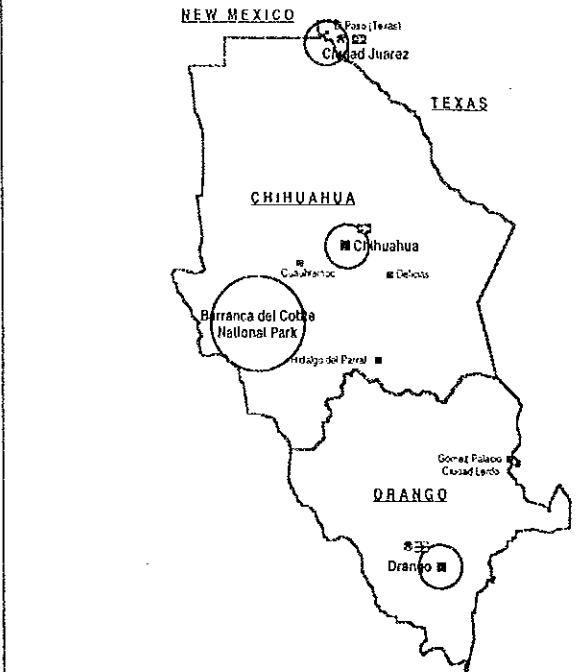
Key map: "Mar de Cortes" North Zone



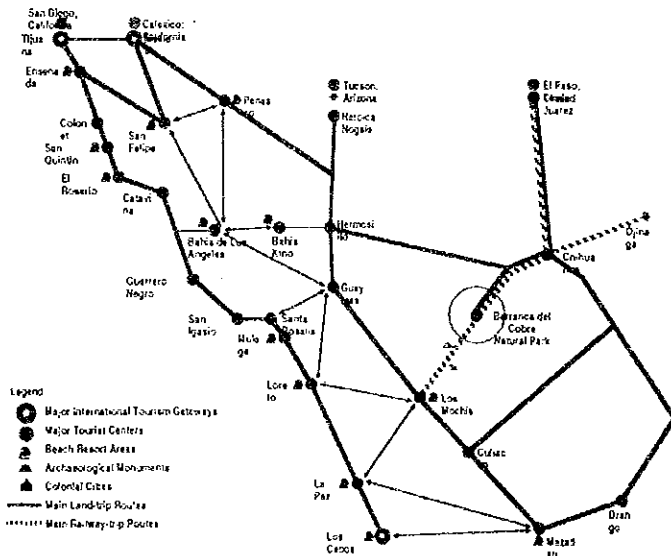
Key map: "Mar de Cortes" South Zone



Key map: "Sierra Madre" Zone



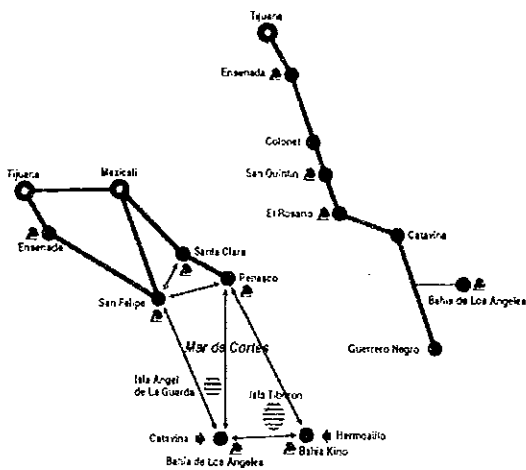
Promotion of North-West Mexico Grand Circuits



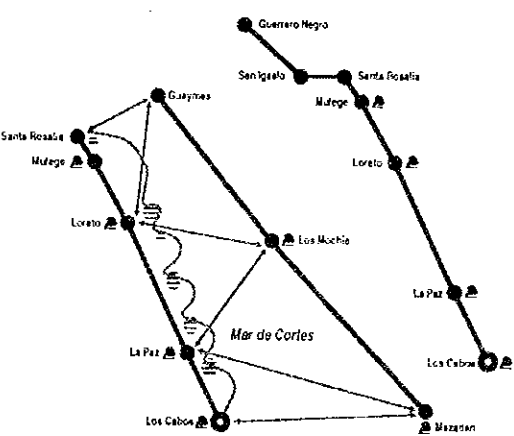
Level 2: Day-trip Areas
Development of Day-trip Areas & Corridors

Level 1: Tourism Centers
Development of Tourism Centers

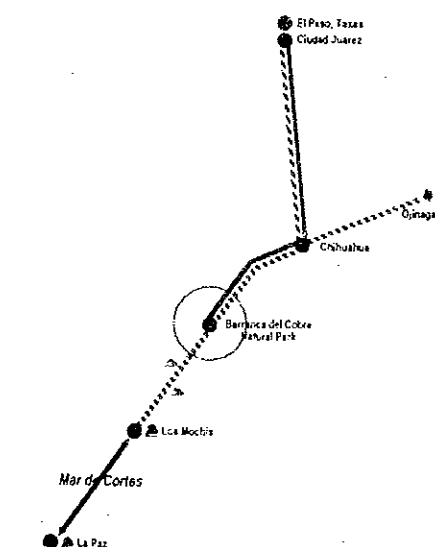
- NW3-1: "Mar de Cortes" North Circuit (BC+Son)
- NW3-2: Trans Baja North Circuit (BC) 714km



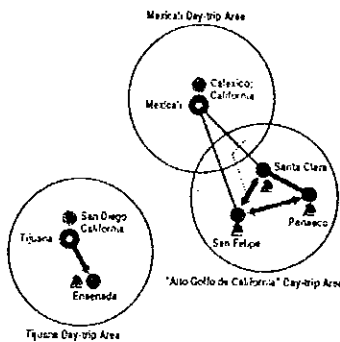
- NW3-3: "Mar de Cortes" South Circuit (BCS+Son+Sin)
- NW3-4: Trans Baja South Circuit (BCS) 1121km



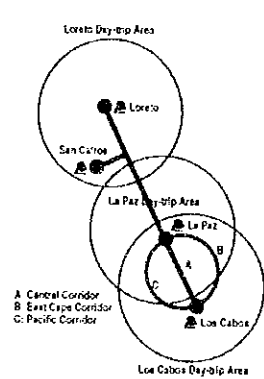
- NW3-5: Chihuahua Pacific Circuit (Chih+Sin+BCS)



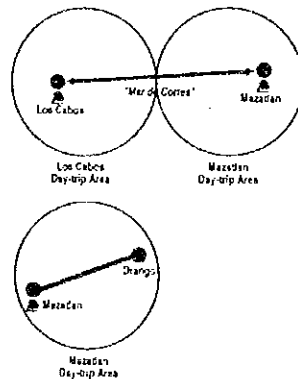
- NW2-1: Tijuana - Ensenada Corridor (BC)
- NW2-2: "Año Golfo de California" Corridor (BC+Son)



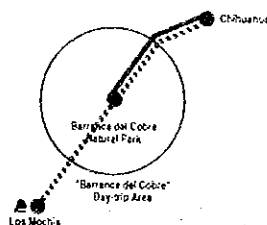
- NW2-3: Los Cabos - La Paz - Loreto Corridor (BCS)



- NW2-4: Los Cabos - Mazatlán Sea-corridor (BCS+Sin) "Tropic of Cancer Cruise"
- NW2-5: Mazatlán - Drango Corridor (Sin+Dra)

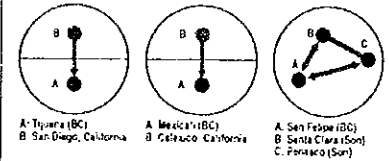


- NW2-6: Los Mochis - "Barranca del Cobre" Corridor (Sin+Chih) by Chihuahua Pacific Railway



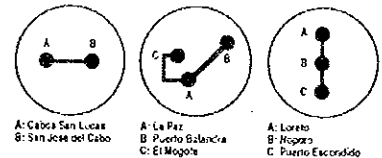
Tourism Centers of Baja California State

- NW1-1: Tijuana Tourism Center (BC)
- NW1-2: Mexicali Tourism Center (BC)
- NW1-3: "Año Golfo de California" Tourism Complex (BC+Son)



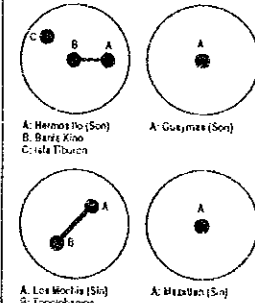
Tourism Centers of Baja California Sur State

- NW1-4: Los Cabos Tourism Center (BCS)
- NW1-5: La Paz Tourism Center (BCS)
- NW1-6: Loreto Tourism Center (BCS)



Tourism Centers of Sonora and Sinaloa States

- NW1-7: Hermosillo Tourism Center (Son)
- NW1-8: Guaymas Tourism Center (Son)
- NW1-9: Los Mochis Tourism Center (Sin)
- NW1-10: Mazatlán Tourism Center (Sin)



Tourism Centers of Chihuahua and Drango States

- NW1-11: Ciudad Juárez Tourism Center (Chih)
- NW1-12: Chihuahua Tourism Center (Chih)
- NW1-13: "Barranca del Cobre" Satellite Centers
- NW1-14: Drango Tourism Center (Dra)

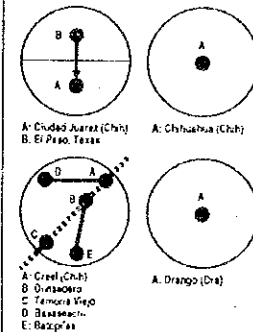
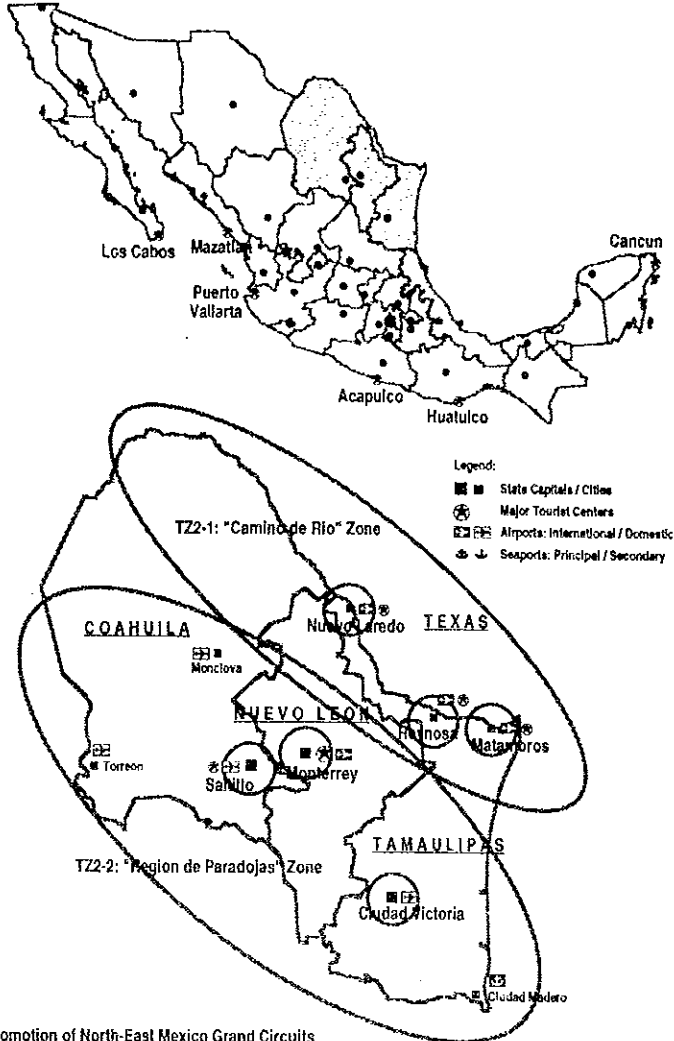


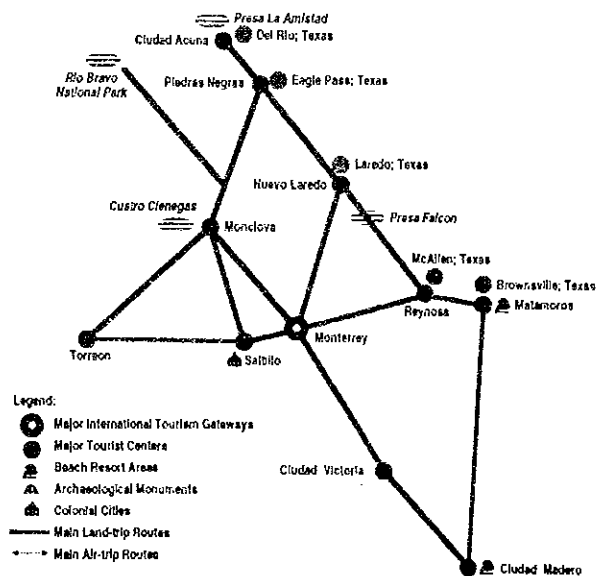
Figura 3.5 Región turística del noreste

Level 4: Tourism Region

Key map: North-East Tourism Zone

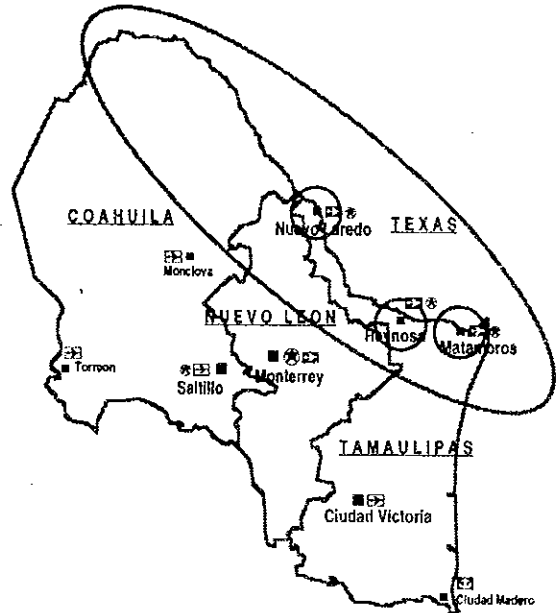


Promotion of North-East Mexico Grand Circuits

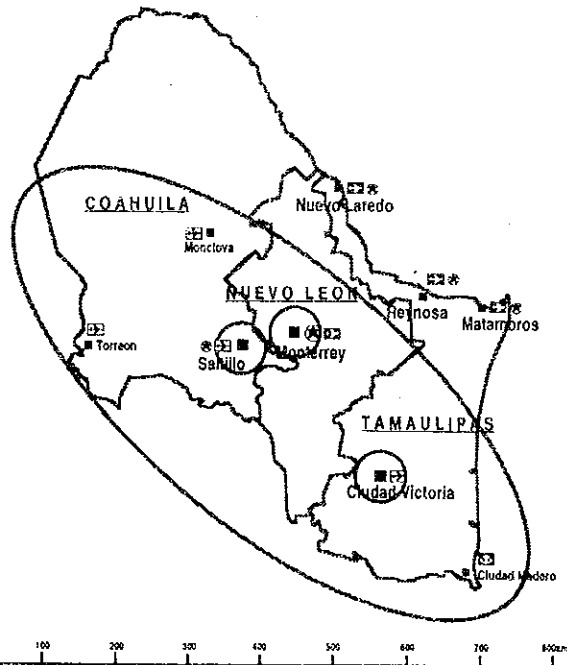


Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

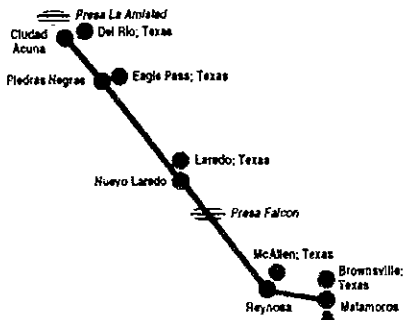
Key map: "Camino de Rio" Zone



Key map: "Region de Paradojas" Zone

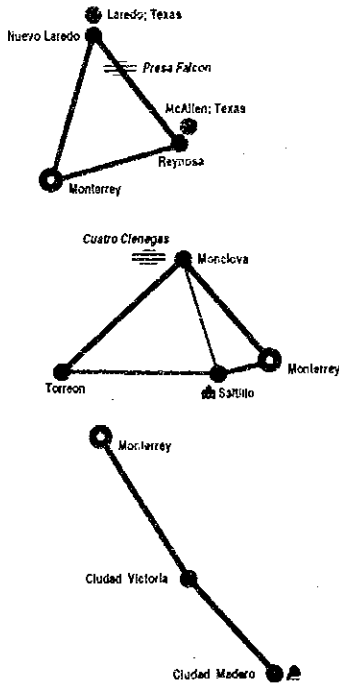


●NE3-1: "Camino de Rio" Circuit



Triangle Circuits from Monterrey

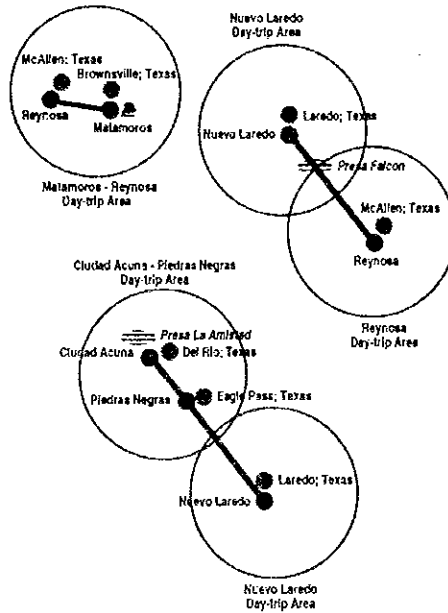
- NE3-2: Monterrey - Nuevo Laredo - Reynosa
- NE3-3: Monterrey - Monclova - Torreon
- NE3-4: Monterrey - Ciudad Victoria - Ciudad Madero



Level 2: Day-trip Areas
Development of Day-trip Areas & Corridors

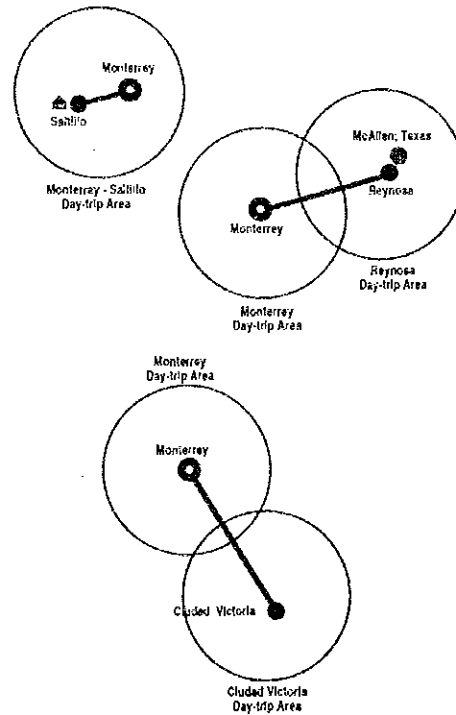
Corridors of "Camino de Rio" =Rio Bravo (Rio Grande)

- NE2-1: Matamoros - Reynosa Corridor (Tam)
- NE2-2: Reynosa - Nuevo Laredo Corridor (Tam)
- NE2-3: Nuevo Laredo - Ciudad Acuna Corridor (Tam+Coa)



Tourism Corridors from Monterrey

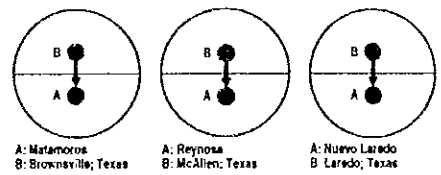
- NE2-4: Monterrey - Saltillo Corridor (NL+Coa)
- NE2-5: Monterrey - Reynosa Corridor (NL+Tam)
- NE2-6: Monterrey - Ciudad Victoria Corridor (NL+Tam)



Level 1: Tourism Centers
Development of Tourism Centers

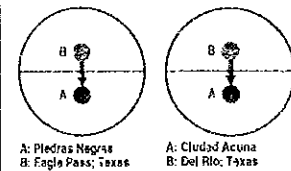
Tourism Centers of the Lower Rio Bravo

- NE1-1: Matamoros Tourism Center (Tam)
- NE1-2: Reynosa Tourism Center (Tam)
- NE1-3: Nuevo Laredo Tourism Center (Tam)



Auxiliary Tourism Centers of the Mid Rio Bravo

- NE1-4: Piedras Negras Tourism Center (Coa)
- NE1-5: Ciudad Acuna Tourism Center (Coa)



Tourism Centers of State Capitals

- NE1-6: Saltillo Tourism Center (Coa)
- NE1-7: Monterrey Tourism Center (NL)
- NE1-8: Ciudad Victoria Tourism Center (Tam)

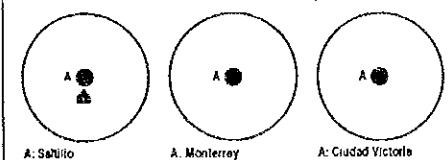


Figura 3.6 Región turística del centro oeste

Level 4: Tourism Region

Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

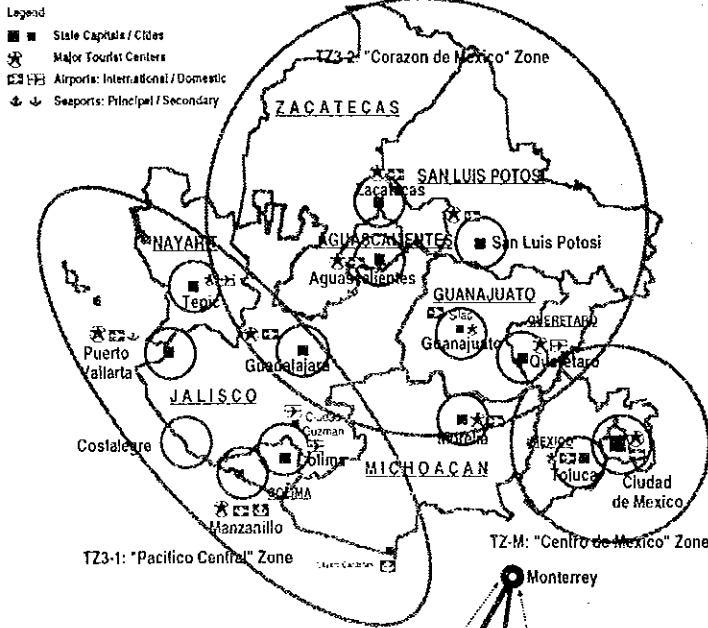
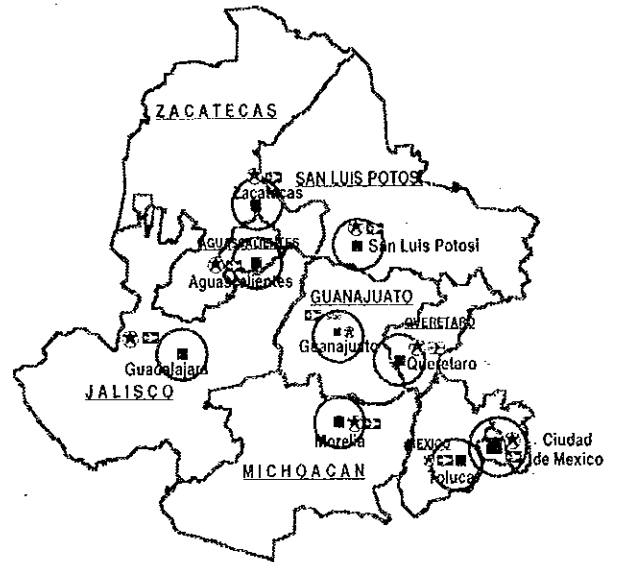
Key map: Central-West Tourism Zone



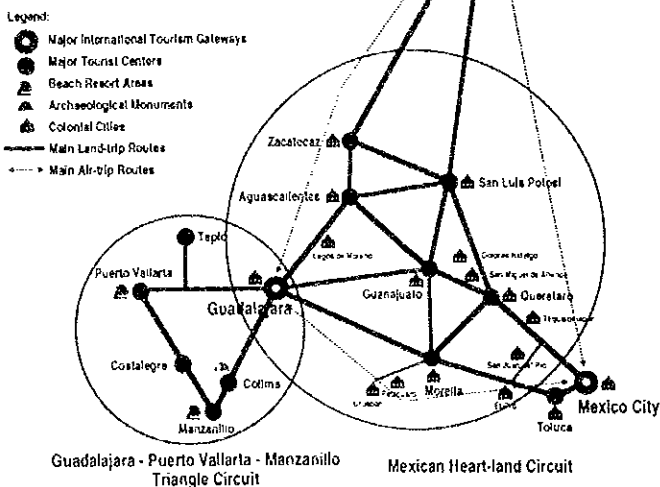
Key map: "Pacífico Central" Zone



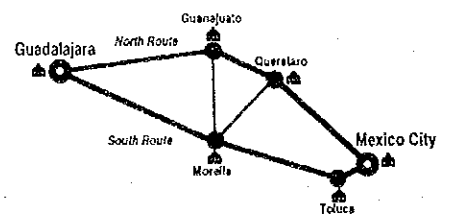
Key map: "Corazon de Mexico" Zone



Promotion of Central-West Mexico Grand Circuits



Tourism Circuits between 3 Major Cities
 ● CW3-3: Mexico City - Guadalajara Circuit (DF+Mec+Mic+Que+Gua+Jal)
 ● CW3-4: Mexico City - Monterrey Circuit (DF+Mec+Hid+Gua+SLP)
 ● CW3-5: Guadalajara - Monterrey Circuit (Jal+Agu+SLP+Zac)



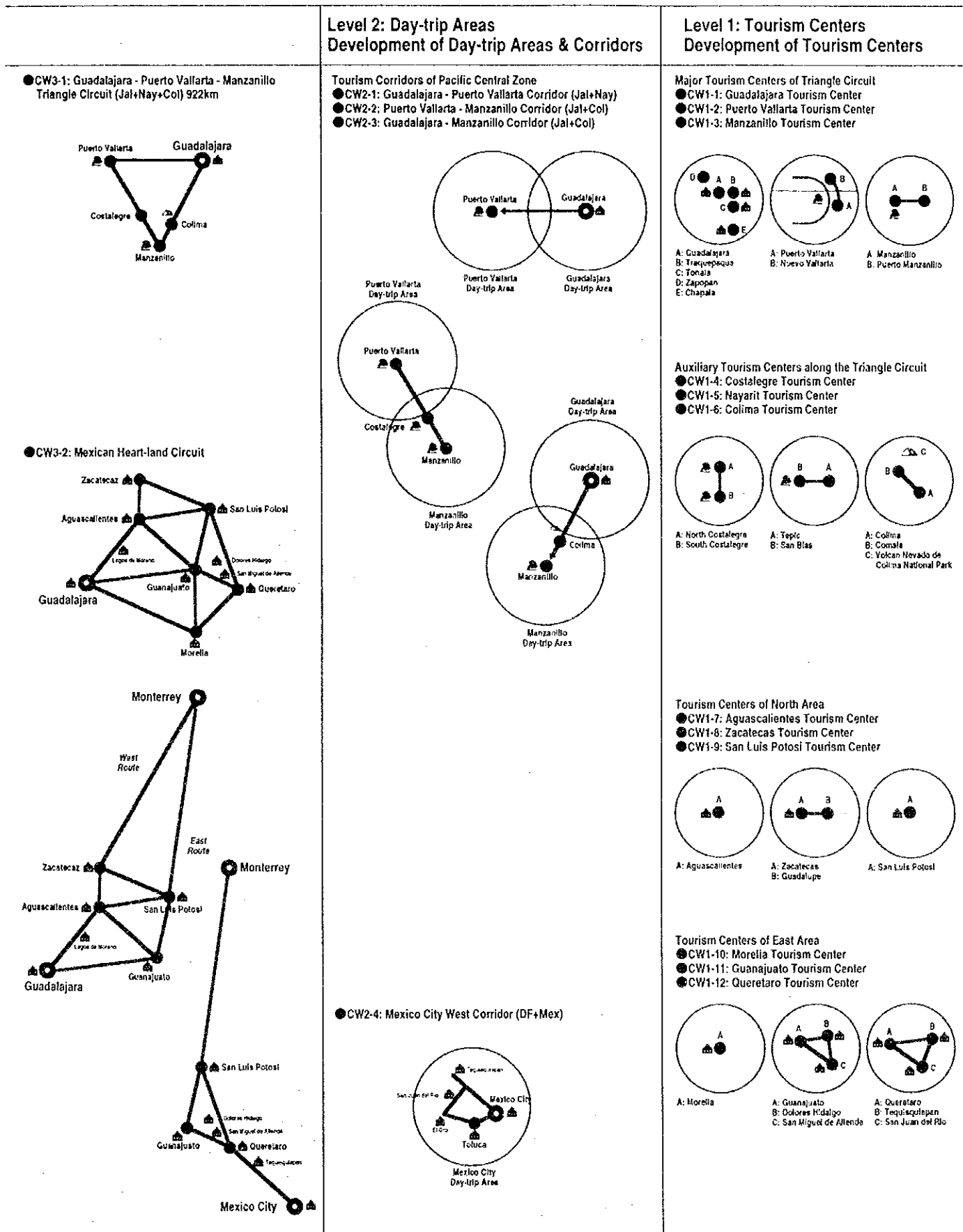
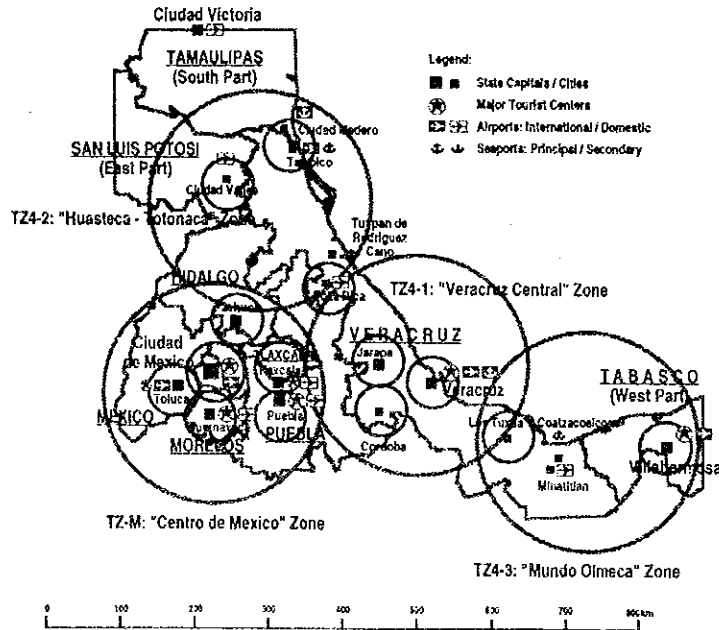


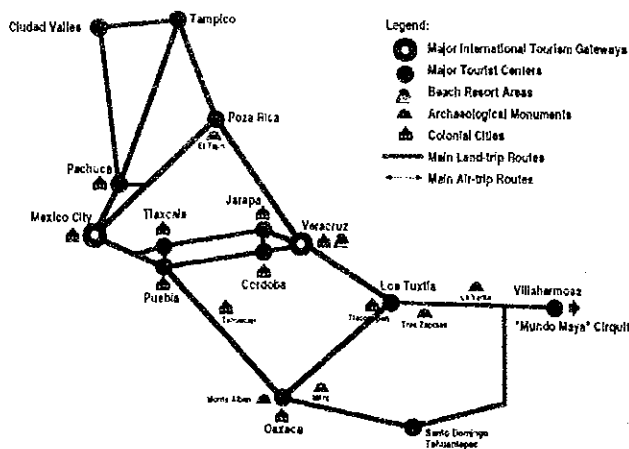
Figura 3.7 Región turística del centro este

Level 4: Tourism Region

Key map: Central-East Tourism Zone

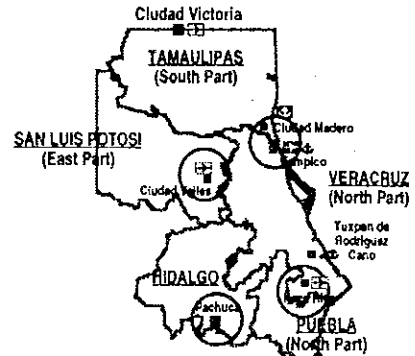


Promotion of Central-East Mexico Grand Circuits

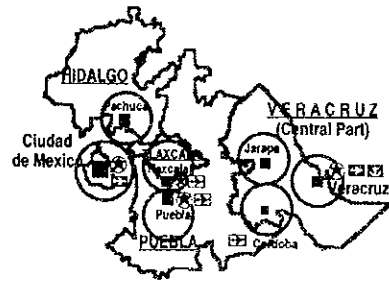


Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

Key map: "Huasteca - Totonaca" Zone

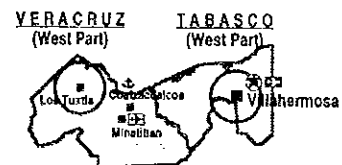


Key map: "Veracruz Central" Zone

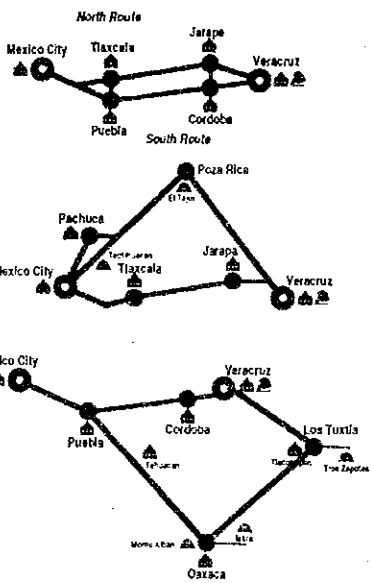
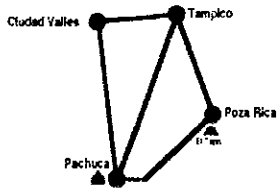


- CE3-2: Mexico City - Veracruz Circuit (DF+Pue+Tla+Ver)
- CE3-3: Mexico City - Veracruz North Circuit (DF+Pue+Tla+Ver)
- CE3-4: Mexico City - Veracruz South Circuit (DF+Pue+Tla+Ver+Oax)

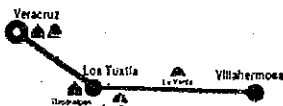
Key map: "Mundo Olmeca" Zone



●CE3-1: Tourism Circuits of "Huasteca - Totonaca" Zone



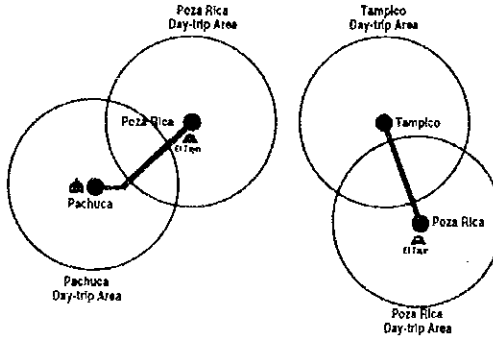
●CE3-2: Veracruz - Villahermosa Circuit (Ver+Tab)



Level 2: Day-trip Areas
Development of Day-trip Areas and Corridors

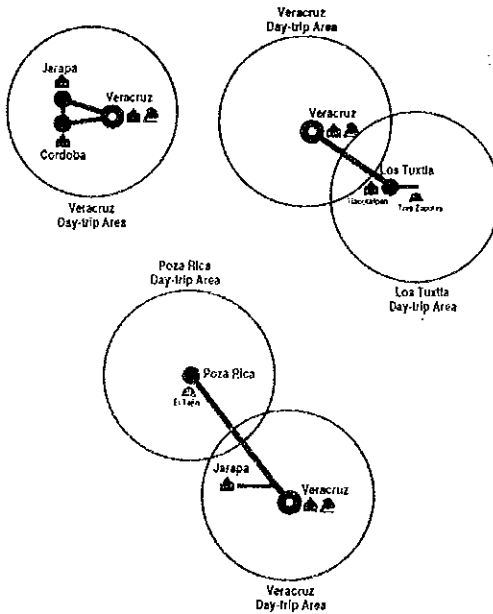
Tourism Corridors of "Huasteca - Totonaca" Zone

- CE2-1: Pachuca - Poza Rica Corridor (Hid+Ver)
- CE2-2: Poza Rica - Tampico Corridor (Ver)



Tourism Corridors from Veracruz City

- CE2-3: Veracruz - Jarapa - Cordoba Corridor (Ver)
- CE2-4: Veracruz - Los Tuxtlas Corridor (Ver)
- CE2-5: Veracruz - Poza Rica Corridor (Ver)



Mexico City North Corridor

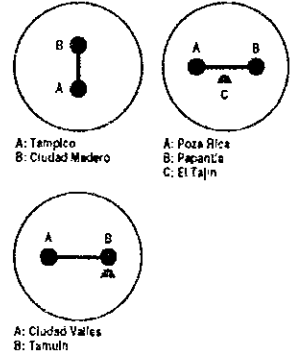
- CE2-6: Mexico City - Pachuca Corridor (DF+Hid)



Level 1: Tourism Centers
Development of Tourism Centers

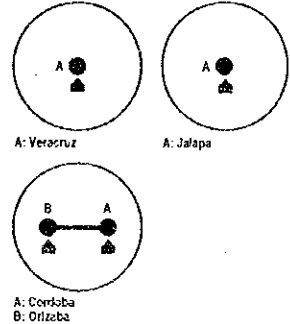
Tourism Centers of "Huasteca - Totonaca" Zone

- CE1-1: Tampico Tourism Center (Ver)
- CE1-2: Poza Rica Tourism Center (Ver)
- CE1-3: Ciudad Valles Tourism Center (SLP)



Tourism Centers of "Veracruz Central" Zone

- CE1-4: Veracruz Tourism Center (Ver)
- CE1-5: Jalapa Tourism Center (Ver)
- CE1-6: Cordoba Tourism Center (Ver)



Tourism Centers of "Mundo Olmeca" Zone

- CE1-7: Los Tuxtlas Tourism Center (Ver)

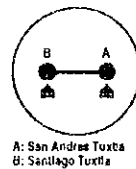


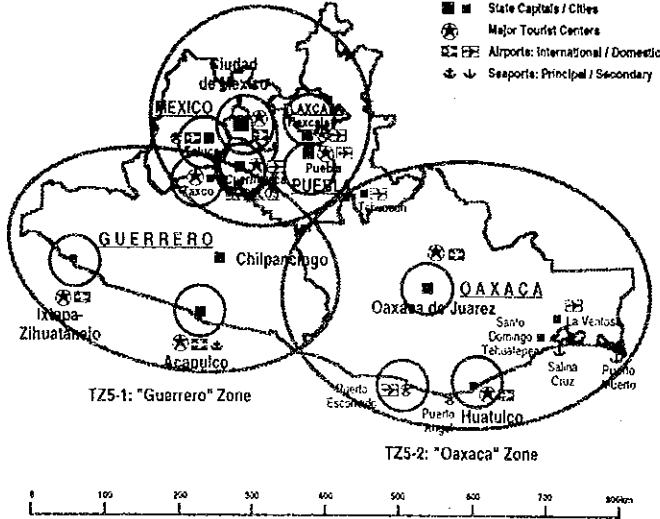
Figura 3.8 Región turística del suroeste

Level 4: Tourism Region

Key map: South-West Tourism Zone



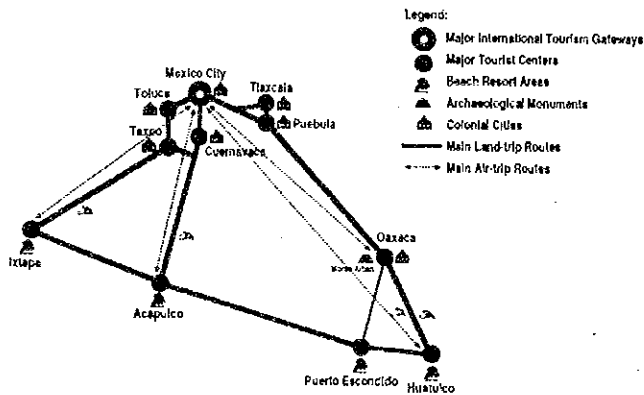
TZ-M: "Centro de Mexico" Zone



TZ5-1: "Guerrero" Zone

TZ5-2: "Oaxaca" Zone

Promotion of South-West Mexico Grand Circuits

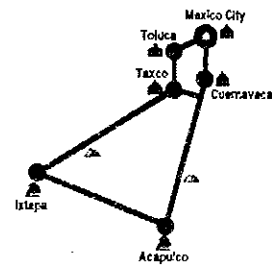


Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

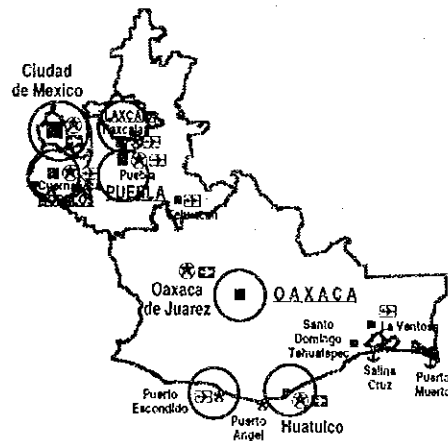
Key map: "Guerrero" Zone



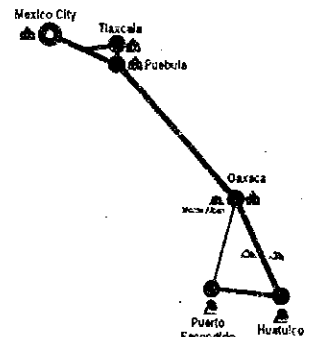
SW3-1: Mexico City - Acapulco - Ixtapa Triangle Circuit (DF+Cue+Mex+Gue)



Key map: "Oaxaca" Zone



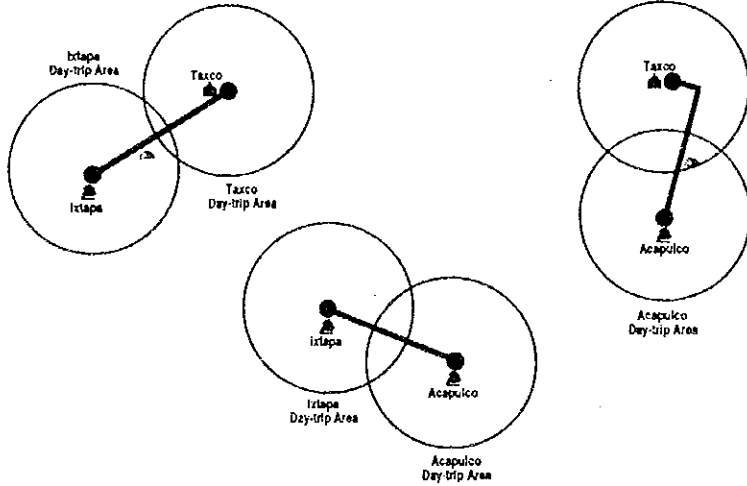
SW3-2: Mexico City - Oaxaca - Huatulco Circuit (DF+Pue+Oax)



Level 2: Day-trip Areas Development of Day-trip Areas and Corridors

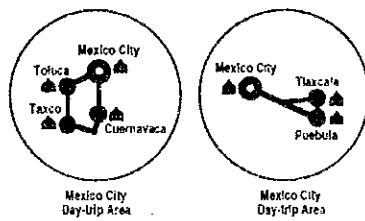
Tourism Corridors of Guerrero State

- SW2-1: Acapulco - Taxco Corridor
- SW2-2: Taxco - Ixtapa Corridor
- SW2-2: Acapulco - Ixtapa Corridor



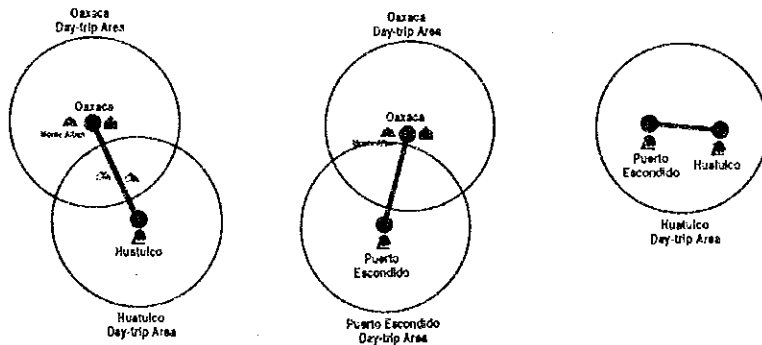
Tourism Corridors from Mexico City

- SW2-4: Mexico City South Corridor (DF+Mex+Cue)
- SW2-5: Mexico City East Corridor (DF+Pue+Tia)



Tourism Corridors of Oaxaca State

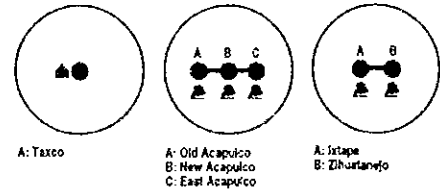
- SW2-6: Oaxaca - Huatulco Corridor
- SW2-7: Oaxaca - Puerto Escondido Corridor
- SW2-8: Huatulco - Puerto Escondido Corridor



Level 1: Tourism Centers Development of Tourism Centers

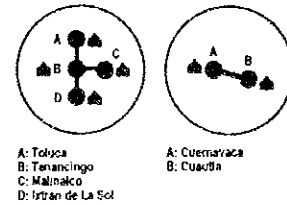
Tourism Centers of Guerrero State

- SW1-1: Taxco Tourism Center
- SW1-2: Acapulco Tourism Center
- SW1-3: Ixtapa Tourism Center



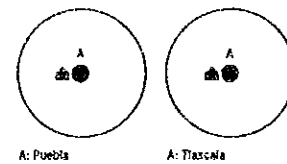
Tourism Centers of South DF

- SW1-4: Toluca Tourism Center (Mex)
- SW1-5: Cuernavaca Tourism Center (Mor)



Tourism Centers of East DF

- SW1-6: Puebla Tourism Center (Pue)
- SW1-7: Tlaxcala Tourism Center (Tla)



Tourism Centers of Oaxaca State

- SW1-8: Oaxaca Tourism Center
- SW1-9: Huatulco Tourism Center
- SW1-10: Puerto Escondido Tourism Center

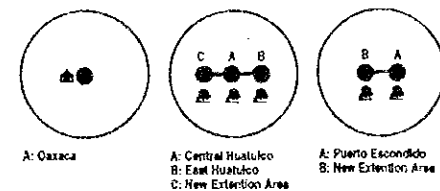
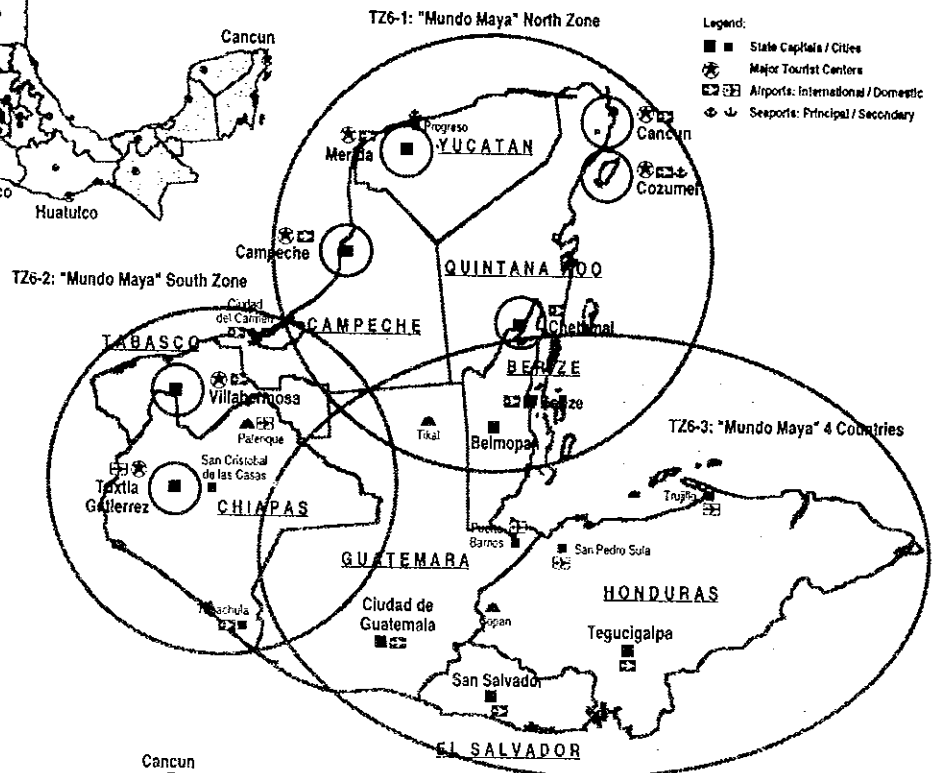
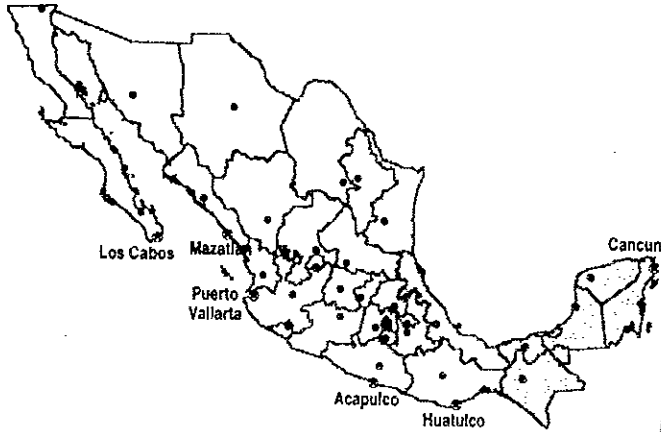


Figura 3.9 Región turística del sureste

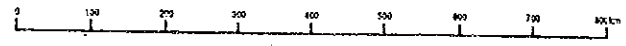
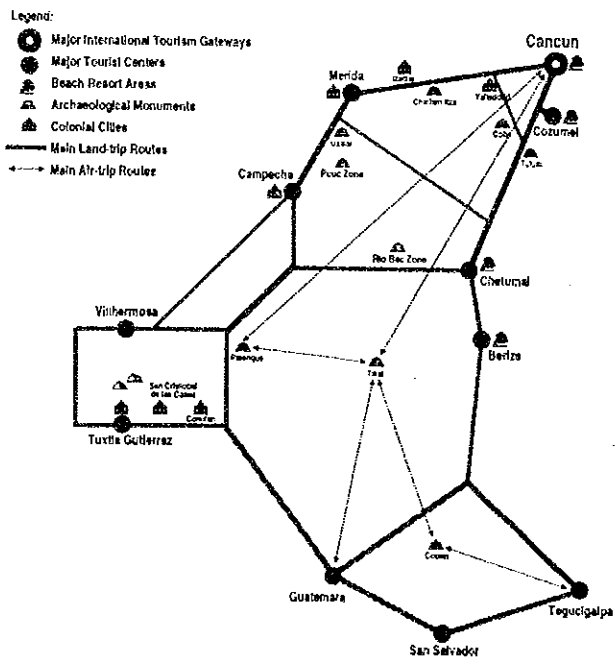
Level 4: Tourism Region

Key map: South-East Tourism Zone



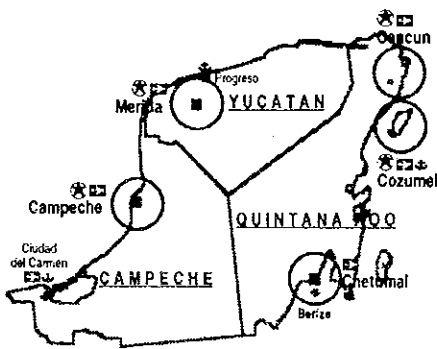
- Legend:
- State Capitals / Cities
 - Major Tourist Centers
 - ⊠ Beach Resort Areas
 - ▲ Archaeological Monuments
 - ⊞ Colonial Cities
 - ✈ Airports: International / Domestic
 - ⚓ Seaports: Principal / Secondary

Promotion of "Mundo Maya" Grand Circuits

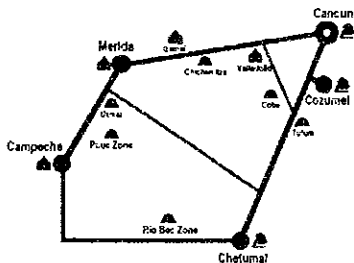


Level 3: Tourism Zones
Promotion of Various Tourism Circuits

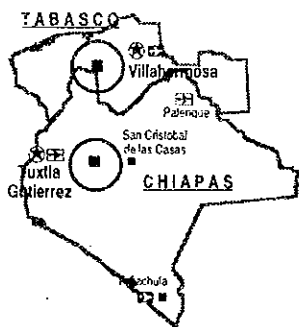
Key map: "Mundo Maya" North Zone



●SE3-1: "Mundo Maya" Yucatan Peninsula Circuit (QR+Yuc+Cam)



Key map: "Mundo Maya" South Zone



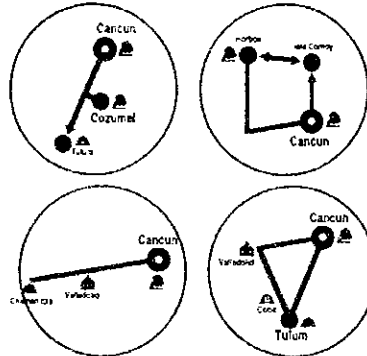
●SE3-2: "Mundo Maya" Tabasco - Chiapas Circuit (Tab+Chia)



Level 2: Day-trip Areas
Development of Day-trip Areas & Corridors

Cancun Day-trip Area

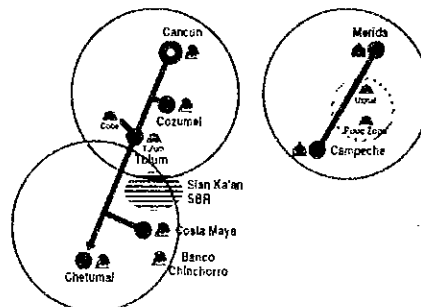
- SE2-1: Cancun - Tulum Corridor (QR)
- SE2-2: Cancun - Coctoy - Horbox Corridor (QR)
- SE2-3: Cancun - Chichen Itza Corridor (QR+Yuc)
- SE2-4: Cancun - Tulum - Valladolid Corridor (QR+Yuc)



Tourism Corridors of Yucatan Peninsula

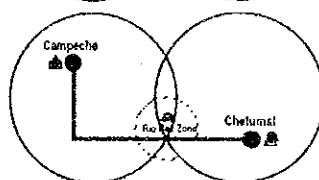
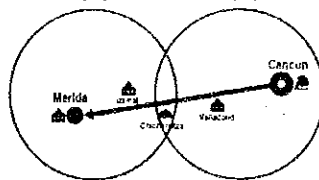
- SE2-5: Cancun - Chetumal Corridor (QR)
- SE2-6: Merida - Campeche Corridor (Yuc+Cam)
- SE2-7: Cancun - Merida Corridor (QR+Yuc) 315km
- SE2-7: Chetumal - Campeche Corridor (QR+Cam)

Cancun Day-trip Area (North Quintana Roo)



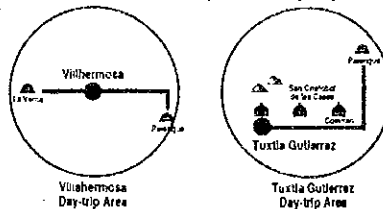
Chetumal Day-trip Area (South Quintana Roo)

Merida Day-trip Area



Tourism Corridors of "Mundo Maya" South Zone

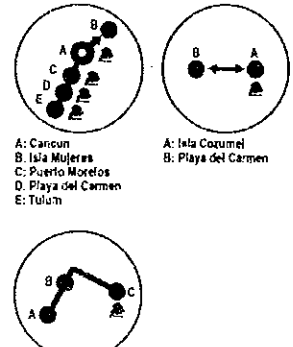
- SE2-3: Villahermosa - Palenque Corridor (Tab)
- SE2-4: Tuxtla Gutierrez - Palenque Corridor (Chia)



Level 1: Tourism Centers
Development of Tourism Centers

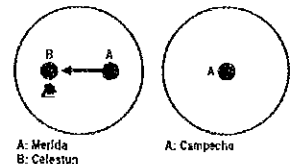
Tourism Centers of Quintana Roo State

- SE1-1: Cancun Tourism Center (QR)
- SE1-2: Cozumel Tourism Center (QR)
- SE1-3: Chetumal Tourism Center (QR)



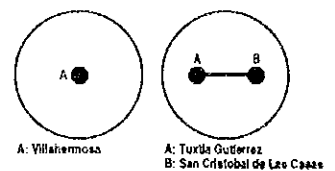
●SE1-4: Merida Tourism Center (Yuc)

●SE1-5: Campeche Tourism Center (Cam)



●SE1-6: Villahermosa Tourism Center (Tab)

●SE1-7: Tuxtla Gutierrez Tourism Center (Chia)



3.7. Descentralización y administración turística interestatal

3.7.1. Aspectos generales

En general la intervención o el involucramiento del sector público en el turismo es justificable en los siguientes casos:

- Cuando el sector privado no se encuentra interesado debido a la baja rentabilidad; y,
- Cuando el sector privado no es capaz de participar debido a las cuantiosas inversiones.

Basado en los dos criterios anteriores se espera que el sector público juegue el siguiente papel dentro de la industria turística:

- Formular planes y políticas de turismo;
- Promover el desarrollo turístico en coordinación con otros organismos gubernamentales;
- Establecer estrategias de comercialización;
- Crear y mejorar la imagen de los destinos turísticos de México en su conjunto así como para cada destino turístico;
- Promover y guiar la educación turística tanto para el público en general como para la industria turística;
- Preparar y analizar las estadísticas básicas del turismo y realizar entrevistas para supervisar las diversas actividades turísticas;
- Regular y supervisar a la industria turística para la protección al consumidor y para garantizar transacciones justas;
- Garantizar la seguridad de los turistas;
- Preservar, mejorar y aprovechar los recursos y productos turísticos;
- Mejorar la infraestructura de apoyo al turismo, como carreteras y aeropuertos;
- Proporcionar servicios públicos en los destinos turísticos, como agua, drenaje y servicio de limpieza;
- Ejecutar proyectos que no son rentables o que requieren un largo plazo de recuperación.

En México la SECTUR y sus organizaciones son actores importantes en la administración del turismo. En particular, SECTUR es responsable del establecimiento de políticas básicas y de marco institucional y de la promoción de la coordinación intersecretarial para el desarrollo y sostenimiento del turismo en México.

Existe una tendencia mundial hacia la privatización del papel que juega el gobierno, incluyendo los relativos al desarrollo y la promoción turística. De otra parte, las pasadas experiencias de algunos países de Asia Oriental muestran que una fuerte involucración gubernamental en el desarrollo y la promoción turística ha sido efectiva para la atracción del turismo internacional. Por ello, aunque es importante la participación del sector privado y la descentralización hacia los gobiernos locales, también es necesario fortalecer la función gubernamental e intensificar su actuación en áreas particulares del turismo.

Basado en los anteriores preceptos básicos, las secciones siguientes identificarán aspectos y recomendarán estrategias en la administración del turismo y en el marco institucional.

3.7.2. La administración turística en el nivel federal de gobierno

(1) Esfuerzos pasados y presentes de reestructuración

a. Reestructuración de SECTUR

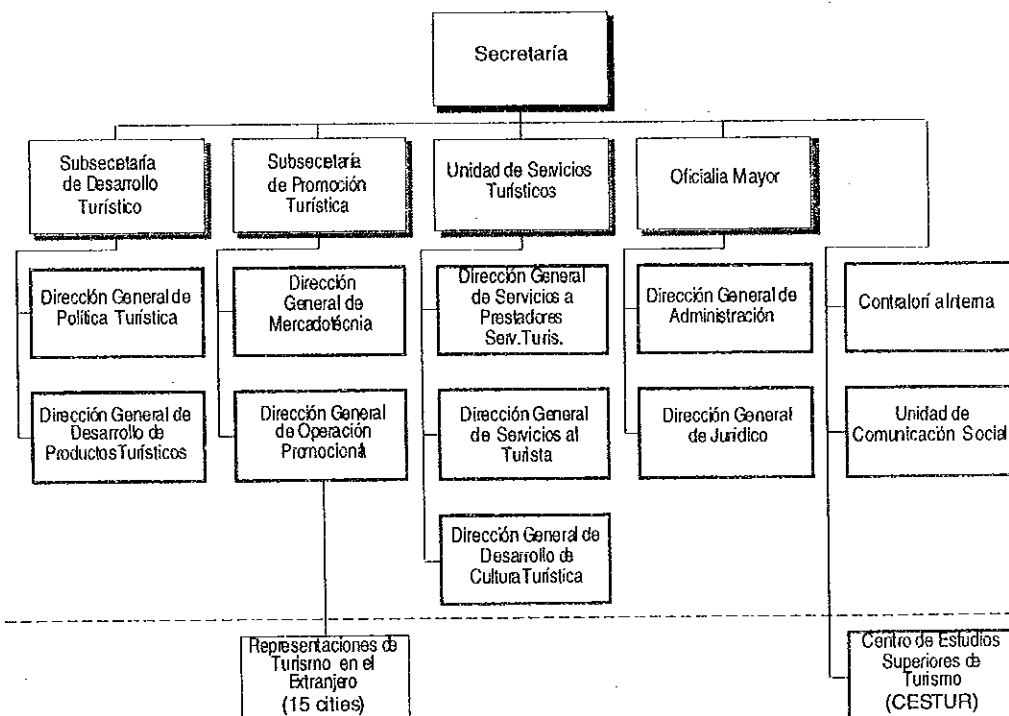
El programa de modernización de la administración pública 1995-2000 establece que:

- 1) Es necesario llevar a cabo el estudio de revisión de las dimensiones y costos de las organizaciones administrativas y de las relaciones entre las organizaciones del gobierno mexicano.
- 2) Se necesitan seguir las dos direcciones siguientes:
 - Descentralizar la autoridad de los recursos del gobierno federal hacia los gobiernos estatales y municipales; y,
 - Reestructurar las organizaciones internas del gobierno federal y promover la descentralización en áreas específicas.

El programa de desarrollo del Sector Turismo (1995-2000), recientemente formulado bajo la nueva administración a mediados de 1996, establece que SECTUR debe continuar su reorganización en la dirección establecida por la Ley Federal de Turismo que fue revisada en 1992.

Bajo la administración de la actual Secretaría en junio de 1996, la SECTUR realizó la reestructuración de su organización interna reduciendo el número de funcionarios y de trabajadores. El esquema organizativo de SECTUR después de su última reestructuración se muestra en la Figura 3. 10. El número de personas no tuvo reducciones significativas.

Figura 3. 10 Organigrama de la última reestructuración de SECTUR



Fuente: Equipo de Estudio JICA

b. Consejo Mexicano de Promoción Turística (CMPT)

SECTUR ha tomado pasos significativos para la reestructuración de acciones en la administración turística habiendo establecido el Consejo Mexicano de Promoción

Turística que sería la organización más adecuada para la descentralización de las funciones de la promoción turística.

(2) El caso de la administración turística japonesa

La estructura de las organizaciones turísticas japonesas relacionadas con el turismo, puede ejemplificar el caso de una “pequeña organización gubernamental y complementaria” de administración turística. Como actualmente la mayor parte de los trabajos de ejecución son realizados por organizaciones semi-gubernamentales y asociaciones de utilidad pública, apoyadas por el sector público y privado, incluyendo a los gobiernos locales, el gobierno central puede abstenerse de aumentar el número de personal adscrito al Departamento de Turismo del Ministerio de Transporte, sin sacrificar las funciones relativas al establecimiento de política.

Como resultado, el departamento es operado por sólo 47 personas, el mismo número que hace 25 años y a pesar de que, en el mismo período, el número de viajeros japoneses y la llegada de visitantes internacionales, se ha incrementado dieciocho y cinco veces respectivamente.

Las siguientes organizaciones son apoyadas con un tratamiento favorable y con aportaciones financieras de parte del gobierno central y local, así como por contribuyentes del sector privado e individuos.

- Organización Nacional de Turismo de Japón (Japan National Tourist Organization o JNTO por sus siglas en inglés);
- Asociación Japonesa de Turismo (Japan Tourist Association o JTA por sus siglas en inglés);
- Oficina Japonesa de Viajes (Japan Travel Bureau (Fundación);
- Fundación Nacional Japonesa (Japan National Trust);
- Centro Regional de Cultura y Promoción Artística (Regional Culture and Art Promotion Center); e,
- Instituto de Desarrollo del Turismo Internacional de Japón (International Tourism Development Institute of Japan o ITDIJ por sus siglas en inglés).

Apéndice en Volumen-4 delinean como ejemplo, las funciones de la OTNJ y de la AJT.

(3) Reestructuración posterior de SECTUR

La Figura 3. 11 describe una directriz de la reestructuración de SECTUR y sus organismos relacionados.

Con el propósito de solucionar los problemas mencionados anteriormente y promover el que SECTUR se concentre en la elaboración de la política turística, sería deseable que tareas diferentes a la mencionada, como las de promoción, fueran transferidas a organizaciones semi-gubernamentales que tienen que ser establecidas conjuntamente por los sectores público y privado.

Dos conceptos importantes para la reestructuración de SECTUR son el de concentración y el de expansión.

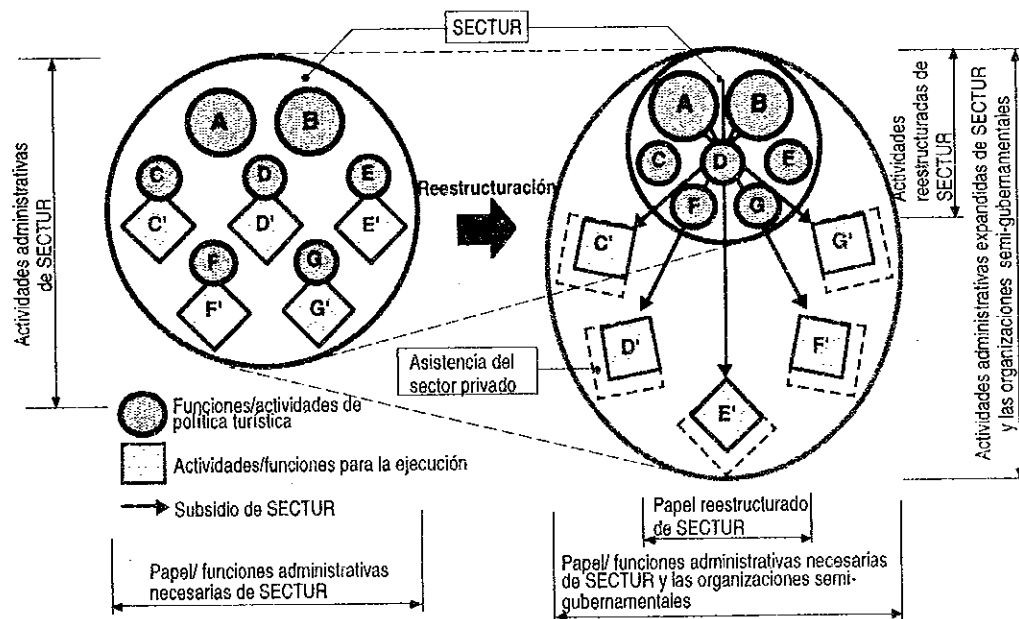
La orientación hacia “un gobierno pequeño” se cumple con la reducción posterior del papel y de las funciones de SECTUR, que daría como resultado una reducción de su personal. SECTUR debería ser una agencia gubernamental especializada en la formulación de la política del país, de la coordinación intersecretarial y de la supervisión de las actividades retornadas. (Ver círculo A y B en la Figura 3. 11).

La dirección hacia la expansión es logrado con el fortalecimiento de la capacidad de ejecución de las políticas. Sin embargo, esta dirección sólo se puede lograr creando las organizaciones semi-gubernamentales antes mencionadas, que utilizarán sus vínculos con el gobierno, la vitalidad y tecnología del sector privado y la capacidad de coordinación entre el sector público y privado. SECTUR sin embargo, debería mantener las funciones de control y de supervisión de la organización

gubernamental a través de lineamientos técnicos y asignación presupuestal, aún cuando tales organizaciones semi-gubernamentales fueran independientes a la institución. Así, SECTUR podría mantener su influencia y aumentar la cobertura existente de promoción y desarrollo turístico.

Las tareas a ser transferidas a la organización semi-gubernamental antes dicha, serían la ejecución de funciones como estadística, marketing y promoción, servicios de información turística, desarrollo de producto, investigación, educación/capacitación y fomento de la industria. (Los Círculos y Cuadrados diferentes a los Círculos A y B, como el C y el C' en la Figura 3. 11, muestra las funciones de elaboración y ejecución de políticas respectivamente).

Figura 3. 11 Idea conceptual de los pasos posteriores de la reestructuración de SECTUR



Fuente : Equipo de estudio JICA

Se recomienda que sea minimizado el número de organizaciones semi-gubernamentales o privatizada integrando las funciones relacionadas tanto como sea posible. Las siguientes son las posibles funciones/papel a ser transferidas a las agencias semi-gubernamentales o privatizadas.

a. Servicios de información turística

Los servicios de información turística incluyen los servicios proporcionados por la delegaciones de SECTUR en el extranjero, así como las diversas oficinas de información en la ciudad de México y los Angeles Verdes.

Se recomienda que los servicios de información turística sean transferidos a las agencias semi-gubernamentales. Los Angeles Verdes que tienen el mayor número de personal en SECTUR y que han estado recibiendo apoyo financiero del sector privado, merecen consideración especial. Las siguientes son las posibles medidas para obtener ingresos de operación:

- Utilizar los vehículos de Los Angeles Verdes como tablero de publicidad móvil ;
- Cobrar una cuota fija de servicio por unidad de tiempo, cuando Los Angeles Verdes reparen vehículos de los turistas;
- Cargar una cierta cuota por información turística, como guías, folletos, mapas, etc. y estadísticas proporcionadas por SECTUR. La calidad del material y de los servicios mencionados, deben mejorarse para adaptarse al cambio;

-
- Considerar un rol similar al de la Policía Turística en la asignación de presupuesto.

De otra parte, SECTUR y/o el gobierno local, debería proporcionar apoyos financieros a los Angeles Verdes para facilitar la efectividad de sus actividades.

b. Estadísticas, mercadotecnia, desarrollo de producto y promoción

Las funciones de preparación de estadísticas, mercadotecnia, desarrollo de producto y promoción de ventas de SECTUR, deberían transferirse a organizaciones semi-gubernamentales. El papel principal de la Institución, sería la siguiente:

- Coordinar las actividades de promoción turística realizadas por los diversos Fondos Mixtos de los diferentes destinos, con el objeto de evitar el traslape de actividades y el mantenimiento de la continuidad;
- Organizar actividades de promoción turística conjunta a través de Fondos Mixtos regionales; y,
- Tomar iniciativas para coordinar las actividades de promoción turística en el nivel nacional y hacia los mercados turísticos distantes, como Europa y Asia, tomando en consideración las necesidades del consumidor en los respectivos mercados.

Mayor involucración del sector privado

Se recomienda que el CNTM se organice de tal forma que las organizaciones turísticas conexas como CONCANACO-SERVYTUR, el Consejo Nacional de Empresas turísticas y la Cámara de Aerotransporte, puedan participar en el proceso de toma de decisiones.

Fondos de SECTUR y de los gobiernos locales

Como el caso de los Angeles Verdes, SECTUR y/o los gobiernos locales, pueden proporcionar apoyo financiero a CNTM no sólo apoyando sus actividades sino también sosteniendo la influencia de SECTUR de acuerdo con sus políticas turísticas y las de los gobiernos locales.

Los gobiernos deberían estudiar la posibilidad de elevar sus fondos cuando se establezcan las organizaciones mencionadas, para establecer las organizaciones de la siguiente manera:

- Obtener subsidios o contribuciones de los gobiernos local y federal;
- Solicitar patrocinio de empresas, incluyendo a las beneficiarias indirectas del turismo, como las compañías cerveceras; y,
- Requerir patrocinio para la preparación de materiales promocionales, como guías, folletos, mapas y videos.

Delimitación del papel de SECTUR y las organizaciones propuestas

Después de la reciente reestructuración de SECTUR en junio de 1996, ninguna función ha sido transferida a otras organizaciones. El papel y las funciones entre SECTUR y las organizaciones semi-gubernamentales no están claramente delimitadas, al menos en los documentos oficiales obtenidos por el Equipo de estudio.

La SECTUR todavía tiene las funciones de promoción y mercadotecnia, aún cuando el CMPT tiene como objetivo tomar esas funciones. Se recomienda que el gobierno transfiera el papel de las actividades de promoción de SECTUR al CNTM. De esta manera esta última organización podría obtener recursos financieros y el conocimiento para realizar las actividades de promoción a nivel nacional. En el área de promoción turística, SECTUR debería concentrarse en la formulación de estrategias de promoción y de mercadotecnia.

3.7.3. Administración del turismo a nivel de gobierno estatal

(1) Descentralización en proceso de la administración del turismo

a. Actual política gubernamental sobre descentralización

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 establece las siguientes políticas para la reestructuración del gobierno:

- Promover un nuevo federalismo para el fortalecimiento de Estados y municipios;
- Promover la descentralización y el desarrollo regional; y,
- Continuar la reestructuración gubernamental y la modernización de la administración pública.

De acuerdo con estas políticas y con la Ley Federal del Turismo, la recientemente formulada política nacional para el desarrollo del sector turístico realizada por SECTUR, establece que deberá continuar impulsando la reorganización de la administración turística en las siguientes áreas:

- Promover una participación mas amplia y eficiente de los Estados y de los municipios en la administración turística; y,
- Promover una mayor participación de los Estados y de los municipios en la creación de empleos, en las actividades promocionales y en la preparación de estadísticas locales.

b. Funciones descentralizadas

Se espera que las siguientes funciones sean transferidas de SECTUR a los gobiernos estatales de acuerdo con el documento titulado "Funciones Descentralizadas por la SECTUR a los Gobiernos de los Estados en Materia Turística" del 18 de enero de 1995:

- Organizar, operar, supervisar y evaluar la implementación de las funciones descentralizadas;
- Formular programas locales;
- Verificar todas las facultades legales;
- Recolectar información acerca del turismo estatal;
- Responsabilizarse de la conservación de las zonas arqueológicas;
- Desarrollar todo tipo de servicios en el sector privado y social;
- Mejorar todos los servicios de transporte;
- Analizar, integrar y difundir la información turística;
- Diseñar y administrar sistemas de información;
- Promover y apoyar organizaciones y llevar a cabo la coordinación de los prestadores de servicios turísticos;
- Coordinar la capacitación de los servidores públicos relacionados con el turismo;
- Ofrecer información y orientación al turista, cubriendo los centros más importantes;
- Apoyar servicios de emergencia;
- Participar en la promoción turística con SECTUR a través de institutos, compañías y otras organizaciones;
- Actualizar el sistema de información dinámico del Registro Nacional de Turismo en SECTUR; y,
- Regular y controlar los servicios turísticos.

c. Avances de la descentralización

SECTUR ha hecho muchos progresos en la simplificación de la administración y en la reducción del personal, como la devolución de control y de operación hacia los gobiernos locales. Sin embargo, es deseable que la descentralización de funciones de SECTUR a los gobiernos locales deba ser financieramente respaldada.

De otra forma, pudieran surgir las siguientes situaciones desfavorables:

- Disfunción de los gobiernos locales debido a la ausencia de recursos y tecnología;
- Competencia improductiva entre entidades locales; y,
- Control inadecuado de la industria turística.

Como resultado, tales situaciones podrían afectar adversamente la calidad y competitividad de cada destino turístico y del país en su conjunto.

d. Aspectos clave y recomendaciones sobre la descentralización

Disfuncionamiento debido a los insuficientes presupuestos anuales de los gobiernos locales para cumplir con la descentralización

Se ha reportado que no han sido asignados a las autoridades turísticas del Estado montos razonables de recursos humanos y financieros a pesar de la descentralización de funciones después de que las delegaciones estatales de SECTUR fueran cerradas en enero de 1995. Esta situación tuvo como consecuencia para las autoridades estatales de turismo, el mal funcionamiento de las responsabilidades regresadas por SECTUR y una administración turística de nivel estatal desordenada debido a la ausencia de presupuesto.

Se recomienda que se asignen a las autoridades estatales de turismo cifras razonables de subsidio o presupuestos que correspondan con las funciones que fueron retornadas por la SECTUR.

Deficiente utilización de los fondos especiales para la ejecución de los planes de desarrollo turístico

De conformidad con un acuerdo, los gobiernos estatales pueden obtener presupuestos adicionales en el caso de que sus planes sean aprobados por SECTUR; sin embargo, sólo unos cuantos Estados han hecho uso de este esquema, porque aún los funcionarios de gobiernos estatales no lo conocen. También se reporta que algunos Estados tienen dificultad para crear planes que les permitan solicitar los presupuestos especiales, debido a la insatisfactoria capacidad de planeación. Además, los criterios de decisión de SECTUR para la asignación de estos presupuestos, no ha sido claramente explicados a los gobiernos estatales.

Capacitación para la descentralización

El conocimiento del nuevo sistema, procedimientos y tecnología en relación a la descentralización debería ser difundido entre los funcionarios de turismo estatal, de las dos siguientes maneras:

- Los funcionarios de turismo estatal requieren estudiar el nuevo sistema y los procedimientos para la descentralización; y,
- SECTUR debería realizar un mayor esfuerzo para la descentralización de la administración turística auspiciando seminarios sobre el sistema de subsidio especial para los gobiernos estatales.

(2) Impuesto al alojamiento

En el Diario Oficial de la Federación publicado el 30 de diciembre de 1995 fue dado a conocer el Impuesto al Hospedaje adicionado a la renta de cuarto que se volvería efectivo a partir del 1/o de abril de 1996. Este es un impuesto estatal y de propósito orientado que grava los cargos por renta de cuarto de hotel. Cada Estado puede decidir si lo aplica o no y qué porcentaje debe representar. Por ejemplo, en los

Estados de Quintana Roo y Jalisco se ha impuesto el 2% y todavía se encuentra bajo discusión en Baja California Sur. Sin embargo, fue eliminado en el Estado de Guerrero.

Ha sido muy apreciado el que los gobiernos locales hayan roto la inercia para asegurar sus propias fuentes de fondeo para el turismo. El impuesto de hospedaje debe ser utilizado no sólo para propósitos de promoción turística sino también para el mejoramiento de los servicios turísticos, el desarrollo de productos y atractivos para la educación turística, con el objeto de incrementar la satisfacción de los turistas e incrementar la competitividad de los destinos en la perspectiva de largo plazo.

(3) Actividades de promoción de venta por los Fondos Mixtos

Hasta el momento, los principales destinos turísticos tienen su organización de promoción turística, que es denominada Fondo Mixto y que realiza actividades de promoción de venta. Cada Fondo Mixto está compuesto por aportaciones iguales de recursos por parte de SECTUR, los gobiernos estatales y el sector privado (las asociaciones de hoteles, asociaciones de agencias de viaje, etc.). No obstante, en muchos casos existen dificultades para la obtención de fondos de aportación al Fondo Mixto por parte del sector privado.

Con el objeto de solucionar los problemas de obtención de fondos del sector privado al Fondo Mixto, es necesario promover un amplio rango de empresas privadas incluyendo aquellas que no están relacionadas con la industria turística, como las compañías cerveceras mexicanas, para contribuir al Fondo Mixto. Es necesario obtener fondos para la promoción turística solicitando patrocinio para materiales de promoción como por ejemplo folletos, guías y videotapes.

(4) Establecimiento de una administración interestatal para la región turística

En términos generales, las organizaciones locales son totalmente absorbidas en las materias que se encuentran bajo su jurisdicción. En consecuencia, tienden a una competencia ineficaz con los Estados y municipios vecinos. El promover únicamente un limitado número de productos turísticos para satisfacer las necesidades de la demanda del mercado de visitantes, no concierne a los límites administrativos. Además, las restricciones en infraestructura turística sólo se solucionan con la colaboración de los Estados y municipios vecinos.

El equipo de estudio propuso introducir los "circuitos turísticos" como una de las medidas importantes para mejorar el turismo mexicano. Como se explicó anteriormente, la región turística es un área que contiene un circuito turístico de 5 a 7 días y que se extiende a diferentes Estados.

La importancia de la promoción turística interestatal, se reconoce crecientemente. SECTUR se encuentra promoviendo los siguientes programas regionales que cubren diferentes Estados:

- Programa Mundo Maya;
- Programa Frontera Norte;
- Programa de base regional Ciudades Coloniales, y también el Programa Tesoros Coloniales de la región Bajío; y, el
- Programa de La Huasteca.

Con objeto de aplicar el concepto de circuito turístico, es necesario establecer y fortalecer la administración interestatal del turismo. Con el objeto de transformar una región turística en un destino turístico competitivo integral, SECTUR debería jugar un papel significativo que se describe a continuación:

- Iniciar el establecimiento del Enlace Interestatal de Turismo (nombre provisional) en cada región interestatal con propósitos de coordinación;

-
- Asistencia técnica para la coordinación/colaboración turística interestatal para elaborar planes conjuntos de promoción y desarrollo turístico;
 - Coordinación entre los gobiernos estatales involucrados; y,
 - Coordinación entre Oficinas de Turismo de cada región interestatal.

3.8. Mejoramiento de las condiciones de viaje

3.8.1. Sistema de información turística

La información turística es crucial para que las organizaciones gubernamentales establezcan políticas turísticas y para que la industria bosqueje sus estrategias de comercialización y también para que los consumidores viajen de manera agradable. Por lo tanto la información debe ser recolectada y analizada sistemáticamente. Las organizaciones como SECTUR, los gobiernos estatales, los municipios, los Fondos Mixtos y el sector privado deben estar involucrados en estos procedimientos. La recolección de información también debe ser extensamente proporcionada para todos los segmentos interesados como el gobierno, la industria y los sectores consumidores a través del establecimiento de canales de distribución apropiados.

La información turística está dividida en dos categorías, esto es, la información de mercado y la información de viaje. La información de mercado es aquella que se refiere a la parte del consumidor como las estadísticas del visitante y temas turísticos relacionados con los países generadores. La información de viaje es la información relativa a los destinos, como atractivos turísticos, hoteles y restaurantes. Los diferentes tipos de información turística se resumen en los siguientes puntos de vista:

- Organismo que lo proporciona;
- Contenidos requeridos;
- Fuentes de información;
- Recolección de información básica;
- Canales de distribución; y,
- Los organismos a los que se les proporcionará.

Toda la información básica debe ser proporcionada por SECTUR tomándola de diferentes fuentes, archivándola, analizándola, procesándola y publicándola, para ser suministrada al público de acuerdo a sus necesidades. Todos los procedimientos deben ser llevados a cabo de una manera sistemática y continua en un departamento de SECTUR .

Debe ser establecido por SECTUR un programa de procedimientos para estandarizar los datos y la información, así como los procedimientos de recolección y la clasificación, el tiempo para suministrarlo, etc. y en tanto diversos organismos deben estar involucrados en el procedimiento.

(1) Información de mercado

Este tipo de información sirve para establecer las estrategias de mercado y las políticas de administración turística, tanto a nivel de gobierno central como local, así como a nivel de sector privado. La información se compone de los siguientes conceptos y los detalles se muestran en las tablas siguientes.

- 1) La información turística incluye:
 - Estadísticas de visitantes internacionales (Tabla 3. 4);
 - Estadísticas de mexicanos que viajan al extranjero (Tabla 3. 5);
 - Ingreso y gasto del turismo internacional (Tabla 3. 6); y,
 - Volumen de turismo nacional y su gasto (Tabla 3. 7).
- 2) Estadísticas del número de Hoteles incluyendo cuartos y empleados (Tabla 3. 8);
y
- 3) Estadísticas de convenciones (Tabla 3. 9).

Tabla 3. 4 Estadísticas de llegadas internacionales

Organización que Suministra	SECTUR, Banco de México
Contenidos Requeridos	Clasificación del país de residencia (nacionalidad), mes, edad, sexo y puerto de entrada (Con relación a la clasificación de país de residencia, las estadísticas preparadas por SECTUR y el Banco de México cubren sólo un par de países como Estados Unidos y Canadá). El número de países bajo clasificación debería ser de por lo menos 20 incluyendo aquellos países donde SECTUR tiene oficinas regionales).
Fuente de Información	Instituto Nacional de Inmigración y Banco de México
Recopilación de Datos básicos	Se necesita adoptar las recomendaciones sobre las estadísticas de la OMT tanto como sea posible para propósitos de comparación internacional. Si se decide la forma de recolección después de un estudio cuidadoso, no debería modificarse en el corto plazo.
Mantenimiento	Después de obtenerse los datos básicos, la recopilación debe hacerse en el menor tiempo posible ; SECTUR y las organizaciones relacionadas deben mantener las estadísticas de manera apropiada tanto tiempo como sea posible.
Canales de distribución	La oficina central de SECTUR y sus delegaciones en el extranjero; otras oficinas gubernamentales federales así como los gobiernos Estatales y municipales además de las organizaciones turísticas como la PATA y la OMT Publicación de una revista periódica escrita en español e inglés (SECTUR debe preparar un sistema que proporcione la información a través de medios electrónicos como Internet).
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Sector de la industria de viaje (Tour operadores, Agentes de Viajes, Aerolíneas, Hoteles y Restaurantes, etc.) Sector público (Oficinas estatales y municipales, organizaciones federales a cargo de la planeación económica) Otro: Medios masivos, etc.

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Tabla 3. 5 Estadísticas de mexicanos que viajan al extranjero

Organización que suministra	SECTUR / Banco de México
Contenido requerido	Clasificación de destinos, propósito, mes y sexo.
Fuente de información	Instituto Nacional de Inmigración y estadísticas de los países que son visitados por los viajeros mexicanos.
Recopilación de datos básicos	SECTUR deberá recopilar las estadísticas en base a los datos anteriores.
Mantenimiento	SECTUR archiva los datos tanto como sea posible y revisa las estadísticas al menos una vez al año.
Canales de distribución	La oficina central de SECTUR y sus delegaciones en el extranjero, otras oficinas gubernamentales federales así como los gobiernos Estatales y Municipales. Publicación de una revista periódica escrita en español e inglés, red computarizada
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Sector de la industria de viaje (Tour operadores, Agentes de Viajes y Aerolíneas, Hoteles y Restaurantes, etc.) Sector público (Oficinas estatales y municipales, organizaciones federales a cargo de la planeación económica) Otros: Medios masivos, etc. y organizaciones internacionales como la OMT, etc.

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Tabla 3. 6 Ingresos y gasto del turismo internacional

Organización que suministra	Banco de México, SECTUR
Contenido requerido	Ingresos por Turismo internacional, gasto y saldo
Fuente de información	Banco de México
Recopilación de datos básicos	Basado en estándares internacionales como la fórmula FMI y/o OMT.
Mantenimiento	Implementada por el Banco de México
Canales de distribución	Banco de México, oficina central de SECTUR y sus delegaciones; otras oficinas gubernamentales federales así como los gobiernos Estatales y Municipales, FMI y otras instituciones financieras internacionales, OMT. Publicación periódica escrita en español e inglés.
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Instituciones financieras, sector público, sector de la industria de viaje y medios masivos, etc.

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Tabla 3. 7 Volumen de turismo nacional y su gasto

Organización que suministra	SECTUR e INEGI
Contenido requerido	Volumen total, Número de llegadas en cada destino, Clasificación del tipo de viaje y mes.
Fuente de información	Encuestas aleatorias
Recopilación de datos básicos	De conformidad con estándares internacionales : OMT, etc.
Mantenimiento	Implementada por SECTUR e INEGI
Canales de distribución	La oficina central de SECTUR y sus delegaciones, INEGI y otras oficinas gubernamentales federales así como los gobiernos Estatales y Municipales. Publicación periódica escrita en español e inglés.
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Sector público, industria de viajes y medios masivos.

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Tabla 3. 8 Estadísticas de hotelería

Organización que suministra	SECTUR, FONATUR y/o Asociación de Hoteles
Contenido requerido	Volumen de llegadas de huéspedes hoteleros, Promedio de estadía, Clasificación de huéspedes nacionales y extranjeros y áreas, Tasa de ocupación, Número de cuartos, servicios e instalaciones relevantes, etc.
Fuente de información	Hoteles y otro tipo de alojamiento
Recopilación de datos básicos	Estándares de SECTUR
Mantenimiento	SECTUR, FONATUR y/o Asociación de Hoteles
Canales de distribución	La oficina central de SECTUR y sus delegaciones, otras oficinas gubernamentales federales así como los gobiernos Estatales y Municipales, organizaciones turísticas internacionales como la OMT. Publicación periódica escrita en español e inglés.
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Sector público, industria de viajes y medios masivos

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Tabla 3. 9 Estadísticas de convenciones

Organización que suministra	SECTUR u Oficina de Convenciones
Contenido requerido	Número de convenciones celebradas y participantes (clasificada por domésticos e internacional, lugares donde se verificaron y tipo de convención)
Fuente de información	Organizadores de convenciones, Salones de Convenciones, Asociaciones, Periódicos y Revistas
Recopilación de datos básicos	Conforme a los estándares internacionales
Mantenimiento	Implementado por la SECTUR o la oficina de convenciones
Canales de distribución	Las mismas organizaciones de las "estadísticas hoteleras" y organizaciones relacionadas con convenciones, ICCA
Organizaciones a las cuales se les suministrará	Las mismas organizaciones de las "estadísticas hoteleras" y organizadores de convenciones así como asociaciones

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Se observa que existen diferentes tipos de estadística hotelera preparada por diversas organizaciones que a menudo carecen de consistencia. SECTUR debería tomar la iniciativa para establecer un sistema de estadísticas unificado.

(2) Información de viaje

a. Información para los consumidores

La información de viaje debe contener los siguientes conceptos:

- Atractivos turísticos en las áreas y lugares específicos;
- Transportación;
- Hotel y alojamiento;
- Restaurantes y cocina especializados;
- Compras;
- Tours organizados;
- Formalidades migratorias, condiciones sanitarias y de seguridad, así como
- Información general del área ésto es, su historia, su población, su cultura, horas de oficina, días de asueto, idioma, religión, diferencia de horario, voltaje, moneda y tipo de cambio.

La Tabla 3. 10 muestra las especificaciones de la información de viaje.

Tabla 3. 10 Información de viaje

Organización que suministra	SECTUR y otras instituciones gubernamentales federales, gobiernos Estatales y Municipales, Fondos Mixtos, Aerolíneas, compañías operadores de autobuses, Tour Operadores, Agencias de Viajes, Hoteles y otro tipo de alojamiento, medios masivos, etc.
Fuente de información	Los mismos del punto anterior
Recopilación de datos básicos	La información debe ser lo más exacta posible y ser proporcionada rápidamente por las organizaciones relacionadas de acuerdo con la clasificación de SECTUR
Mantenimiento	La información turística puede cambiar frecuentemente. Por lo tanto las organizaciones deben poner siempre atención a la obtención de nueva información, revisándola pertinentemente.
Canales de distribución	Los centros de información de viaje en México operada por SECTUR, gobiernos estatales y municipios, delegaciones de SECTUR en el extranjero, publicación (Aunque son necesarias, SECTUR parece tener un limitado tipo de información en folletos escritos en lenguas extranjeras orientado a los turistas), aerolíneas, Hoteles, Medios masivos, Tableros explicativos escritos en lenguas extranjeras o al menos en inglés, etc.
Organizaciones a las cuales se les suministrará	El sector de consumo general en México y en países extranjeros, Tour operadores, Agencias de Viajes y Medios masivos, etc.

Fuente : Equipo de Estudio JICA

Aunque los folletos que proporcionan información de viaje los producen diferentes organizaciones, hasta el momento su calidad tiende a ser limitada. A diferencia de los folletos que tienen como objetivo el motivar a los consumidores a visitar México, la cantidad tiene mayor prioridad que la calidad, al menos en lo que concierne a los folletos que contienen información del viaje. Además de los materiales impresos, sería crecientemente importante proporcionar la información a través de Internet.

b. Información para la industria de viaje

Las organizaciones relacionadas con turismo, como los Tour operadores, las agencias de viaje, los organizadores de convenciones y las acrolíneas, requieren de la siguiente información para sus actividades de comercialización :

- Listado de hoteles con el número de cuartos, sus instalaciones y sus tarifas;
- Instalaciones de convenciones, sus capacidades y tarifas;
- Listado de operadores terrestres y operadores de autobuses confiables;
- Listado de restaurantes con sus capacidades y tarifas;
- Listado de agencias para guías y traductores con sus tarifas;

-
- Formalidades aduaneras para las exhibiciones y convenciones;
 - Tarifas grupales para la admisión en instalaciones relacionadas con turismo; y,
 - Días de operación y horarios de esas instalaciones.

3.8.2. Servicios de recepción turística

(1) El sentido de llegada

El sentido de llegada, o la primera impresión del visitante a una estación de transporte de la ciudad, puede influir importantemente en la impresión del país como un todo. Las instalaciones de aeropuerto, los servicios aquí proporcionados, la atención de los funcionarios de aduana, de migración, los procedimientos de salubridad y el escenario del recorrido del aeropuerto hacia el centro de la ciudad, son factores importantes para crear el sentido de llegada. Por lo tanto, las autoridades de turismo tienen que poner mucha atención para crear un sentido de llegada agradable y favorable.

El equipo de estudio identificó los siguientes problemas en los aeropuertos localizados en las áreas de estudio, así como en la ciudad de México, que es un puerto de entrada para los destinos de playa del mercado de larga distancia.

a. Servicios e instalaciones aeroportuarias.

- La capacidad del aeropuerto parece estar rebasada a la luz de la demanda. La señalización que indica los diferentes servicios, no son fáciles de entender. Su iluminación es insuficiente y los servicios no son muy limpios.
- La mayor parte de los edificios de las terminales aeroportuarias de México no han sido construidos con un estilo mexicano de arquitectura. Con el objeto de enfatizar el sentido de llegada y permitir a los visitantes el relajamiento, cada edificio aeroportuario, especialmente aquellos de las regiones turísticas, requerirían ser construidos en una arquitectura mexicana con una atmósfera agradable.
- En aeropuertos como el de la ciudad de México (Benito Juárez) y Puerto Vallarta, etc. los pasajeros, en vuelos internacionales y nacionales, algunas veces se encuentran utilizando la misma sala en el momento de llegada y de salida. Estas salas deberían estar separadas una de otra, en tanto podrían causar confusiones para los pasajeros nacionales como internacionales.
- El carrito de equipajes que se ofrece no puede ser llevado al lugar donde se encuentran los taxis. Esto genera muchos inconvenientes para los visitantes, especialmente para los viajeros independientes (FIT) con mucho equipaje (aeropuerto Benito Juárez).
- En el aeropuerto Benito Juárez las tarifas y el cómo usar el taxi del aeropuerto no es explicada en inglés ni en ninguna otra lengua extranjera. Los visitantes internacionales que no conocen el aeropuerto, necesitan esta información.
- El espacio para las áreas de inspección migratoria es pequeño y no muy limpio.
- La conexión entre las secciones nacionales e internacionales del aeropuerto Benito Juárez no resulta conveniente y esto es crucial si se considera que el aeropuerto de México es un nodo de entrada al país.
- Muchos visitantes internacionales tienen muy poca idea de cual es la tarifa apropiada para pagar a los maleteros. Se requiere que la organización involucrada muestre lineamientos razonables para el cobro a través de un tablero informativo del edificio terminal y/o materiales impresos de SECTUR.
- Debe mejorarse la seguridad del aeropuerto Benito Juárez.
- El número de sala no se encuentra impreso en el pase de abordar de los pasajeros en salidas y por lo tanto se requiere preguntar.

-
- Debe localizarse un banco o una oficina de cambio de moneda cerca de la inspección de aduana en el aeropuerto Benito Juárez.

b. Inspección de aduana

- Los oficiales de aduana les solicitan a los pasajeros que llegan, el oprimir un botón del semáforo que aleatoriamente elige a pasajeros para una inspección cuidadosa. Como este sistema no se informa con anticipación, frecuentemente provoca molestias a los pasajeros.
- Los pasajeros a su llegada, algunas veces tienen que llenar las formas aduanales en el área de inspección. Las formas necesitan ser entregadas a los pasajeros por las líneas aéreas antes de su llegada.

Las oficinas migratorias y de salubridad no tienen serios problemas en este momento.

(2) Servicios de información para los visitantes

a. Distribución pública de la información turística de México.

Las 15 oficinas de representación de SECTUR proporcionan información turística en países del extranjero. El Sistema Nacional de Información Turística muestra que existen 134 Centros de Información en México, que proporcionan auxilio informativo tanto para los visitantes nacionales como internacionales. El perfil de esas oficinas, es el siguiente :

SECTUR tiene cuatro centros de información turística, tres de ellos ubicados en la ciudad de México. El que se encuentra en el Aeropuerto Internacional Benito Juárez, está administrado conjuntamente por SECTUR y la oficina de migración. El total de personal es de alrededor de 20 personas, la mayor parte de las cuales hablan inglés y algunos francés e italiano. El tipo de información que proporcionan se refiere al alojamiento, al transporte, a los restaurantes, la descripción del sitio turístico, las compras, los paquetes de tours, etc. También se encuentra disponible el servicio de reservación de hotel. El servicio de información telefónica gratuita (toll-free) está disponible las 24 horas del día todos los días del año para México y los Estados Unidos. El servicio de los Angeles Verdes proporcionan información turística y reparación de automóviles.

Los gobiernos estatales y municipales operan centros de información turística en las áreas principales de las más grandes ciudades. El personal que puede hablar una lengua extranjera es, sin embargo, frecuentemente limitado.

Directrices futuras.

- SECTUR debe obtener retroalimentación de los viajeros independientes para la información necesaria.
- Los centros de información turística operados por el sector público como SECTUR, los Estados y los municipios, deberían comunicarse y compartir información de viaje a través de una red computarizada
- Las organizaciones relacionadas deberían proporcionar la información directamente a los consumidores a través de esa red.

b. Publicaciones

Muchos tipos de folletos publicados por diversos departamentos de SECTUR se encuentran disponibles en español, y en ocasiones la información también se encuentra en inglés, aunque su disponibilidad es algunas veces limitada. Además de lo anterior, el sector privado, los gobiernos estatales y municipales y los fondos mixtos producen diferentes tipos de material impreso que resultan de interés para los visitantes.

Existen dos tipos de folletos turísticos. Uno de ellos es para crear una imagen favorable del destino y para motivar a los consumidores a visitarlo. Otro es para

proporcionar a los visitantes la información del viaje de manera práctica y detallada. Los servicios de recepción turística del último tipo son aquellos que SECTUR tiende a marginar. Estos folletos son esenciales para los visitantes que no llegan en paquete y que constituyen más del 70% de los visitantes a México, de acuerdo con las encuestas de aeropuerto realizadas por el equipo de estudio.

c. Señalización y tableros explicativos

La señalización existente es muy limitada así como los tableros y paneles explicativos de sitios turísticos como museos y edificios históricos. Aún si se encuentran disponibles, son muy pocos aquellos que están escritos en lengua extranjera. Se aconseja que SECTUR promueva la instalación de tableros explicativos y señalización en español y al menos, en inglés.

(3) Servicios en hoteles

El equipo de estudio identificó los siguientes puntos que requieren de mejoramiento del servicio del hotel. Ellos son:

- Insuficiente capacidad para dominar lenguas extranjeras aún en restaurantes de hoteles de categoría internacional;
- Lentos procedimientos de llegada y salida en la recepción del hotel; y,
- Falta de voluntad para dar respuesta a requerimientos del turista e indiferencia a la situación del huésped.

Los aspectos mencionados deben ser mejorados por la introducción de mejores sistemas de administración y el fomento de una educación mas adecuada para el personal.

(4) Estaciones de servicio distribuidas en las carreteras.

Las estaciones de servicio localizadas en los costados de las carreteras y caminos troncales, suministran a los turistas terrestres de servicios tales como descanso, alimentación, información y eventualmente reparación de automóviles. Este tipo de instalaciones son muy importantes para un viaje confortable y contribuyen a tener un viaje seguro y placentero al mismo tiempo. De ahí que se requiera la dotación de estas instalaciones a intervalos adecuados basados en su función y también en el carácter de la carretera.

a. Estaciones de servicio en las autopistas

Las áreas de servicio y de estacionamiento se ofrecen a lo largo de las autopistas. Los primeros se distribuyen a intervalos más largos que los segundos, con todas las funciones requeridas para los viajes en automóvil. Los últimos, es decir, los estacionamientos, se encuentran situados a intervalos mas cortos con funciones limitadas y requeridos para servicios ocasionales o de emergencia.

En México, la red de autopistas se desarrolló rápidamente en la década pasada, aunque el volumen de tráfico actual no es muy grande. Debe considerarse la expansión de las estaciones de servicio en un futuro cercano, ante la expectativa de crecimiento del volumen de tráfico. Los Angeles Verdes, que es un tipo de patrullaje en carreteras, proporciona servicios mecánicos y de información.

b. Estaciones de servicio en las carreteras federales

Las estaciones de servicio de tipo multifuncional distribuidas en las carreteras federales son bastante raras. En Japón, la idea de "Michi-no-eki" que significa en japonés estación de servicio de la carretera, fue introducida hace 5 años y se han completado más de un ciento de instalaciones diversas. El concepto de "Michi-no-eki" puede ser de ayuda para la introducción de este tipo de instalaciones en México. En ellas se proporciona :

- información diversa sobre la región como historia, cultura, productos y eventos especiales, entre otros ;

-
- la posibilidad de comunicación entre visitantes y anfitriones ; y
 - la posibilidad de cooperación entre grupos de organizaciones a lo largo de la carretera.

c. Simbología y señalización

La simbología y la señalización a lo largo de la carretera son también servicios colaterales cuyas funciones más importantes son indicar las direcciones de las rutas y los servicios turísticos relacionados. Esta señalización y la simbología están generalmente bien suministrados. Un refinamiento posterior de este aspecto, sería mejorar su instalación en los lugares turísticos más importantes y en sus áreas circundantes.

(5) Protección y seguridad

Los problemas de protección y seguridad para el turismo, incluyen accidentes de tráfico, enfermedades repentinas, cierto tipo de delincuencia, entre otros. Estos son de los aspectos más comunes para los visitantes y por lo tanto, se le debe conceder una especial importancia para mejorar las condiciones de protección y seguridad en el país.

Desde el punto de vista turístico, el tema de la protección y la seguridad se divide en dos. Uno de ellos es el tema de la protección y la seguridad efectiva y otro es el que se deriva de la imagen de las condiciones de protección y seguridad.

a. Protección y seguridad actual

Cuando un turista llega a un destino turístico, los temas de la protección y la seguridad son asuntos relevantes ; no son un asunto de la imaginación. Parece que en este sentido existen pocos problemas en relación con las condiciones de protección y seguridad, de acuerdo con las entrevistas realizadas por el equipo de estudio, y exceptuando a la ciudad de México y a unas cuantas áreas alejadas.

b. Percepción imaginaria de la protección y la seguridad

Cuando alguien está considerando un viaje al extranjero, su decisión está influida por su percepción de las condiciones de protección y seguridad del respectivo destino. La percepción está formada tomando como base cierto tipo de información, que no siempre es correcta y actualizada. Por ejemplo, pueden interpretar equivocadamente un trivial suceso local por un incidente serio que afecte a todo el país, o bien, puede confundir a un país con otro. Este es un problema que se deriva de la carencia de un conocimiento preciso y de una información inexacta. Algunos de los temas contribuyen importantemente, para bien o para mal, a formar la imagen de un país.

Desde este punto de vista, se debe poner mucha atención a la ciudad de México para mejorar su imagen, porque es el más importante puerto de entrada y salida, siendo también la capital de la República.

(6) Servicios de transportación

a. General

De manera especial vale la pena mencionar que la elección de vehículos es diversificada y la disponibilidad de alternativas es importante. Por ejemplo, hay dos tipos de ideas en relación a la tarifa de un vehículo. La primera es asociar mayor importancia al precio que a los servicios y al tiempo de viaje. La segunda es la opuesta. Ambas alternativas deben ser proporcionadas a los visitantes de México.

b. Conveniencia

La conveniencia de los vehículos incluye un tiempo aceptable de viaje y su facilidad de transferencia. Un transbordador entre Mazatlán y La Paz toma demasiado tiempo para que los turistas lo seleccionen como medio de transporte. La conexión entre la

Península de Baja California y la porción continental de México, es uno de los más importantes aspectos para el desarrollo del sistema turístico.

c. Tarifas

Se debe mejorar el sistema de cobro de los taxis que se determina sobre una base de negociación. En este contexto es preferible el sistema de compra de boletos para este servicio en el aeropuerto como el que se tiene en la ciudad de México..

d. Amenidades

Los turistas han llegado a darle importancia a las amenidades que se ofrecen en el transporte, por lo tanto deberían ser mejorados con especial énfasis. Los siguientes son algunos ejemplos :

- Autobuses express para recorridos largos, con asientos reclinables confortables ;
- Autobús elevado con gran espacio para equipaje;
- Transbordador con cuarto privado;
- Transbordador con amplios espacios públicos.

Las amenidades también son importantes en las terminales de autobús. Desde este punto de vista, un espacio terminal con una buena atmósfera, debería ser utilizado como un atractivo turístico más.

e. Suministro de servicios de información de transporte público

Casi no existe información sobre los horarios, tarifas y ubicación de las terminales en los materiales impresos suministrados por SECTUR y/u otras organizaciones. La información mencionada debe ser proporcionada para la conveniencia de los viajeros nacionales e internacionales a través de publicaciones y de Internet , etc.

f. Otros

Deben eliminarse de los aeropuertos las actividades de los taxis ilegales y/o no autorizados.

(7) Desarrollo de espacios públicos en los centros turísticos

a. Atractivo del centro de la ciudad en los centros turísticos

Hay muchos tipos de factores que influyen en el atractivo de un espacio público en un centro turístico. Estos no sólo se relacionan con las instalaciones turísticas, sino también con funciones urbanas como centros comerciales, tiendas, mercado, restaurantes, salones de concierto, museos de arte, museos de historia, salones de convenciones, jardines botánicos e iglesias.

Los espacios públicos ofrecen a los visitantes la oportunidad de establecer contacto con aquellos que se alojan en diferentes hoteles, así como con la población local. Tales contactos son uno de los más importantes atractivos de un destino, en particular para los visitantes de larga estadía.

Estos espacios se encuentran disponibles en los centros urbanos tradicionales de muchos de los centros turísticos. La zona centro debe ser planeada y desarrollada con la incorporación de algunas instalaciones e infraestructura orientada al turista con el objeto de que el lugar logre una mayor prosperidad.

Los centros integralmente planeados deben tener una disposición adecuada de los espacios públicos para permitir la compleja actividad de los visitantes. Un ejemplo de deficiente aprovechamiento espacial se encuentra en el centro de la zona turística de Cancún. Debe disponerse de un espacio abierto frente al Mar Caribe para romper la monotonía de la larga hilera de hoteles.

b. Los centros turísticos en México

Los centros turísticos en México, sin excepción, tienen carencias de instalaciones turísticas excepto de restaurantes. Debe promoverse el desarrollo de instalaciones

que pueden ser viables aún en un desarrollo pequeño, para atraer no sólo turistas sino a residentes locales. A continuación se enlistan algunas posibles:

- Campo de golf;
- Parque de diversiones incluyendo un parque temático;
- Acuario;
- Museo;
- Jardín Botánico; y,
- Zoológico.

(8) Implementación de una encuesta de satisfacción del consumidor

Con el objeto de mejorar los servicios de recepción para el turista en cada destino de México y para realizar un control de calidad de los productos turísticos, la SECTUR, los Estados y los Municipios así como el Fondo Mixto, etc., deben realizar una encuesta del grado de satisfacción entre los consumidores en el aeropuerto y/o en lugares turísticos públicos de México. De acuerdo con los resultados, las organizaciones involucradas deberían mejorar sus servicios en el menor tiempo posible.

3.8.3. Sistema de administración del visitante

El desarrollo turístico tiene inevitablemente impactos adversos y negativos. Esta sección se enfoca en estos aspectos negativos del desarrollo turístico y examina medidas para solucionarlos. En primer lugar se comentan los impactos negativos en el medio ambiente natural y en la herencia cultural. En segundo lugar, se examinan los efectos adversos sobre las comunidades locales y la población indígena.

(1) Sistema de control del flujo

a. Impactos negativos del desarrollo turístico

México es rico en recursos culturales y arqueológicos, contando también con recursos naturales. El crecimiento de las actividades turísticas y la urbanización, han causado el deterioro de los recursos turísticos como la playa y el mar. Las ruinas arqueológicas restauradas están bien administradas y se encuentran abiertas al público, siendo atractivos para el sector privado el desarrollo de instalaciones turísticas.

b. Marco legal

La Evaluación del Impacto Ambiental (EIA), los ordenamientos ecológicos, las áreas naturales protegidas, etc. ya se han introducido de conformidad con la Ley Federal. Sin embargo, en los destinos de playa mexicanos es rara la supervisión regular de la calidad del agua. En relación al medio ambiente fue establecida cierta clase de código de conducta voluntaria.

c. Concepto básico del sistema

Los conceptos básicos del sistema de administración del visitante/sistema de control de flujo, es el de controlar el número de visitantes que pueden entrar al área definida de algunos destinos turísticos para la preservación de recursos importantes. Además se requiere desarrollar un nuevo sistema que se preocupe por los turistas que no puedan entrar a la instalación que desean y también para aquellos que tienen que esperar para hacerlo.

Las instalaciones turísticas requeridas para la introducción de este sistema, son: museo, restaurant, área de juegos, miniteatro y estacionamiento.

(2) Evitar conflictos con la comunidad y/o dañar a la comunidad

En algunos planes maestros como el de Cancún, Los Cabos, etc., las instalaciones turísticas se han desarrollado sobre terrenos baldíos en donde vivía poca población cuando se inició el desarrollo. Por ello, el área turística fue desarrollada con menor consideración a la población local y/o las comunidades. En estas áreas, muchos

inmigrantes han llegado con el desarrollo turístico. Actualmente existen algunos problemas en la comunidad, debido al rápido incremento poblacional.

Por el contrario, podrían verificarse conflictos más serios en el caso de desarrollos adyacentes a las comunidades locales. En las áreas circundantes de Cancún, Huatulco y Puerto Vallarta existen áreas habitacionales de población indígena. En el caso de que esas comunidades no estén abiertas al exterior, el desarrollo turístico debería mantener cierta distancia de aquéllas. En algunas de éstas áreas, las comunidades pueden permitir cierto volumen de visitantes. En este caso, deben realizarse arreglos cuidadosos para no exceder la capacidad de carga adecuada. En el desarrollo turístico de las áreas sensibles se requieren las recomendaciones de los antropólogos y de otros especialistas.

3.9. Intensificación de la capacitación turística y apoyos a las EMP relacionadas con turismo

En México, los servicios turísticos se han diseñados y adaptados para satisfacer a los visitantes de América del Norte. Sin embargo, la industria turística de México necesita aprovechar mercados más diversificados, que requiere diferentes productos turísticos, instalaciones y servicios.

El "servicio" es uno de los componentes cruciales del producto turístico. Incorpora los siguientes elementos :

- Elementos de uso tangible (como estructura física, instalaciones y equipamiento) ;
- Servicios intangibles ofrecidos (servicio de ama de llaves, operación telefónica y restaurante) ; y
- La manera o el estilo en la cual el servicio es proporcionado..

La calidad depende de la medida en la que cada proveedor de servicios está preocupado por las necesidades del huésped, su conveniencia y su confort. No sólo está relacionado con una mentalidad hospitalaria de aquellos que sirven a los huéspedes de manera directa, sino también con la calidad de la actitud, las maneras, el conocimiento técnico y las habilidades y exactitud de la comunicación.

3.9.1. Factores claves en la calidad de los servicios turísticos

De acuerdo con nuestras entrevistas entre los Tour operadores de los Estados Unidos, ellos consideran que la calidad de los servicios turísticos mexicanos son razonables si se toma en cuenta el factor precio, aunque también consideran que los servicios de México no son tan buenos. De otra parte, los Tour operadores japoneses consideran que los servicios de unos cuantos hoteles de categoría superior en México pueden proporcionar satisfactoriamente servicios a los turistas japoneses. El cuestionario de la encuesta realizada por el Equipo de estudio a los Tour operadores en Europa, también muestra que la calidad de los servicios en relación al precio de los hoteles no son satisfactorios y las maneras norteamericanas no son apreciadas por los visitantes europeos.

Con el objeto de aprovechar los mercados asiáticos y europeos, es importante no sólo mejorar la calidad de los servicios, sino también adaptarse a las maneras o estilos más adecuados para otros mercados, especialmente en el caso de los mercados asiáticos y europeos. Es necesario ser consciente de la presencia de diferentes estilos o maneras en las cuales se ofrecen servicios a turistas que no son de Norteamérica.

Aunque encontramos un alto nivel de hospitalidad en las actitudes de los ciudadanos comunes y corrientes y en los restaurantes, existen serios problemas de hospitalidad en los hoteles de los principales destinos turísticos. Esto significa que existen obstáculos estructurales para el mejoramiento de los niveles de servicio en el turismo.

Se considera que la causa de los problemas de servicio en los hoteles de los destinos turísticos es el estilo de administración de la industria turística. Parece que en general, la administración del hotel no le otorga una prioridad a la alta calidad de los servicios en la operación de su negocio.

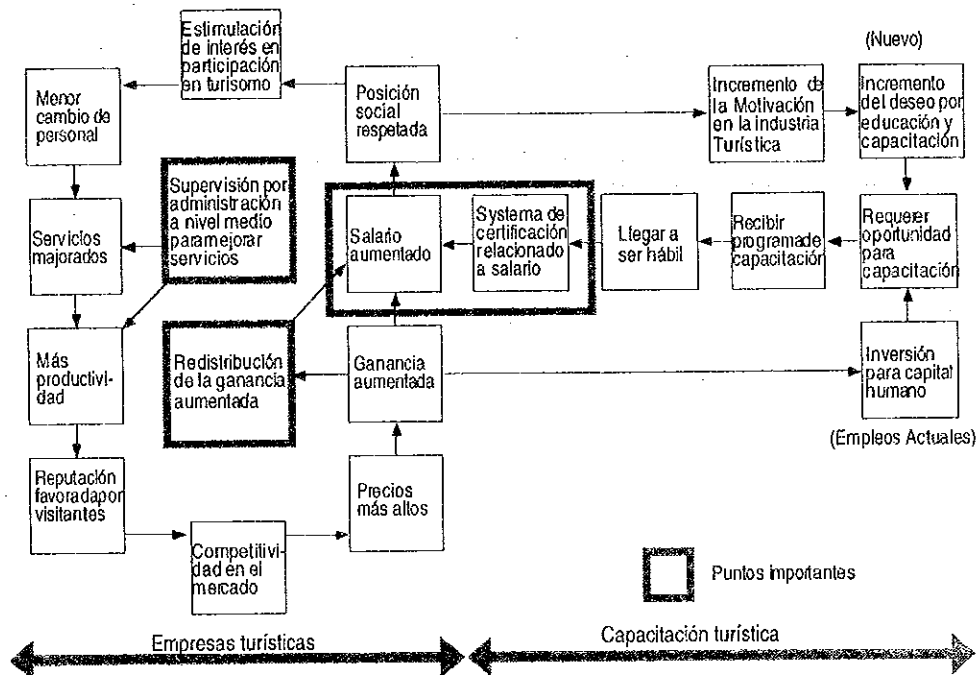
La Figura 3. 12 ilustra un círculo virtuoso aunque al mismo tiempo, si es revertido, también puede representar un círculo vicioso de los problemas estructurales existentes que involucran un deficiente nivel de servicios y la privación de oportunidades para la educación turística.

- Las quejas de los huéspedes hoteleros por servicios deficientes no llegan a la administración del hotel.

- En muchos casos, la administración del hotel no siempre es consciente de la baja calidad de los servicios que proporciona.
- La administración del hotel tampoco reconoce la dificultad para cumplir con la diversificación de los mercados turísticos al ofrecer servicios tan deficientes.
- La administración de nivel medio no siempre toma el liderazgo para mejorar sistemáticamente los servicios, a través de la supervisión y entrenamiento de aquellos que proporcionan directamente los servicios a los huéspedes.

El número de empleados que han tomado programas de capacitación es reducido (sólo el 16.7), de acuerdo con la Encuesta Nacional de Empleo y Capacitación Turística. Con el objeto de solucionar los problemas estructurales de los servicios turísticos, es necesario establecer un sistema de administración que promueva que los niveles medios tomen el liderazgo para mejorar los servicios y para promover su prestación directa y desarrollar su profesionalismo basado en ese mejoramiento.

Figura 3. 12 Círculo virtuoso de servicios deficientes y educación turística



Fuente: Equipo de Estudio JICA

3.9.2. Mejoramiento de la administración de la industria turística

(1) Utilización de los resultados de las encuestas a los visitantes en los aeropuertos para el mejoramiento de los servicios hoteleros

Las autoridades estatales de turismo deberían realizar entrevistas con los visitantes en los aeropuertos y utilizar sus resultados para el mejoramiento de los servicios hoteleros y de otros servicios turísticos, retroalimentando a los hoteles y a otro tipo de instalaciones. Tanto las encuestas de los visitantes en los aeropuertos como los formatos de sugerencias en los hoteles, no han sido bien utilizados para este propósito.

(2) Elaboración de manuales de capacitación para la administración y liderazgo

La SECTUR debería proporcionar manuales de entrenamiento para las compañías de administración y de liderazgo para el mejoramiento de los niveles de servicio. Los manuales de capacitación deberían tener como meta lo siguiente:

-
- Elevar de la conciencia del nivel mas alto de la administración en relación a la importancia de la calidad de los servicios, y
 - Fomentar que la administración de nivel medio tome el liderazgo para el mejoramiento de la calidad de los servicios.

Al mismo tiempo, SECTUR debería llevar a cabo seminarios de capacitación utilizando este material. SECTUR ha elaborado muchos tipos de manual de capacitación para la industria turística. Sin embargo, esos manuales no han cubierto la administración de las compañías ni el liderazgo administrativo de nivel medio.

(3) Remuneración adecuada para los empleados

El proporcionar niveles salariales adecuados a los empleados es importante para solucionar el círculo vicioso del problema de servicios deficientes y para lograr una más alta calidad de servicios.

Los salarios mínimos de los trabajadores en México, son relativamente bajos comparados con el nivel de la economía nacional del país. Los reducidos salarios para los trabajadores de servicio en la industria hotelera están determinados bajo la premisa de que ellos obtienen propina de los huéspedes. Las propinas no son incentivos adecuados para impulsar que los trabajadores mejoren su disciplina laboral y la calidad de los servicios. De otra parte, los hoteles de México están operando a tasas de ocupación relativamente bajas. Esto significa que la administración hotelera obtiene una participación mucho mas alta de las ganancias que los trabajadores. Si los hoteles mexicanos pueden incrementar las tasas de ocupación por sus esfuerzos de administración, podrían proporcionar una participación mas alta de sus utilidades a los empleados.

3.9.3. Mejoramiento de la educación turística

(1) Aspectos prácticos de la educación turística

a. Carencia de aspectos prácticos en la educación turística

La educación turística actual no cubre adecuadamente los aspectos prácticos de la industria. Por ello, en el ambiente actual de trabajo los graduados de los cursos y de las escuelas de turismo no pueden aplicar plenamente lo que aprenden en las escuelas.

b. Fortalecimiento de aspectos prácticos en la educación turística

En la curricula de la educación y la capacitación turística, es necesario enfatizar aspectos prácticos y el actual ambiente laboral de la industria turística.

(2) Diversificación de los estilos/maneras del servicio

a. Problemática de tener como meta un sólo mercado

En tanto la industria turística de México hasta el momento está concentrada principalmente en los mercados de América del Norte, la educación turística también está diseñada para esos mercados. Lo anterior tiene como consecuencia formar ideas rígidas de las maneras y los estilos en los cuales pueden proporcionarse los servicios turísticos.

b. Énfasis en las diferentes maneras y estilos de servicios turísticos

Es necesario enseñar la importancia de la calidad del servicio y las diversificadas maneras y estilos de los servicios turísticos.

Con el objeto de aprovechar la diversificación de los mercados turísticos, es necesario no sólo mejorar la calidad de los servicios, sino también modificar las maneras y los estilos de servicio para atraer no sólo a los turistas de larga distancia como los turistas asiáticos y europeos, sino también a los clientes del segmento superior del mercado de América del Norte.

(3) Servicios de hospitalidad

a. Ausencia de profesionalismo en la educación turística para proporcionar servicios de hospitalidad

En tanto la industria turística mexicana no ha reconocido la importancia de los servicios de la hospitalidad, la educación y capacitación turística en México no ha enfatizado la importancia del profesionalismo en el ofrecimiento de los servicios de hospitalidad.

b. Énfasis en los servicios de hospitalidad en la educación turística

Es altamente recomendable poner el tema de los servicios de hospitalidad y el profesionalismo de los prestadores de servicios en un lugar central de la educación y la capacitación turística.

(4) Administración y liderazgo

a. Ausencia de una administración sólida para el mejoramiento de la calidad del servicio

La educación y la capacitación turística de México no ha puesto mucha atención a los altos niveles de administración y al liderazgo gerencial de nivel medio para la calidad de los servicios.

b. Énfasis en la administración y liderazgo en la educación turística

Para refinar la educación y la capacitación turística, es esencial incluir la administración y el liderazgo para el mejoramiento de la calidad de los servicios.

(5) Introducción al programa de certificación que corresponda con la remuneración

Es altamente recomendado para el gobierno federal confiar a los Estados o asociaciones de todo el país la ejecución de exámenes para establecer habilidades y calificaciones por ocupación. Un certificado garantiza el nivel de conocimiento y habilidades de los empleados y asegura la credibilidad al empleador. De otra parte, se darían incentivos que permitirían garantizar, a través de los créditos y calificaciones obtenidas, la transferencia de los empleados de un nivel de ocupación al siguiente.

Los exámenes de calificación de los empleados en el servicio del trabajo práctico (Recepción, botones, meseros/meseras), deberían incluir los siguientes puntos de evaluación :

- Habilidades y actitudes en los servicios al cliente ;
- Hospitalidad (mentalidad de servicio) ; y,
- Habilidades básicas de conversación en lenguas extranjeras, preferentemente inglés, para llevar a cabo el servicio a clientes.

Debería introducirse un sistema de incentivo que ordenara al empleador, el garantizar incrementos en la remuneración y/o promoción para sus empleados que estuvieran ya calificados y/o que obtuvieran esa calificación

También deberían incorporarse lineamientos de empleo que especificaran el número o porcentaje de empleos que requieren certificado de acuerdo con, por ejemplo, categoría e imagen del hotel.

(6) Consolidación de las instalaciones de educación y capacitación turística existentes

Cursos de educación turística independientes

El programa de desarrollo para el Sector Turismo muestra que las instalaciones para los cursos de entrenamiento práctico son deficientes en términos de cantidad y calidad. En general sufren de problemas financieros. Otro problema es que no existe

relación entre los cursos relacionados con turismo proporcionados por diversas instituciones educativas.

Consolidación de cursos

Se deben realizar esfuerzos para integrar y maximizar las instalaciones existentes expandiendo su escala, reforzando las facilidades y capacidad, y a cambio consolidarlas en grupos de escuelas de capacitación turística integral.

3.9.4. Medidas de apoyo para las empresas turísticas medianas y pequeñas

Los apoyos del sector público a las empresas medianas y pequeñas (las EMP manejadas por los miembros de la comunidad receptora, serían una medida importante para inducir impactos turísticos positivos en estas últimas comunidades). Debería enfatizarse este tipo de apoyo en tanto el pasado desarrollo turístico tiende a visualizar a las comunidades locales sólo como una fuente de fuerza de trabajo. Las empresas turísticas medianas y pequeñas, sin embargo, tienen en general las siguientes restricciones :

- El problema de dimensionamiento resultante de los ingresos de una empresa pequeña, que es normalmente trasladado al ingreso familiar y por lo tanto a la, pequeña capacidad de ahorrar e invertir en la expansión o elevación de la calidad de su negocio ;
- El limitado acceso a la información, en particular, la información de mercado y la relativa a las medidas y programas de apoyo disponibles ;
- El limitado acceso al capital de trabajo y al financiamiento de la inversión causado frecuentemente por la indisponibilidad de cualquier crédito colateral ; y,
- La ausencia de entrenamiento en negocios.

Las siguientes medidas son necesarias para apoyar a las EMP de tipo turístico para solucionar las siguientes limitantes :

a. Apoyo financiero

El acceso al financiamiento para capital de trabajo y/o la expansión del negocio es vital para el éxito y desarrollo de las EMP. Se pueden abordar estas restricciones desde diferentes enfoques.

Uno es establecer un fondo para apoyar a las EMPs del tipo turístico en una organización propicia que utilizaría los fondos colaterales para el financiamiento de la institución. Otro sería, establecer una institución de financiamiento para las empresas turísticas EMPs. La tercera sería promover que las EMPs establezcan cooperativas y que éstas proporcionen la seguridad de crédito a sus miembros.

FONATUR tiene una función de financiamiento pero no ha sido muy positiva en el financiamiento turístico de las EMPs. En vista de la importancia de las EMPs turísticas para la reconciliación de las comunidades locales y el turismo, existe una fuerte necesidad de establecer un sistema que facilite el financiamiento para empresas operadas y propiedad de la población local. El sistema constituye un pre-requisito para promover diferentes tipos de turismo alternativo, que supone ser una de las más importantes medidas para diversificar el turismo mexicano.

b. Apoyo para la capacitación

En las EMPs existe una fuerte necesidad de entrenamiento en técnicas avanzadas de administración y gerencia. Aunque SECTUR proporciona varios programas para la educación turística, tiende a enfocarse en la capacitación de los empleados en los grandes hoteles de los centros de playa. Los programas son para educar a la población local como empleados en el turismo más que para apoyar a las EMPs turísticas.

Admitiendo la necesidad de educar a los empleados de bajo nivel y a la gerencia media que capacita a los empleados, se debe poner un mayor énfasis para nutrir las

actividades turísticas empresariales en las áreas rurales. Además, los programas deben considerar diversos tipos de empresas turísticas y proporcionar la tecnología para operar pequeños alojamientos y alojamiento en casas, así como el turismo alternativo.

Las EMPs turísticas, en particular en las áreas rurales, tienden a tener un acceso limitado a las oportunidades de capacitación. Esto debería solucionarse a través del mejoramiento de apoyos informativos.

c. Apoyo de información

Se sugiere que SECTUR proporcione a las EMPs turísticas información de las tendencias de mercado del sector turístico, así como de las oportunidades comerciales. Tal información podría ser distribuida a través del envío de cartas y auspiciando seminarios sobre turismo de manera regular.

En el suministro de información de mercado, se deben poner más esfuerzos para ofrecer información por segmento de mercado. Más específicamente, SECTUR y otras organizaciones turísticas deberían proporcionar información de los segmentos de mercado diferentes al de playa, en tanto las EMPs turísticas tienden a localizarse en el sector turístico que no es de playa.