



**Estudio de Gran Visión del Turismo en México:
Perspectiva 2020 ¹**

Reporte Analítico

**Ciudad de México
Junio de 2000**

¹ Versión modificada para su divulgación en Internet

CONTENIDO

Introducción.....	9
Antecedentes	12
Objetivo General del Estudio.....	13
Objetivos Específicos	13
Marco Teórico de la Investigación.....	13
Variables y criterios rectores del estudio.....	22
Criterios de acopio, selección y análisis crítico de la información disponible .	23
Estructura del Documento.....	24
I. Diagnóstico Situacional	24
II. Contexto prospectivo.....	25
III. Pronósticos	25
IV. Propuestas para el Plan Rector	25
Equipo de Trabajo	25
I. Diagnóstico Situacional.....	26
1. Dinámica y Tendencias del turismo en los últimos 50 años.....	26
1.1 Participación de México en el turismo mundial	27
1.1.1 Llegadas de turistas en México y el mundo	27
1.1.2 Ingresos por Turismo en el Mundo.....	28
1.1.3 Ingresos por Turismo en México	29
1.1.4 Participación de México en Llegadas de Turistas e Ingresos.....	30
1.1.5 Principales países receptores de turismo en el mundo	30
1.1.6 Principales Mercados Internacionales para México	32
1.1.7 Turistas Internacionales en Regiones y Centros de Playa Seleccionados	33
1.1.8 Participación del mercado nacional en el turismo	34
1.1.9 Turistas Nacionales en Regiones y Centros de Playa Seleccionados ..	35

1.1.10 Relación de la oferta Vs. la demanda.....	37
1.1.11 Crecimiento anual de la oferta de alojamiento en México	37
1.1.12 Porcentaje de Número de Cuartos por Establecimiento.....	39
1.1.13 Evolución de la participación del ingreso del turismo frente a otras exportaciones.....	40
1.1.14 . Otras contribuciones del turismo a la economía nacional	41
2. Proceso evolutivo del desarrollo del turismo en los últimos 50 años	42
2.1. Periodo de Gestación (1945-1958)	44
Principales factores internacionales que incidieron en la gestación del modelo de enclave y el desarrollo del turismo en México	44
Principales factores nacionales que incidieron en la gestación del modelo turístico de enclave y el desarrollo del turismo en México	44
2. 2 Periodo de consolidación (1958-1974).....	45
Principales factores internacionales que incidieron en la consolidación del modelo de enclave y determinaron el crecimiento y conformación del desarrollo turístico mexicano.....	46
a) El modelo americano como paradigma de modernidad.....	46
b) Financiamiento internacional	46
c) El turismo como fuerza impulsora de la paz.....	47
d) Crecimiento de la demanda	47
e) Crecimiento de la oferta turística	47
Principales factores nacionales que incidieron en la conceptualización del modelo de enclave y determinaron el crecimiento del desarrollo turístico mexicano	48
a) Los destinos nacionales de los sesenta.....	48
b) Expansión de las líneas aéreas y cadenas hoteleras	49
c) Concepción de los centros turísticos integrales	50
2.3 Culminación del Modelo (1974-1986).....	50
Principales factores internacionales que incidieron en el auge y consolidación del modelo de enclave	51

Principales factores nacionales que incidieron en la consolidación del modelo de enclave	51
a) Apertura de los CIP.....	52
b) Creación de SECTUR Y FONATUR	52
c) Swaps	53
d) Fortalecimiento y expansión de cadenas hoteleras	53
e)Apoyo preferente a touroperadores	53
f) Consolidación de los tres grandes intérpretes del turismo nacional	54
Principales factores que incidieron en el agotamiento y culminación del modelo de enclave	54
a) Adelgazamiento del estado y limitaciones en las condiciones crediticias ..	54
b)Sobreoferta y baja diferenciación de los destinos.....	55
c)Dicotomía del diseño urbano, masificación de la migración hacia los centros turísticos y deterioro de la calidad de vida y el medio ambiente	55
2.4 Etapa de Transición ⇨Situación actual: (1986-1992)	57
2.4.1 Principales factores de cambio en el contexto internacional.....	57
a) Alianzas estratégicas y mega empresas.....	58
b) Líneas aéreas	59
c) Cadenas Hoteleras.....	59
d) Sistemas de reservaciones	59
e) El discurso de la sustentabilidad	59
f) Los nuevos turistas	60
2.4.2 Principales factores de cambio en el entorno nacional	61
a)Redefinición del Papel de Estado, los Empresarios y la Sociedad	61
b) Distribución de turistas por tipo de centro turístico	63
c) Desregulación del Transporte Aéreo.....	65
2.4. La situación actual	67
El Mercado Nacional	67
El Mercado Internacional.....	67

Infraestructura carretera.....	68
Alojamiento	69
Mecanismos de comercialización y distribución.....	70
Consecuencias de las modalidades de crecimiento del turismo en México ...	71
Análisis FODA.....	72
Conclusiones del Diagnóstico	83
II. El Turismo en México en la Perspectiva 2020	85
1. Introducción	85
2. Macrotendencias Internacionales	88
3. Macrotendencias Nacionales.....	106
4. Principales factores que influirán en el desarrollo del turismo	122
Política y Economía	122
Sociedad y medio ambiente.....	123
Tecnología	123
Comerciales	124
5. Escenarios prospectivos para el desarrollo del turismo en México a 2020..	128
5.1 Parámetros de trabajo sobre los escenarios	128
5.2. Escenarios al año 2020.....	129
6. Papel que deberán desarrollar agentes públicos y privados del turismo	133
6.1 Sector público	133
6.2 Sector privado	134
6.3 Organizaciones no Gubernamentales.....	135
III. Panorama Nacional, Internacional y Pronósticos del Turismo al 2020 ...	136
1 Pronósticos generales de turismo al año 2020	137
1.1 Turismo Internacional.....	138
1.2 Turismo Receptivo	139
1.3 Turistas Internacionales	142
1.4 Turismo Fronterizo	152

1.5 Turismo de Excursionistas	153
1.6 Turismo Doméstico	153
1.7. Balanza de Pagos y PIB Turístico.....	155
2. Escenarios Turísticos.....	156
2.1 Escenario Enfoque a los E.U.A.	156
2.2 Análisis del Escenario de Enfoque a los E.U.A.	158
2.3. Escenario Crisis e Inestabilidad	161
2.4 Análisis del Escenario de Inestabilidad y Crisis	163
2.5. Escenario Enfoque al Mercado de Masas.....	167
2.6 Análisis del Escenario de Masas.....	169
2.7. Escenario Enfoque al Mercado de Nichos Turísticos.....	169
2.8 Análisis del Escenario de Nichos	170
2.9. Escenario Enfoque al Mercado Europeo.....	171
2.10 Análisis del Escenario de Enfoque al Mercado Europeo.....	173

CONTENIDO DE TABLAS Y GRAFICAS

LLEGADAS INTERNACIONALES (1950-2000) _____	27
INGRESOS POR TURISMO EN EL MUNDO (1950-2000) _____	28
INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO (1950-1999) _____	29
PARTICIPACIÓN DE MÉXICO EN LLEGADAS E INGRESOS _____	30
(1986-1999) _____	30
POSICIÓN DEL TURISMO EN MÉXICO 1998 _____	30
GASTO MEDIO DE LOS TURISTAS EN LOS DESTINOS DEL MUNDO _____	31
1950-1997 _____	31
PRINCIPALES PAISES EMISORES DE TURISMO PARA MÉXICO 1985-1997_	32

PARTICIPACIÓN DE AMÉRICA LATINA, EUROPA Y CANADÁ EN EL TURISMO RECEPTIVO DE MÉXICO (1997)	33
DISTRIBUCION DE TURISTAS/NÓCHE INTERNACIONALES EN CENTROS SELECCIONADOS	34
TURISTAS NOCHE EN CENTROS DE PLAYA 1986-1998	35
TURISTAS NACIONALES EN CENTROS SELECCIONADOS (1986-1996)	36
PORCENTAJE DE TURISTAS NACIONALES EN DESTINOS SELECCIONADOS 1997	37
CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL DE LAS HABITACIONES TURISTICAS EN MEXICO 1950-1999	38
OFERTA DE ALOJAMIENTO EN MÉXICO 1950-1999	39
INGRESOS POR TURISMO, PETROLEO Y OTRAS EXPORTACIONES (1980-1999)	40
PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL TURISMO EN LOS INGRESOS DE LA CUENTA CORRIENTE 1950-1999	41
REFERENCIA HISTÓRICA DE EVENTOS Y SITUACIONES REPRESENTATIVAS	43
CRECIMIENTO DE TURISTAS EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS	65
PASAJEROS TRANSPORTADOS EN VUELOS CHARTER	66
HUÉSPEDES/LLEGADAS POR TIPO DE CENTRO (1997)	67
TURISMO RECEPTIVO POR LUGAR DE ORIGEN 1997	68
OCUPACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE CENTRO	69
NÚMERO DE CUARTOS POR TIPO DE CENTRO 1997	70
POBLACIÓN MUNDIAL	89
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN PAISES MENOS DESARROLLADOS POR GRUPO DE EDAD	90
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE POR GRUPO DE EDAD	91
ESCENARIOS DEL TURISMO EN MÉXICO PARA 2020	130
RESUMEN DE PRONÓSTICOS	140
VISITANTES A MÉXICO	141
PRONÓSTICOS DE TURISTAS POR PAÍS DE ORIGEN	142
GASTO TOTAL DE TURISTAS EN MÉXICO POR MERCADO EMISOR	143
GASTO MEDIO DE TURISTAS EN MÉXICO POR MERCADO EMISOR	143
RESUMEN DE LOS PRONÓSTICOS DE GASTO	144
TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE LOS EUA	145
VISITANTES DE ESTADOS UNIDOS	146
TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE EUROPA	147
VISITANTES DE EUROPA DISTRIBUCIÓN NACIONALES Y EXTRANJEROS	148

GASTO POR TURISTA DE VISITANTES DE EUROPA _____	149
TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE AMÉRICA LATINA _____	150
GASTO DE VISITANTES DE AMÉRICA LATINA _____	151
VISITANTES DE AMÉRICA LATINA (NACIONALES Y EXTRANJEROS) _____	151
TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE AMERICA LATINA _____	152
PRONÓSTICOS DEL SALDO DE LA BALANZA DE PAGOS _____	155
Y DEL PIB TURÍSTICO _____	155
ENFOQUE AL TURISMO DE LOS EUA _____	156
ENFOQUE AL MERCADO DE LOS EUA VS. ESCENARIO BASE _____	157
INESTABILIDAD Y CRISIS _____	162
RIESGO DE INESTABILIDAD SOCIAL VS. ESCENARIO BASE _____	163
ENFOQUE AL TURISMO DE MASAS _____	167
MERCADO DE MASAS VS. ESCENARIO BASE _____	168
ENFOQUE AL TURISMO DE NICHOS _____	170
ESCENARIO ENFOQUE AL MERCADO EUROPEO _____	172
DESARROLLO DEL MERCADO EUROPEO VS ESCENARIO BASE _____	173

Introducción

En los últimos tres años, la llegada de turistas internacionales a México se ha situado abajo del nivel de los 20 millones de personas, mientras que en el año 1996, se había llegado prácticamente a 21.5 millones de turistas.

Esta situación pone en evidencia que, a pesar de los resultados generalmente buenos del turismo mexicano, existen condiciones de fuerte competencia internacional que pueden afectar el comportamiento de los flujos turísticos.

Por otra parte, es claro que el contexto internacional del turismo se ha modificado radicalmente a partir de los años ochenta, en buena medida por la creciente globalización de las economías desarrolladas y el esfuerzo de los países emergentes para insertarse en la nueva economía mundial, pero también por una modificación progresiva de los patrones de comportamiento y las expectativas de la demanda.

No cabe duda que el momento actual es de grandes mutaciones en la vida de las sociedades: las tecnologías han evolucionado en forma considerable, los sistemas políticos del mundo entero pasan por profundas reestructuraciones y las economías tienden a buscar nuevos derroteros, tanto en la expansión de la participación en el sistema mundial, como en la determinación de pautas de reorganización de la producción para el mercado interno.

El turismo, es cada vez más visto como un sector de actividades con grandes virtudes, tanto por su capacidad de impulsar una mayor relación con el resto del mundo, como por su potencial en la generación de divisas, por la creación de empleos, y por sus aportaciones potenciales para el desarrollo de las regiones rezagadas.

En este contexto, se impone una revisión sustancial del modelo de desarrollo turístico que ha prevalecido en México a lo largo de casi cincuenta años: si bien sus logros son sustanciales, se han presentado también cuellos de botella, errores de orientación estratégica y, posiblemente, un insuficiente aprovechamiento de todas las bondades que ofrece el turismo para el desarrollo de México.

Es entonces momento de recoger las experiencias que se han logrado en los años de crecimiento intensivo del turismo mexicano, de evaluar sus resultados y de proponer nuevas orientaciones para reactivar el turismo y lograr un nuevo despegue sobre bases consolidadas.

El presente estudio se ubica justamente en este contexto y recorrerá un itinerario analítico que empieza por un diagnóstico histórico hasta la actualidad; una visión prospectiva que estudia el comportamiento de las mega tendencias

internacionales y nacionales para desembocar en diseñar escenarios probables para el futuro del turismo al horizonte 2020 que se definió como el adecuado para este estudio; un ejercicio de proyecciones cuantitativas, determinando así cinco escenarios cuantitativos; y, finalmente, un Plan Rector que ofrece las principales orientaciones que se proponen para la política turística, como consecuencia de la situación actual y de la visión el turismo que deseamos.

Antes de entrar a presentar en forma detallada los objetivos formales del presente estudio, así como aspectos operativos como la metodología y diversas puntualizaciones sobre terminología, entre otros aspectos, se hará hincapié en los resultados más estratégicos del estudio.

En primera instancia es esencial reafirmar que México siguió la tendencia internacional que se consolidó después de la segunda guerra mundial, de dar prioridad al desarrollo de un turismo de masas, centrado esencialmente en los atractivos de playa. Este heliotropismo del modelo mexicano ha sido una característica esencial del éxito rotundo que tuvieron los principales indicadores turísticos: un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, una captación de divisas sin precedentes hasta los setenta, una generación de empleos apreciable que sirvió para consolidar el modelo industrial de sustitución de importaciones, así como un aporte sensible al desarrollo de regiones rezagadas.

Para ello, como se podrá apreciar en el diagnóstico, se consolidaron numerosas actividades directamente ligadas al turismo o conexas, de tal suerte que se puede hablar de la constitución de un verdadero modelo turístico mexicano. En la definición de este modelo, y en el otorgamiento de apoyos de diversas índoles, el papel del gobierno mexicano ha sido esencial. A lo largo de casi cincuenta años de desarrollo, se ha consolidado en México un sector de la administración pública con una gran capacidad de analizar el proceso turístico, medirlo, apoyarlo, y hasta conducirlo directamente cuando el estado mexicano consideró oportuno intervenir en forma más directa en el devenir de las actividades turísticas.

Sin embargo, numerosos signos precursores invitan a pensar, desde tiempo atrás, que una reconversión del modelo turístico se antojaba imprescindible. En la práctica, las medidas que se empezaron a tomar desde los ochenta fueron insuficientes, de tal suerte que el modelo turístico demuestra hoy signos de envejecimiento y de agotamiento.

Por ello es que en este estudio, se ha dado un espacio importante a una visión diferente de los logros del turismo, de tal suerte que se ponen en perspectiva algunos aspectos esenciales que se advirtieron como claves en la situación actual: sólo se citaron tres aspectos que parecen esenciales: i) en primer lugar, se considera que después de los ochenta, se siguió manejando que la captación de

divisas era la función esencial del turismo en el modelo de desarrollo nacional; ii) por motivos concatenados, se ha prestado menor atención al turismo nacional y iii) se ha olvidado sacar las lecciones pertinentes de la evolución interna del turismo a nivel mundial.

Los tres puntos anteriores, son centrales, ya que demuestran que es el discurso dominante de las primeras etapas del desarrollo del modelo turístico mexicano es el que ha persistido a lo largo de todo el periodo, mientras que hubiera sido necesario revisar los resultados concretos en este sentido. Por otra parte, la mayor parte de los países respaldan su modelo turístico sobre la atención al turismo nacional tanto como al internacional. En México esta atención no fue pareja, simplemente porque al inicio del modelo en los años cincuenta, no existía una clase media con los recursos suficientes para sostener el modelo turístico, aunque esta se fue construyendo progresivamente en la medida de la expansión de la economía mexicana. Finalmente, la apertura del modelo turístico mexicano a la economía mundial se aceleró a partir de 1986, con claros efectos positivos, sin que por ello se cambiasen las mentalidades en forma paralela.

En síntesis, quizá el aspecto más relevante que merece ser señalado, es que la forma de concebir el turismo en México, merece una mutación importante en los conceptos, la forma de actuar de los empresarios y la regulación del estado mexicano en la materia.

El diagnóstico de este estudio va en ese sentido de evidenciar la urgencia de modificar las pautas de operación del modelo turístico. Si bien es imprescindible valorizar lo hecho a lo largo de varias décadas, al mismo tiempo es esencial plantear que ciertas orientaciones del pasado han perdido sentido en el estado actual del mundo, mientras que ciertas acciones, entre las cuales aquéllas que han apoyado la diversificación del modelo turístico, merecen ser reforzadas y volverse, en algunos casos, líneas prioritarias para el futuro cercano.

La segunda parte del estudio trata de poner en evidencia que el modelo turístico mexicano está y estará sometido a numerosas presiones: unas lo favorecerá, otras pondrán en peligro sus logros. Se considera que estas mega tendencias son decisivas, ya que, como bien se sabe, la participación del sistema mundial, implica una mayor complejidad, una mayor interacción y una mayor incertidumbre en el comportamiento del turismo: No sólo esta situación es ineludible porque corresponde a una elección de modelo de país que se ha hecho desde tiempo atrás, es decir un país abierto al mundo, sino que exige una atención especial.

Los cinco escenarios que forman la componente de pronóstico del estudio, son el resultado de la aplicación de un modelo cuantitativo sobre las variables que pueden ser medidas y por ende modelizadas. No son más que un apoyo a la toma

de decisión, una cierta imagen del futuro expresada en términos cuantitativos. Como lo sugieren los defensores de una planeación estratégica de situaciones como Carlos Matus, es imprescindible que estas figuras sean revisadas permanentemente en la medida que surgen nuevas coyunturas o informaciones más pertinentes o actualizadas.

En el Plan Rector al año 2020, se han plasmado una serie de orientaciones consideradas como decisivas para alcanzar el escenario de consolidación del turismo al cual se anhela. Independientemente de la revisión detallada de las propuestas, en esta introducción se puede afirmar lo siguiente: es central para el desarrollo nacional, que el modelo de turismo masivo de playa se vuelva cada vez más competitivo, adecuándose a nuevas orientaciones del mercado, aprovechando las tecnologías de punta, etc. Sigue siendo y seguirá con toda seguridad, siendo uno de los pilares del turismo mexicano. Pero por otra parte, se quiere propiciar un cambio de mentalidades hacia la comprensión de que la diversificación es esencial: no se puede pensar que el turismo mexicano mantenga su capacidad de crecimiento si no se da un espacio relevante al impulso a otras formas de hacer turismo; y la expresión "hacer turismo" implica tanto la perspectiva del consumidor que anhela un turismo diferente y diversificado, como la visión del empresario que puede encontrar en un hacer turismo diferente, fuentes renovadas de expansión de sus actividades.

Si las orientaciones anteriores son, en cierta forma, la punta de lanza del planteamiento del plan rector, existen otros dos por lo menos, que son igualmente relevantes: la primera es que es esencial revalorizar el papel del mercado interno del turismo, en la misma forma que voces se han elevado en el mismo sentido para el conjunto de la economía: las cifras recientes que se usan en el estudio respecto del peso de esta componente del turismo, respaldan ampliamente esta propuesta. En segundo lugar, no es posible pensar que el desarrollo del turismo hacia un modelo rectificado y por ende más competitivo, podrá lograrse sin el apoyo efectivo del estado mexicano. En este caso, es central que este apoyo no vuelva a derivar en formas intervencionistas, sino en un apoyo de tipo "facilitador", de concertación y de orientación, tal y como se plantea en este estudio.

En cierta forma, este estudio mismo es el reflejo directo de esta última aseveración.

Antecedentes

El turismo ha sido y es una de las actividades económicas más dinámicas y con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial. Diversas investigaciones y

estudios señalan importantes contribuciones a la economía mundial y de México en particular.²

La Secretaría de Turismo a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo, plantea la necesidad de contar con un Estudio de Gran Visión del Turismo en México, que aporte información especializada para apoyar los procesos de toma de decisiones de corto, mediano y largo plazos para el desarrollo del turismo en el país hacia la perspectiva del año 2020.

Objetivo General del Estudio

Desarrollar un marco analítico, prospectivo y propositivo, que permita ubicar objetivos y metas, establecer directrices, definir estrategias y determinar alternativas y cursos de acción en el mediano y largo plazos, para el desarrollo turístico de México en el horizonte del año 2020.

Objetivos Específicos

- 1° Determinar el estado actual que presenta el desarrollo turístico en México, como resultado de un análisis de su evolución en el transcurso de los últimos 50 años.
- 2° Establecer la orientación que debe regir el desarrollo del turismo en México en el horizonte 2020
- 3° Identificar cuáles deben ser los énfasis del desarrollo y en dónde deben centrarse en los próximos 20 años
- 4° Desarrollar una propuesta de Plan Rector del Turismo en México

Marco Teórico de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se partió de las siguientes hipótesis para orientar el Diagnóstico Situacional y la Prospectiva para el sector turismo, entendiendo en todo momento que una explicación consiste en descubrir la variable dependiente y la predicción para poder anunciar anticipadamente las conductas de las variables independientes respecto a las variables dependientes que se han observado³.

Las hipótesis abarcan cinco niveles:

- Elementos del Sistema

² Entre estas se pueden mencionar la Cuenta Satélite del Turismo en México, SECTUR-INEGI, y diversos documentos elaborados por la Organización Mundial de Turismo y el World Travel and Tourism Council.

³ Cita de Felipe Pardinás incluida en el Anexo Técnico.

- Visitantes
- Tipos de Destinos
- El modelo de desarrollo turístico
- La gestión del Modelo de Desarrollo

A. Elementos del sistema. El Turismo es una actividad compleja en la que interactúan un gran número de elementos a partir de los cuales se desarrollan una serie de actividades cuyo objetivo principal es el abastecimiento de la demanda de bienes y servicios de los visitantes.

La carencia de un “método” de evaluación integral del turismo, se debe principalmente a que el turismo no es una disciplina o ciencia, sino un objeto de estudio que puede ser abordado desde diferentes perspectivas científicas⁴, por ello, un enfoque transdisciplinario como la Teoría de Sistemas resulta ser el más útil para estudiar integralmente al turismo.

En la actualidad, existen diversas clasificaciones de los componentes del sistema y su integración, que presentan diferentes estructuras, ya que cada una de ellas responde a fines analíticos específicos. A continuación se relacionan algunos de los más importantes, con el objeto de establecer una propuesta de marco conceptual que permita analizar y proponer una visión integral del sistema:

En cuanto al ordenamiento de los componentes de la oferta, se consideran como base los trabajos realizados por Raimundo Cuervo⁵, ya que su aproximación clasifica los elementos primarios de la oferta, a partir de su importancia en la posibilidad de realizar un viaje y satisfacer las demandas de los viajeros:

- Transportes.
- Alojamiento.
- Servicios de alimentación.
- Amenidades y diversión.
- Establecimientos comerciales relacionados.
- Servicios complementarios, como agentes de viajes y operadores.

⁴ Ver Manuel Rodríguez Woog, Una aproximación al conocimiento científico del turismo, en Turismo y Territorio, Daniel Hiernaux Coordinador, UNAM Xochimilco, 1994, México.

⁵ Cuervo, Raimundo. El turismo como medio de comunicación humana. Departamento de Turismo de México, 1967. México.

Se consideran también las aportaciones de Sergio Molina que propone⁶ un sistema más amplio, que agrupa los elementos de la oferta en dos clasificaciones: infraestructura y equipamiento e instalaciones, y propone los siguientes componentes:

- Superestructura
- Demanda
- Atractivos
- Equipamiento e instalaciones
- Infraestructura
- Comunidad local

Esta propuesta, considera los bienes y servicios que no tienen un precio de mercado, como los atractivos, los producidos por el sector público (Infraestructura) y las instituciones sin fines de lucro y la comunidad local, e incorpora, la superestructura, que se define como todos aquellos organismos e instancias que intervienen en la organización de la actividad.

Una tercera propuesta es la de Neil Leiper⁷ quien, con un enfoque distinto, propone como componentes del sistema a los siguientes:

- Región de origen de los turistas
- Turistas
- Ruta de tránsito
- Región de destino
- Industria turística
- Entorno

Finalmente, existe un avance significativo en la identificación y clasificación del conjunto de actividades relacionadas con la actividad, a partir de los trabajos realizados para medir los impactos económicos que genera el turismo a través de la llamada "Cuenta Satélite de Turismo" (CST).⁸, aunque ésta clasificación, centra su atención en la oferta y la demanda, y solo considera los factores económicos,

⁶ Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo. Limusa, 1991, México.

⁷ Leiper, Neil. Tourism Management. Tafe Publications. Victoria. NZ.

⁸ La metodología para establecer la CST, fue desarrollada por la OMT, apoyada por la División de Estadística de Naciones Unidas y relacionada con el Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM).

dejando de lado otros indispensables para el funcionamiento del sistema como los mencionados anteriormente, su estudio contiene una propuesta de definiciones y recomendaciones para cuantificar las actividades relacionadas económicamente con el turismo. El marco de la CST, define la oferta como “las unidades económicas que producen bienes y servicios para satisfacer los requerimientos de los visitantes” y la demanda como “todos los bienes y servicios que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje y que están relacionados con ese propósito”. La CST clasifica las actividades turísticas en dos grandes categorías:

Actividades características, como las mercancías y servicios cuya producción está destinada en su totalidad a los visitantes:

Bienes: Artesanías (alrededor de 40 actividades), ropa de playa, trajes de baño, maletas y tiendas de campaña.

Servicios: Alojamiento (hoteles, moteles, casas de huéspedes y apartamentos rentados, trailer park y albergues), transporte de pasajeros (aéreo, autobuses foráneos, ferrocarriles turísticos y marítimo), agencias de viajes y operadores de tours.

Actividades no características, como aquellas actividades o productos que son adquiridos tanto por los turistas como por los residentes del lugar.

Bienes: Alimentos y bebidas, ropa y calzado en general, anteojos para sol, periódicos y revistas, libros, productos farmacéuticos, artículos para aseo personal, películas para fotografía, discos y cintas para grabar música, aparatos fotográficos, artículos deportivos, juguetes y otros bienes.

Servicios: De restaurantes y bares, transporte (taxis, transporte urbano y suburbano) recreación (cines, espectáculos artísticos, taurinos y otros; cabarets y centros nocturnos; centros sociales; exposiciones de pintura, museos, etc.; otros servicios recreativos; aseo y limpieza personal; revelado y servicios fotográficos; alquiler de autos; estacionamientos; reparación de equipo de transporte; lavado y lubricación de autos; y apoyo a turistas (aquí se incluyeron los servicios proporcionados directamente a los turistas por las empresas Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos y Aeropuertos y Servicios Auxiliares).

La exposición anterior, permite determinar de forma enunciativa, más no limitativa, los componentes del sistema turístico, cuya complejidad, está determinada no únicamente por el número de componentes, sino por la interacción que todos éstos tienen entre sí. El estudio analiza de forma consistente, a través de sus distintos apartados, la dinámica de los elementos más importantes, su interrelación y sus efectos en el desarrollo del turismo en el país.

B. Tipos de Destinos. México es un país de grandes contrastes que cuenta con una gran diversidad de destinos en diferentes etapas de desarrollo, que será necesario potenciar y sinergiar para el desarrollo del turismo en el país.

Con el objeto de analizar las particularidades más importantes de los destinos y su conjunto, se utilizará la información calificada por la Secretaría de Turismo, con base a la selección de los 48 centros turísticos ⁹ más importantes del país y su clasificación:

- Centros de Playa: Tradicionales e Integralmente Planeados (CIP)
- Grandes Ciudades
- Centros Turísticos del Interior

C. Los visitantes. Los visitantes nacionales o internacionales, identificados como demanda, tienen características psico socio culturales entre las que el tiempo libre y la ruptura de la cotidianidad, son las determinantes de su existencia y esencia en un sentido fenomenológico. Su manifestación se da en diversas prácticas turísticas definidas por sus propias condiciones económicas y geográficas.

Este estudio considera una primera clasificación de los visitantes siguiendo los criterios de la OMT:

Visitantes Internacionales: Toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado e incluye:

Turista Internacional (visitante con pernocta): Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Excursionista (visitante del día) Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, incluyendo a los pasajeros en crucero.

Visitante interno: Toda persona que reside en un país y que viaje, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado e incluye:

Turista (visitante con pernocta) Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado cuando menos una noche.

⁹ Acapulco, Gro., Aguas Calientes, Ags., Bahías de Huatulco, Oax., Campeche, Camp.

Excursionista (visitante del día) Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

La hipótesis del estudio con respecto a los visitantes, implica que cada grupo social, cualquiera que sea su caso, tiene particularidades en la forma de concebir y ejecutar sus prácticas turísticas, que dan origen a diferentes aplicaciones concretas. El tipo de segmentos/ mercados de un destino, influyen en gran medida en su dinámica y desarrollo.

D. El Modelo. Se entiende como modelo de desarrollo turístico el conjunto de decisiones y acciones tomadas por gobiernos y empresarios para sacar provecho de la existencia de turistas y los efectos. El modelo se compone de aspectos relacionados con la oferta y la demanda, como atractivos, planta turística e infraestructuras asociadas, promoción y comercialización, así como su aprovechamiento para responder a problemas coyunturales y estructurales del país, por ejemplo impacto en la balanza comercial, empleos, ocupación de territorios y seguridad nacional, entre otras.

En este contexto, el modelo dominante sobre el cual se hace hincapié en las políticas y estrategias de desarrollo turístico en México, se caracteriza por la concentración de infraestructura y servicios en áreas geográficas acotadas y la operación de los destinos por grupos empresariales seleccionados. Este modelo determina una lógica de operación que, aunque funcionó especialmente en las playas mexicanas, ha tenido una influencia decidida en el desarrollo del turismo en el país, pues determinó en gran medida el estado actual de la planta turística y aún incide en la organización y funcionamiento del sistema turístico mexicano.

A continuación se exponen los principales elementos y características de operación y políticas de desarrollo, que fueron articulándose, repitiéndose y priorizándose en México, hasta llegar a conformar un patrón consistente y sistemático que llamaremos Modelo de Enclave o Modelo Dominante cuyas principales características distintivas son:

En cuanto al objetivo rector, el modelo se centró en la generación de divisas, aunque estuvieron presentes otros dos elementos en el discurso y la argumentación de la importancia del turismo como actividad estratégica del estado: la creación de empleos y el desarrollo regional.

En cuanto a los recursos naturales en que se basa la idea de la competitividad turística del país – especialmente los litorales nacionales – éstos son considerados como renovables y se perciben como un capital “dado” e inagotable, por lo que en los programas de inversión, no se contabilizan presupuestos asignados a la protección y cuidado ambiental.

En cuanto al enfoque de mercado, se da prioridad casi absoluta a la dinámica del turismo internacional – especialmente norteamericano- que da como resultado la dependencia de este mercado y por lo tanto de sus agentes (cadenas hoteleras, mayoristas y líneas aéreas), restando importancia del turismo nacional, cuyo impacto en el empleo, la distribución del ingreso y el desarrollo regional son decididamente más significativos que el primero en términos de su participación total en el país.

En cuanto a la ubicación geográfica, se privilegian los destinos de playa, acotándose las prioridades a algunos centros turísticos seleccionados dirigidos al mercado internacional. Tanto los tradicionales, Acapulco, Mazatlán, Manzanillo, Cozumel, Puerto Vallarta, etc. como los planeados por el estado: Centros Integralmente Planeados (CIP): Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco, dando como consecuencia el desarrollo de “enclaves” turísticos y marginando la posición de otros destinos.

En cuanto a la política de inversión, el esfuerzo se focalizó hacia el desarrollo urbano, la construcción de infraestructura aeroportuaria y el fomento de la “gran” hotelería de tipo internacional, que han dado como resultado destinos poco diferenciados.

En cuanto a los criterios de diseño urbano, las zonas turísticas se separan de la zona urbana para la población. En las políticas locales, se da prioridad a las primeras, tanto en lo concerniente a los servicios públicos, como de entretenimiento y paisaje urbano, provocando una dicotomía que resulta contraproducente para los habitantes locales, pues generalmente la infraestructura de la zona local termina por resultar insuficiente, tanto por el crecimiento poblacional que genera la migración hacia estos destinos, como por la presión de las instalaciones de los servicios turísticos.

En cuanto a los esfuerzos de mercadotecnia institucional, se han enfocado principalmente al mercado internacional y sobre todo a dos prioridades:

- La publicidad y propaganda (posicionamiento de imagen), se orienta hacia mercados limitados, considerados como prioritarios, en los que se ofrecen los productos tradicionales: playas seleccionadas. Lo que da como resultando un enfoque de monoproducto/monomercado, que llega incluso a la sobresaturación de información y consecuentemente al desperdicio de recursos en este rubro.
- Distribución a través de grandes mayoristas internacionales. Se participa en ferias internacionales y se realizan eventos para contactarlos. Se les otorgan apoyos institucionales a través de mecanismos que permiten financiar e incluso subsidiar su operación: Convenios de Cooperación (COOPS).

En cuanto a la participación del sector privado, se puede decir que existen dos categorías de actores:

- Las grandes empresas: líneas aéreas, hoteleras (cadenas y empresas constructoras) y touroperadores cuyo poder de interlocución a través de asociaciones o inclusive en lo particular, dado el peso específico de cada una de ellas, les ha ganado privilegios institucionales y el liderazgo en la concepción de las políticas y el acceso a apoyos institucionales. Estos tres componentes, se han llegado a considerar casi únicos del sistema, marginando otros que tienen un impacto significativo en la economía y la satisfacción de los turistas.
- Las pequeñas y medianas empresas, cuya contribución al turismo es muy importante en servicios diversos a la hotelería, tienen una deficiente cultura empresarial y capacidad de interlocución y organización, que los ha puesto en una situación de desventaja como sería el caso de la venta de artesanías, la operación de excursiones locales, etc.

En cuanto a la participación del sector público, tradicionalmente, el turismo ha sido una actividad altamente dependiente e intervenida por el Estado.

- Los actores públicos que influyeron de forma más relevante en la conformación del modelo y que actualmente influyen en su transición, -además de los creados para la coordinación específica del sector- se concentran principalmente en las áreas de: comunicaciones y transportes, financiamiento y fiscalización y migración.
- Adicionalmente, diversas instancias gubernamentales han creado mecanismos y programas internos que apoyan u operan proyectos turísticos, entre los que destacan los esquemas de financiamiento para la micro empresa, especialmente en zonas rurales como los de FONAES o los que en su momento tuvo la SARH, el sistema de albergues del CREA, Oaxtepec y otros programas encaminados a la promoción del "turismo social" como los del IMSS y el ISSSTE. Estos últimos bien podrían considerarse como proyectos encaminados a mejorar las prestaciones de empleados gubernamentales. Estas actividades, iniciativas y políticas, se instrumentaron de forma marginal y no tienen una repercusión clara en el modelo de enclave.
- Salvo en el caso de los CIP, con los que se consolida de manera contundente el modelo turístico de enclaves, que se puede considerar como el trabajo más articulado en cuestión turística realizado por el Estado, los programas y proyectos gubernamentales que influyen o se orientan hacia el desarrollo de la actividad, están sujetos al cumplimiento de sus objetivos específicos. Estos han estado desvinculados de los programas y estrategias del sector turístico,

pues no ha existido una visión de conjunto y de largo plazo, hacia la cual dirigir los esfuerzos y que se realizan para el desarrollo del turismo en el país.

Las redefiniciones del papel del estado en diferentes etapas del periodo (50 años), no se han visto reflejadas en las estrategias de desarrollo turístico, ya sea por las grandes presiones del sector privado, o por la inercia de las viejas tareas de los instrumentos de coordinación y gestión turística -SECTUR y FONATUR- por lo que se han limitado y retrasado los cambios necesarios para consolidar su nuevo papel.

Así mismo, en las grandes ciudades del país, algunas variables salen de contexto, especialmente por la influencia de los viajeros de negocios, que tienen objetivos diversos al turismo y por la lógica misma del desarrollo de las ciudades:

Las zonas turísticas se desconcentran y la ubicación de los hoteles se agrupan hacia las áreas con mayor concentración de actividad comercial y de negocios, por la influencia de estos segmentos.

El mercado nacional cobra importancia, más por gravedad propia que por la influencia de alguna política o programa deliberado.

Sin embargo se mantienen otros rasgos determinantes; la alineación de la inversión y políticas públicas hacia el trinomio de los grandes actores: hotelería, transporte aéreo y touroperadores; las condiciones de financiamiento y comercialización y la forma de participación de los sectores público y privado.

Por otra parte, las ciudades medianas y pequeñas del país, que han sido valoradas por el mercado nacional o por segmentos específicos del mercado internacional, a partir de sus ambientes arquitectónicos y culturales o por su cercanía a otros atractivos, se han desarrollado de forma gradual pero sostenida a partir de sus propias características y de las necesidades particulares de los nichos/segmentos, sin atender a patrones consistentes que puedan identificarse como modelos.

E. Gestión del Modelo. La dinámica del fenómeno turístico como de su entorno, así como la sofisticación de sus manifestaciones y operación, implican una redefinición del papel del Estado y sus diversas instancias nacionales, regionales y locales para responder adecuadamente a los cambios que se presentan.

Al respecto se asume que existirá una profundización de los procesos de descentralización y de federalización de las decisiones, en las que los diversos actores privados y sociales jugarán un papel más significativo.

Variables y criterios rectores del estudio

Tomando en cuenta que los alcances y objetivos del estudio van más allá de la identificación de las formas de operación del sistema turístico en sí mismo, del presente y del plano local, el estudio contempla tanto factores del desarrollo y porvenir nacional como mundial. Con esta perspectiva, se identificaron las variables endógenas y exógenas al fenómeno¹⁰ en el ámbito nacional e internacional. Las primeras, aunque externas al turismo, afectan de forma directa las condiciones en las que se desarrolla y las segundas, como propias del turismo, determinan su forma de operación actual y son determinantes en su desarrollo futuro. La combinación de las variables, permite conocer y comprender la dinámica y tendencias que ha tenido la evolución del turismo y los motivos de su estado actual, respecto a tres condiciones centrales que se han definido para la evaluación del turismo en México y su desarrollo:

Competitividad

Impacto en el desarrollo nacional

Sustentabilidad

Variables analíticas del estudio:

Crecimiento y características de la oferta y la demanda turísticas a nivel nacional e internacional

Discurso turístico dominante

Organización espacial del turismo en México

Criterios de desarrollo urbano-turístico

Organización sectorial y rol del estado, tanto instancias turísticas como otras que inciden en su desarrollo

Impactos económicos, sociales y ambientales del turismo

A partir de la información disponible, se analizan tanto el comportamiento cuantitativo como cualitativo de las variables anteriormente descritas.

Uno de los grandes retos del trabajo de investigación se relacionó con la interpretación de la información con que se cuenta, especialmente en materia de estadística turística, que proviene de diversas fuentes. Las convenciones metodológicas nacionales e internacionales para la medición de los flujos turísticos

¹⁰ Ver Cohen E. Rethinking the Sociology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6:18-35, 1979.

y sus manifestaciones económicas¹¹ han sufrido cambios que dificultan la reconstrucción de las series históricas necesarias para la evaluación de los últimos 50 años. En los casos que se consideró necesario, se precisa dentro del documento su verdadero alcance en las interpretaciones que se realizaron.

Para facilitar la comprensión de los procesos, se han identificado seis grandes periodos en el tiempo, que se toman como referencia para facilitar la ubicación histórica y prospectiva de los acontecimientos y factores sujetos del estudio:

- Periodo de gestación del Modelo de Enclave 1950-1958
- Periodo de consolidación del modelo 1958-1974
- Culminación del modelo de enclave 1974-1984
- Etapa de transición 1984-1992
- Situación actual 1992-2000
- Prospectiva 2000-2020

A partir de esta periodización, el análisis de las variables se presenta de manera que pueden evaluarse dos dimensiones: una diacrónica y otra sincrónica¹².

La primera –diacrónica- identificará la vinculación entre hechos y procesos económicos, sociales, culturales y políticos que caracterizan etapas o fases en la realidad turística nacional. La segunda permitirá identificar la secuencia de los hechos y procesos que caracterizan la evolución del turismo en México en el tiempo.

Criterios de acopio, selección y análisis crítico de la información disponible

Para alimentar la investigación se recurrió a diferentes fuentes, eligiendo la información por su relevancia para dar respuesta a los alcances de la investigación en los tiempos y condiciones establecidos en las bases. Toda cifra o hecho que se presenta en el estudio fue cuidadosamente analizada de acuerdo a dos criterios básicos: Pertinencia y confiabilidad.

La información utilizada se seleccionó tomando en cuenta su sustento conceptual y metodológico. Los datos históricos se acreditan con las fuentes correspondientes con el objeto de poder dar seguimiento al proceso en el tiempo.

¹¹ Es a partir de la Conferencia de Ottawa en junio de 1991 que se recomiendan los nuevos criterios metodológicos para la cuantificación de los flujos turísticos. La Organización Mundial del Turismo los promueve ante la ONU y son aceptados en marzo de 1993. En México este proceso se inicia de manera oficial en 1992 a partir de los trabajos del Banco de México y la Secretaría de Turismo.

¹² Ver Jean Piaget, Estudios Sociológicos, Ed. Ariel. 1983.

Para realizar el análisis crítico de la información se tomaron como marco de referencia las definiciones, recomendaciones y convenciones de la Organización Mundial del Turismo contenidas en su serie de Manuales Técnicos.

Hasta los noventa, se carecía de información que permitiera medir con mejores elementos dónde y cómo se daban las contribuciones del turismo al desarrollo del país. Sin embargo, se han iniciado diversos procesos institucionales¹³ entre los que destaca la Cuenta Satélite de Turismo (CTS)¹⁴. Estos estudios han puesto en evidencia la importancia del mercado doméstico en cuanto a sus contribuciones en el desarrollo nacional, así como el análisis de otras actividades económicas relacionadas con el turismo distintas a la hotelería, pero no se cuenta con información suficiente para realizar series o evaluaciones históricas.

Para minimizar el riesgo de utilizar insumos de información errónea, se tomaron las siguientes medidas:

1. Se trabajó de manera estrecha con el CESTUR para validar y tener su opinión crítica sobre los datos e información obtenida de todas las fuentes incluyendo a SECTUR.
2. Se obtuvieron pronósticos de la economía mundial relacionados con los pronósticos de cada país para manejar parámetros globales.
3. El impacto de la situación social y de política interna de cada país como la relación de cada país con la comunidad internacional se reducen con el análisis cualitativo de cada país considerado. Sin embargo, entre más distante es el horizonte temporal, más alto es el nivel de riesgo. De tal forma que el riesgo de variación del pronóstico es mayor hacia el año 2020 que a corto o medio plazo.

Estructura del Documento

El documento se integra de cuatro partes:

I. Diagnóstico Situacional

Presenta un análisis cuantitativo y cualitativo de la dinámica y tendencias del turismo nacional en los últimos 50 años. Se refieren los principales factores

¹³ Principalmente entre la Secretaría de Turismo y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y desde la Organización Mundial de Turismo, la OCDE en los ochenta y posteriormente el World Travel and Tourism Council –organismo privado que representa a las grandes empresas internacionales con intereses en el turismo- se reconoció la necesidad de contar con mejores mediciones de los impactos del turismo en el conjunto de la actividad económica que no se limitaran a los indicadores tradicionales de número de turistas, ingresos de divisas o la hotelería.

¹⁴ La metodología para establecer la CST, fue desarrollada por la OMT, apoyada por la División de Estadística de Naciones Unidas y relacionada con el Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM).

endógenos y exógenos que hacen posible establecer una explicación de los cómo y porqués del actual estado de cosas en la situación actual del turismo en México, concluyendo con un resumen de las principales ventajas o capacidades y los problemas de carácter estructural, organizacional y/o promocional que han inhibido y limitan en la actualidad el desarrollo de la actividad y se presentan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los elementos que lo componen

II. Contexto prospectivo

Se refiere una visión de futuro en el horizonte 2020, en la que se presentan las principales macrotendencias, internacionales y nacionales, en los ámbitos: social, económico, tecnológico y político, que afectarán las condiciones de operación y competitividad del desarrollo del turismo en el país y las implicaciones que éstos tendrán en el desarrollo del turismo.

III. Pronósticos

A partir del análisis de las capacidades y necesidades del turismo nacional identificadas en el diagnóstico situacional, así como las implicaciones de las macrotendencias para el desarrollo del turismo en México identificadas en el apartado anterior, se desarrollan una serie de pronósticos que llevan al planteamiento de cinco escenarios del desarrollo turístico en México y una propuesta de selección de productos/mercados a partir de las ventajas y desventajas de cada uno de los escenarios propuestos.

IV. Propuestas para el Plan Rector

Finalmente, se proponen una serie de objetivos estratégicos para el desarrollo del turismo en México, así como orientaciones rectoras y recomendaciones para el impulso de las principales políticas, estrategias y acciones necesarias para su desempeño teniendo como horizonte la Visión del panorama global del 2020.

Equipo de Trabajo

Este trabajo ha sido realizado por el siguiente equipo de trabajo: Antonio Alonso, Pablo Alvarez Icaza, Kevin Beekman, Carlos Cruz, Henry Cruz, Daniel Hiernaux, Alfonso Jiménez, Verónica Lomelín, Manuel Rodríguez y Alejandra Zorrilla.

I. Diagnóstico Situacional

1. Dinámica y Tendencias del turismo en los últimos 50 años

En este apartado se presenta el marco histórico del desarrollo de turismo en el país con el objeto de proporcionar elementos sobre la evolución y desarrollo de diversas variables cuantitativas y cualitativas que permiten comprender la dinámica y tendencias que ha tenido el turismo en los últimos 50 años.

En la primera parte se analiza el comportamiento de las principales variables cuantitativas y su relación con la competitividad y el impacto del turismo en la economía nacional. Estas variables son las siguientes:

- Número de turistas
- Ingreso de divisas por turismo
- Plazas cama contra número de turistas
- Participación del turismo en la economía
- Evolución del gasto medio por turista
- Empleos generados por la actividad turística.

En la segunda parte, se presenta el análisis de las variables cualitativas tanto exógenas, externas al sistema turístico nacional, como endógenas, las condiciones y reacciones propias del sistema, que influyeron en la determinación del modelo, con el objeto de encontrar la explicación de los cómo y los porqués del estado actual de del turismo nacional, que se refieren con la competitividad, la sustentabilidad de los destinos y los efectos del turismo en el desarrollo nacional.

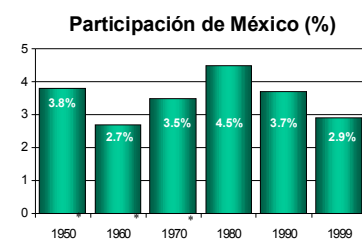
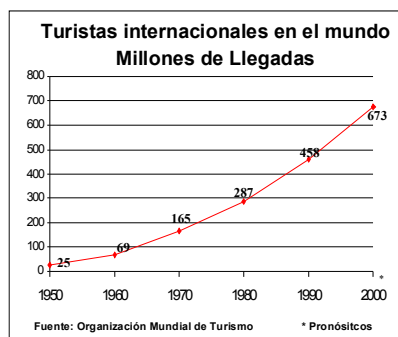
- Las variables cuantitativas correspondientes son:
- Características del entorno internacional
- Características del mercado
- Características de la oferta: organización espacial, criterios de desarrollo
- Organización sectorial y rol del estado, tanto instancias turísticas como otras que inciden en su desarrollo
- Impactos económicos sociales y ambientales del turismo

1.1 Participación de México en el turismo mundial

1.1.1 Llegadas de turistas en México y el mundo

El turismo ha tenido un crecimiento significativo en los últimos 50 años.

LLEGADAS INTERNACIONALES (1950-2000)



En 1950, la OMT registró 25 millones de llegadas internacionales en el mundo. Para el año 2000, se calcula que habrá 673 millones, lo que se multiplicó veintiséis veces en los últimos cincuenta años.

En México también se observa una tendencia de crecimiento sostenido en el tiempo. En 1950 México participó con el 3.8 % del turismo mundial, con 950 mil llegadas. Y en 1999 recibió más de 19 millones de llegadas, lo que representará un crecimiento de veinte veces en casi medio siglo.

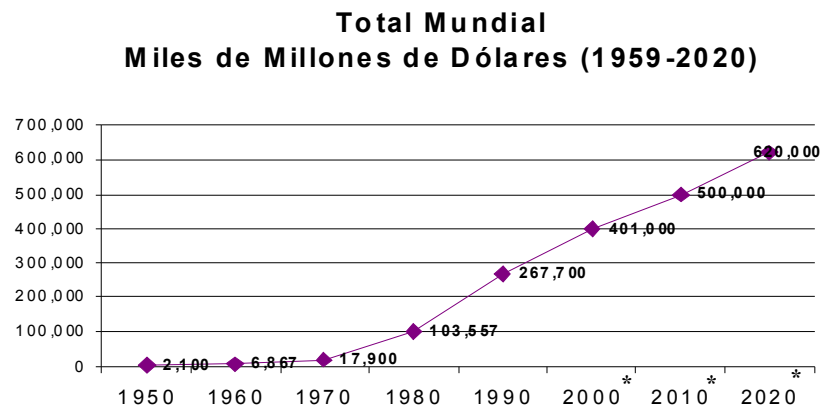
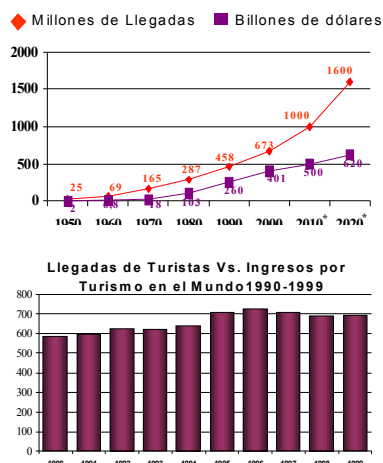
A partir del modelo adoptado por México y la apertura de nuevos destinos a mediados de los setenta y ochenta, el crecimiento se intensificó y se observa incluso un aumento en la participación de México en las llegadas internacionales durante los ochenta, que coincide con la etapa de culminación del modelo. Sin embargo, aunque el número de llegadas ha seguido aumentando, se observa una tendencia decreciente en la participación de México en las llegadas internacionales, debido en parte al aumento de la competencia internacional y al agotamiento del modelo descrito.

1.1.2 Ingresos por Turismo en el Mundo

Los ingresos generados por turismo a nivel mundial se han incrementado sistemáticamente en los últimos 50 años. De 2 mil millones de dólares en 1950, han crecido a 400 mil millones en el año 2000. Esto representa un crecimiento de doscientas veces y se debe a una mayor sofisticación del turismo y los servicios relacionados.

INGRESOS POR TURISMO EN EL MUNDO (1950-2000)

Durante los primeros 30 años, el crecimiento de los ingresos fue relativamente menor al resto del periodo. En la década de los 70 los índices de crecimiento se intensificaron. En diez años, los ingresos por turismo crecieron casi siete veces. En los 80 el ingreso por divisas en el mundo creció 2.5 veces, pero a partir de los 90 el índice de crecimiento decreció y se espera que mantenga una tendencia más conservadora en los próximos años.



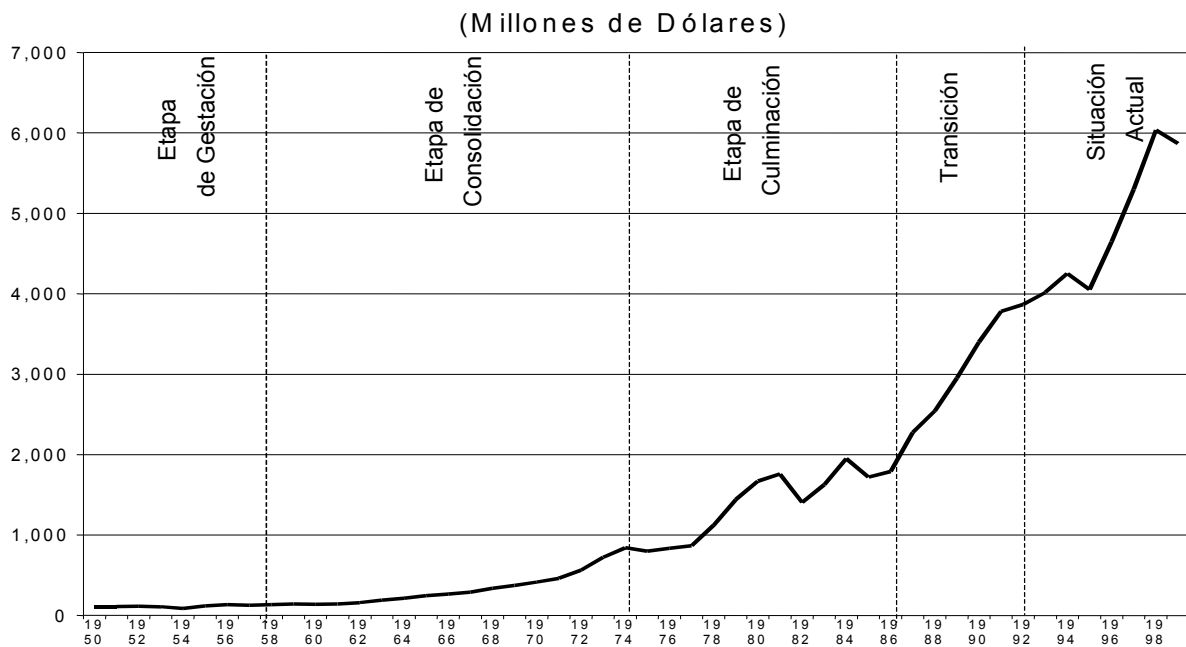
Así mismo, a partir de los 90, se hace evidente que el crecimiento del número de llegadas ha rebasado el crecimiento de los ingresos generados por turismo, lo que tiene una relación directa con el hecho de que el gasto por turista ha decrecido. La OMT ha calculado que mientras el número de llegadas crecerá el 137 % en los próximos 20 años, los ingresos sólo crecerán el 55 %.

1.1.3 Ingresos por Turismo en México

En México, el crecimiento de los ingresos por turismo receptivo ha tenido variaciones importantes en los últimos 50 años por diversos factores.

En la primera etapa del modelo, se mantuvo prácticamente constante. En la etapa de consolidación, tuvo un crecimiento moderado que se aceleró a principios de los sesenta y se mantuvo constante hasta 1974. La etapa de transición que va de 1986 a 1992, el crecimiento se dispara manteniéndose constante salvo en el periodo de crisis que vive el país en 1994, para continuar su tendencia de crecimiento hasta 1998 en que nuevamente tiene una ligera caída.

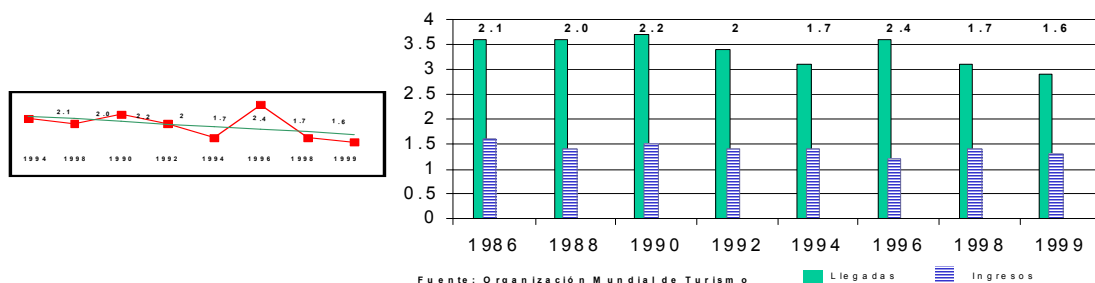
INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO (1950-1999)



1.1.4 Participación de México en Llegadas de Turistas e Ingresos

Como se observó anteriormente, tanto el número de turistas como el ingreso de divisas por turismo han crecido en México sistemáticamente desde 1950. Sin embargo, en los últimos años, la participación de México en los ingresos por turismo del mundo ha sido menor que su participación en el número de llegadas.

PARTICIPACIÓN DE MÉXICO EN LLEGADAS E INGRESOS (1986-1999)

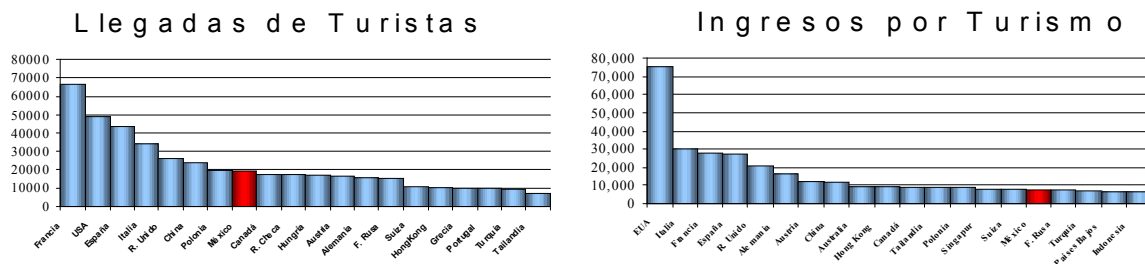


Esta situación pone en evidencia que el gasto promedio por turista en México, es menor que en otros países turísticos a nivel mundial. Aunque en 1990 y 1996 disminuyó la diferencia entre número de llegadas e ingresos por turismo, se percibe que la diferencia esta disminuyendo. Se evidencia, además, que la participación de México tiende a decrecer en tanto en llegadas como en ingresos.

1.1.5 Principales países receptores de turismo en el mundo

En los últimos años, México ha sido el único país latinoamericano ubicado entre los principales veinte países receptores de turistas internacionales. Sin embargo, mientras el país ocupa el número 7 en las llegadas totales de turismo a nivel mundial, está en el 13 en el ingreso de divisas, lo que refuerza el análisis anterior.

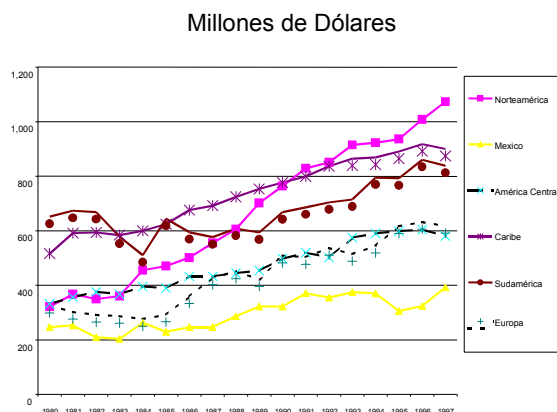
POSICIÓN DEL TURISMO EN MÉXICO 1998



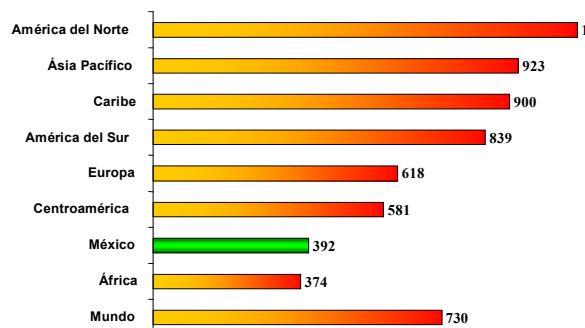
Es relevante observar que los principales cuatro países receptores participan con el 31 % de las llegadas internacionales y tan sólo Francia recibe casi el 10 % del total mundial. Sin embargo, los diez países que ocupan entre el 7º y 14º lugar, entre los que se encuentra México, participan con entre el 3.2 y el 2.5% respectivamente.

Como en el caso de llegadas de turistas, los cuatro primeros países reciben el 35% de los ingresos. Estados Unidos por sí solo, recibe casi el 17 % del total mundial. Sin embargo, los diez países que ocupan entre el 7º y 20º lugar, entre los que se encuentra México, participan con rangos de entre el 2.7 y el 1.5 % del total global.

GASTO MEDIO DE LOS TURISTAS EN LOS DESTINOS DEL MUNDO 1950-1997



Promedio en 1997



Fuente: Organización Mundial de Turismo

México ha tenido un gasto medio inferior a la mayoría de los principales destinos del mundo.

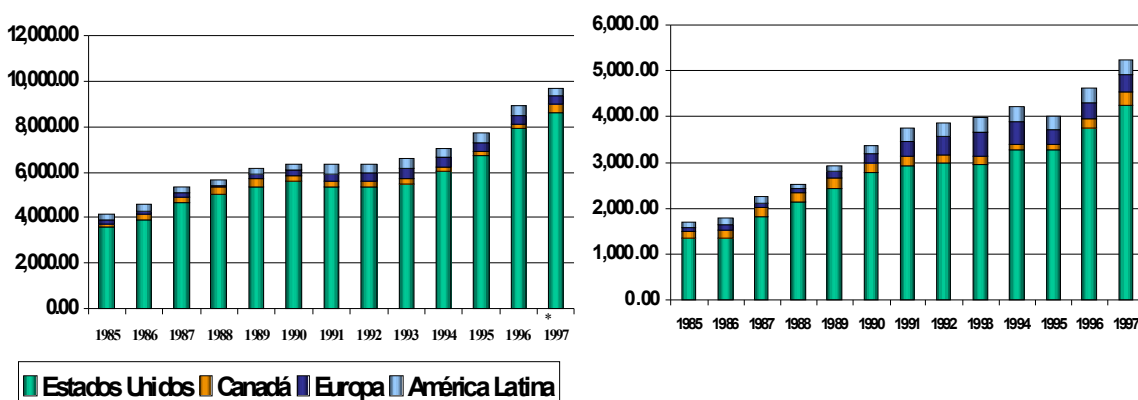
1.1.6 Principales Mercados Internacionales para México

EEUU es el principal mercado emisor para México. El crecimiento de mercados de Europa, Canadá y América Latina ha sido positivo, aunque se han observado diversos periodos en los que su participación ha variado de forma sustantiva.

PRINCIPALES PAISES EMISORES DE TURISMO PARA MÉXICO 1985-1997

Miles de Personas

Gasto Millones de Dólares



Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR, 1999

Las condiciones de vecindad con los EEUU, así como su tamaño relativo, determinaron la preponderancia de este mercado para el turismo en México. Las razones de la importancia de este mercado son:

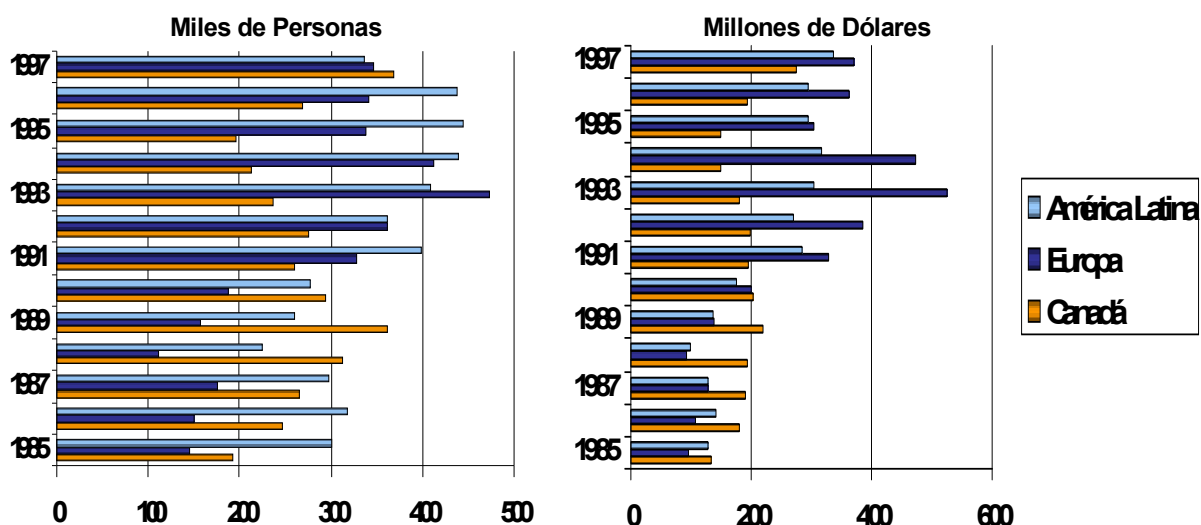
- Los EEUU representaron el mercado emisor de turistas más importante de la posguerra. Europa se encontraba en etapa de reconstrucción y su importancia como mercado emisor extrarregional no fue significativo.
- Los avances tecnológicos y el desarrollo de la aviación comercial se dieron desde los EEUU.
- En el marco de la expansión económica de EEUU se buscaron opciones para la inversión de capitales. El turismo se concebía como un área de oportunidad que vinculaba la posibilidad de negocio a la vez de exportación del American Way of Life.

En este contexto en México se adoptó el modelo turístico estadounidense caracterizado por el turismo de “resort”: hoteles en la playa con todos los servicios:

alimentos, diversión, compras, etc. La oferta turística del país ha sido ad-hoc al perfil del mercado estadounidense: modelo sol y playa.

En términos de ingresos por turismo receptivo, EEUU representa el 81% de los ingresos de México (contando el turismo fronterizo representaría el 83%).

PARTICIPACIÓN DE AMÉRICA LATINA, EUROPA Y CANADÁ EN EL TURISMO RECEPTIVO DE MÉXICO (1997)

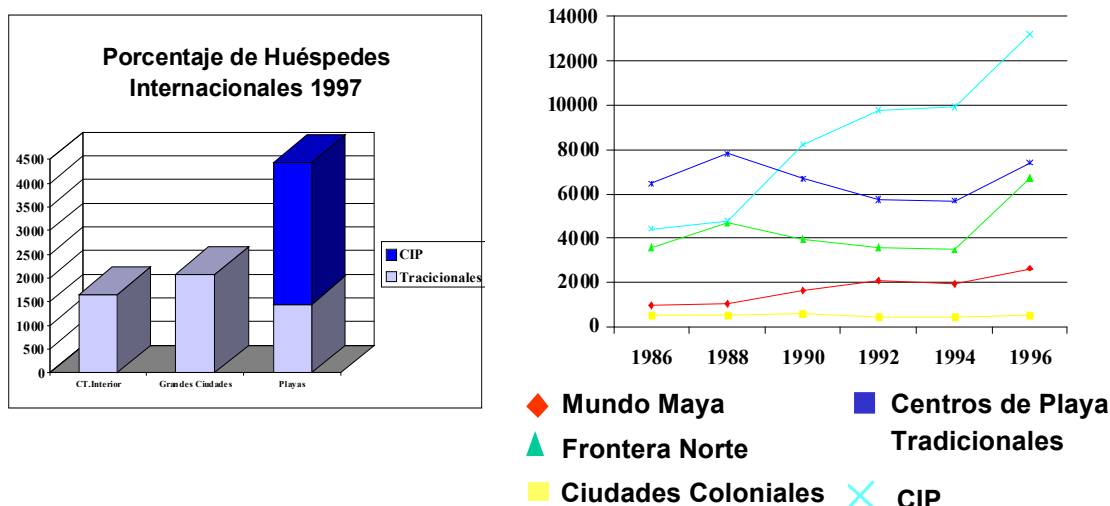


Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, SECTUR, 1999

1.1.7 Turistas Internacionales en Regiones y Centros de Playa Seleccionados

Aunque el mayor peso de los turistas internacionales se da en los Centros de Playa, especialmente en los CIP, también es significativa la tendencia creciente que comienza a partir de 1994 en otras regiones del país como la Frontera Norte y Mundo Maya.

DISTRIBUCION DE TURISTAS/NOCHE INTERNACIONALES EN CENTROS SELECCIONADOS



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, SECTUR, 1999

La gráfica anterior derecha, muestra el final de una tendencia creciente de turistas internacionales hacia las playas mexicanas, que venía desarrollándose desde los años cincuenta. El decrecimiento de los destinos tradicionales de playa, parece haber sido influido de forma relevante por la apertura de los CIP, que se convirtieron en su competencia más directa, así como un crecimiento importante de la oferta internacional de playa que se ha incrementado constantemente en el mundo.

1.1.8 Participación del mercado nacional en el turismo

El mercado interno ha crecido de forma importante en todo el país. Es importante señalar que la demanda interna en los países, que podría parecer como poco importante, es la que en muchos de las naciones con gran capacidad de competitividad turística ha permitido crecer y estimular la actividad hasta alcanzar niveles de excelencia y calidad de nivel global.

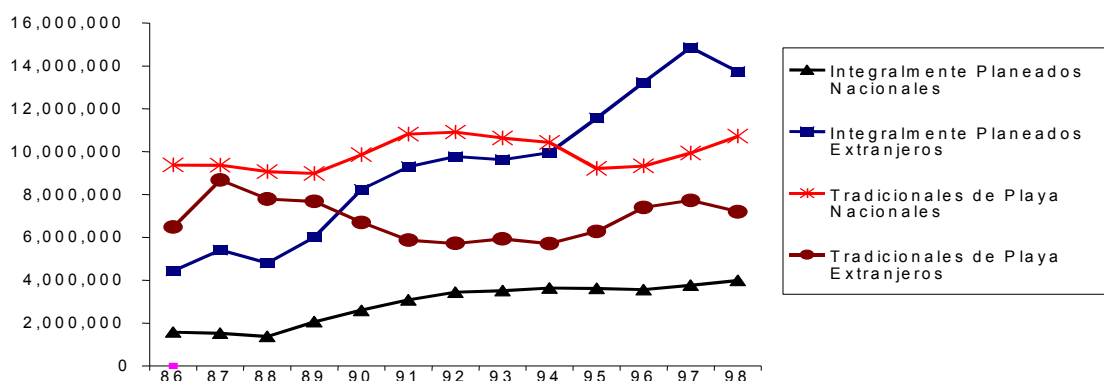
Los estudios realizados en últimas fechas, como la Cuenta Satélite de Turismo, han puesto en evidencia la importancia del mercado doméstico en cuanto a sus contribuciones en el desarrollo nacional, así como el análisis de otras actividades económicas relacionadas con el turismo distintas a la hotelería.

El turismo interno, tiene además ventajas en otros campos de desarrollo integral por su efecto importante en el fortalecimiento de la identidad nacional, el conocimiento de lo propio y la distribución del ingreso.

No obstante lo anterior, el turismo doméstico ha jugado un papel secundario en las orientaciones de desarrollo y las políticas de fomento, salvo en materia de política social durante los años 70 y parte de los ochenta con las iniciativas del IMSS (Oaxtepec), ISSSTE (Turissste) y el Congreso del Trabajo (Fideto).

TURISTAS NOCHE EN CENTROS DE PLAYA 1986-1998

(Miles de Turistas)



Fuente: Secretaría de Turismo.

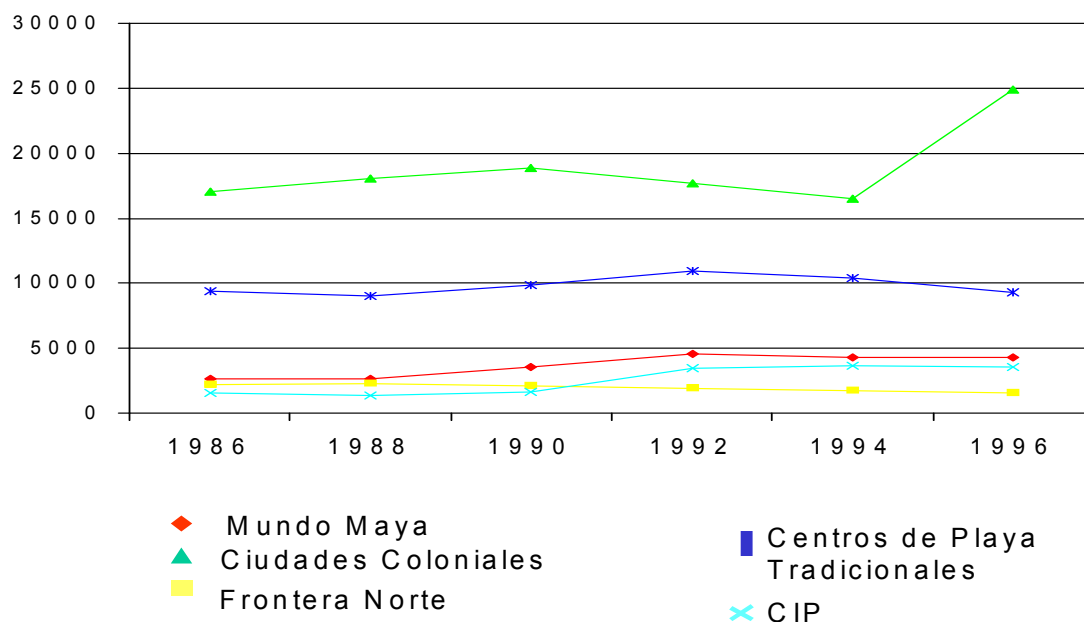
En los centros turísticos tradicionales de playa, el turismo doméstico es el principal mercado de la hotelería y su crecimiento en los centros turísticos integralmente planeados ha sido consistente, aunque el desarrollo de oferta especializada y accesible para este mercado, se ha descuidado por parte del sector privado, salvo en temporadas bajas, cuando se desarrollan y ofrecen paquetes para los nacionales.

1.1.9 Turistas Nacionales en Regiones y Centros de Playa Seleccionados

El crecimiento del turismo nacional ha sido especialmente vulnerable a la economía interna del país; en la gráfica que se muestra a continuación, se observa un crecimiento importante de turistas nacionales hacia las ciudades coloniales a partir de 1994, que coincide con la etapa de transición del modelo en

la que se verifica el surgimiento de nuevos actores y ofertas en las ciudades del interior. En cuanto a viajes a la playa, los centros tradicionales siguen siendo privilegiados por el mercado nacional, aunque es interesante notar que durante el segundo lustro de los ochenta y hasta 92, la línea de tendencia es muy similar con la de los CIP, aunque estos últimos continúan estables después de ese año mientras los tradicionales van a la baja, probablemente por falta de oferta y condiciones favorables para los viajeros nacionales.

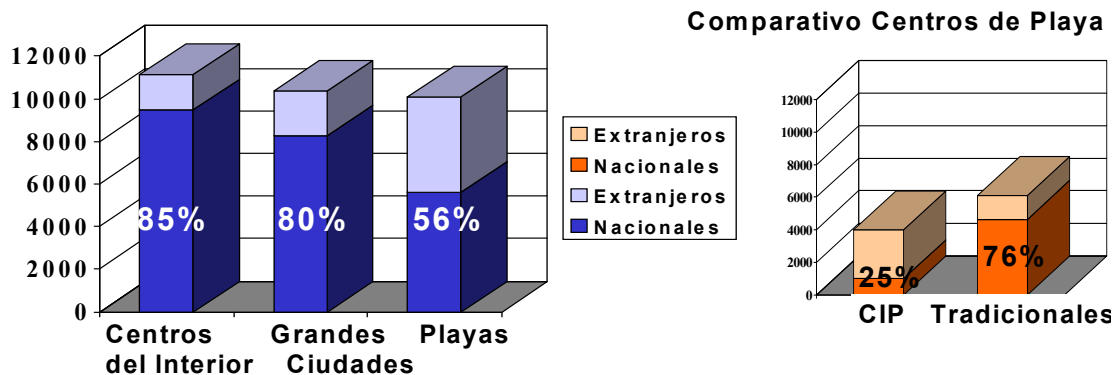
TURISTAS NACIONALES EN CENTROS SELECCIONADOS (1986-1996)



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, SECTUR, 1999

De acuerdo a la Cuenta Satélite de Turismo, más del 70% de la Actividad económica relacionada con el turismo es producto del mercado doméstico y representó el 74% de los turistas nacionales en destinos seleccionados y su peso aumenta en el resto del país.

**PORCENTAJE DE TURISTAS NACIONALES EN DESTINOS SELECCIONADOS
1997**



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo, 1999

1.1.10 Relación de la oferta Vs. la demanda

A continuación se presenta un cuadro comparativo del crecimiento de plazas cama contra llegadas internacionales, considerando que estas dos variables constituyen una referente pertinente para sustentar esta afirmación. La información existente no permite evaluar consistentemente el periodo completo, sin embargo, en esta comparación se hace evidente uno de los factores por los que se ha incrementado la competencia a nivel internacional: La oferta está creciendo más rápido que la demanda.

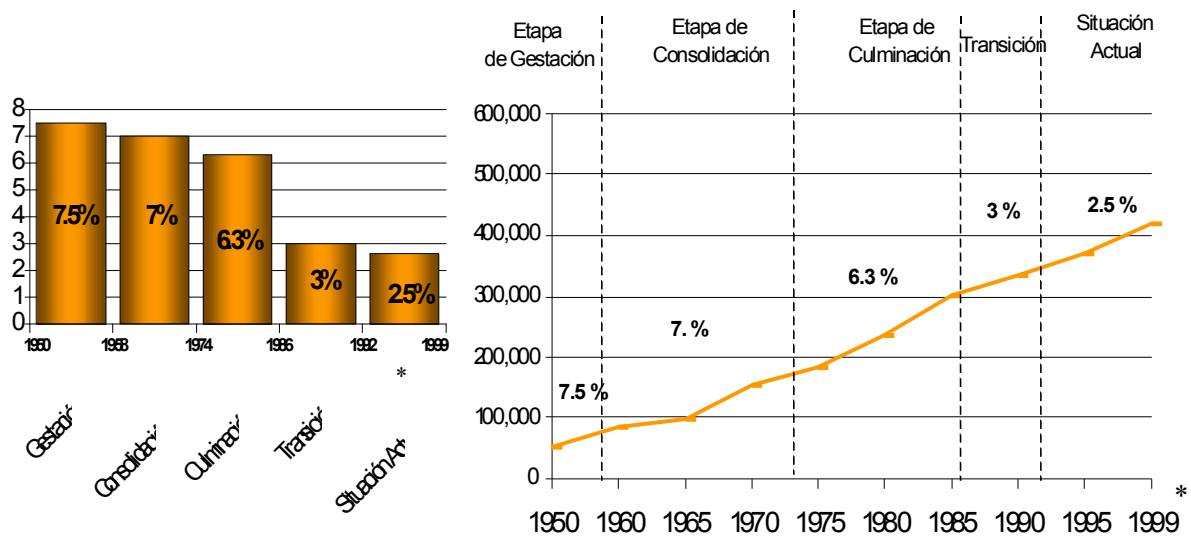
De acuerdo a la OMT, mientras en el período 1980-1985, el crecimiento de plazas cama era del 12 % anual y el índice de crecimiento del el número de llegadas se encontraba en el 5.2 % anual. La tendencia de crecimiento de la oferta seguirá rebasando por mucho el crecimiento de la demanda, para el periodo 1990-2000, el crecimiento de plazas cama será del 22% mientras el crecimiento en el número de llegadas será apenas del 3.8% total mundial.

1.1.11 Crecimiento anual de la oferta de alojamiento en México

En las primeras etapas del modelo, el crecimiento de alojamiento en todo el país fue significativo, aunque con una tendencia a la baja que se hace más notoria en los últimos años. A partir de 1974 y durante la etapa de Culminación del modelo, el crecimiento con la apertura de los CIP, se recupera el crecimiento en función de

los apoyos para la construcción de la gran hotelería en centros de playa seleccionados, para volver a estabilizarse en los noventa al decrecer los apoyos institucionales.

CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL DE LAS HABITACIONES TURISTICAS EN MEXICO 1950-1999

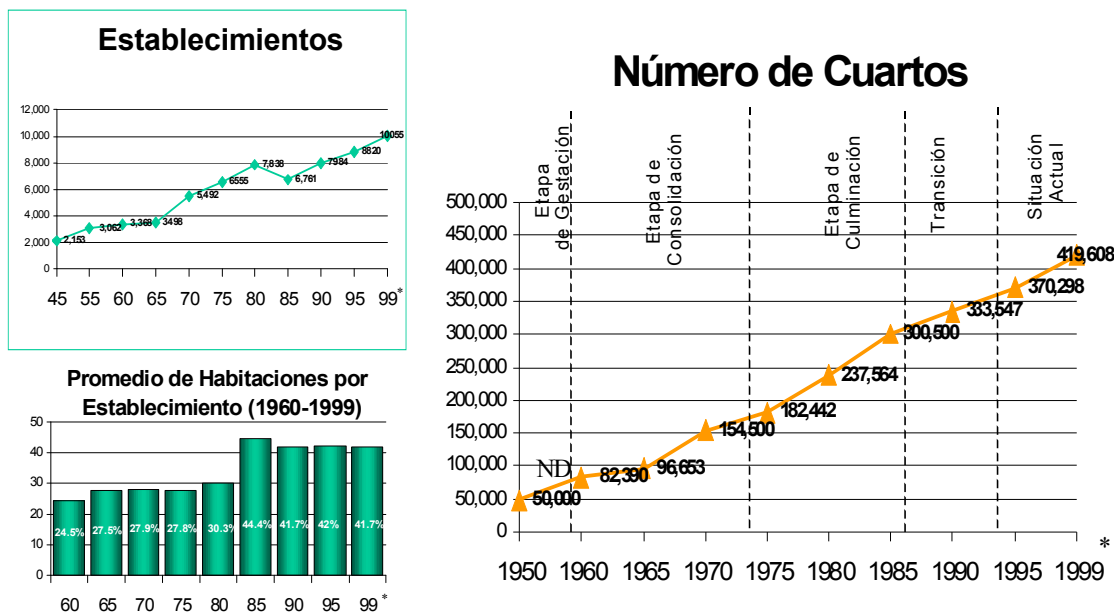


Fuente: Compendio Estadístico del turismo en México * Pronóstico

1.1.12 Porcentaje de Número de Cuartos por Establecimiento

Durante las primeras etapas del modelo, el número de habitaciones por establecimiento en México, era de menos de 30 habitaciones por establecimiento, este indicador se modifica a partir de la etapa de consolidación del modelo y a partir de entonces se mantiene en más de 40, debido al crecimiento de la gran hotelería, especialmente en los CIP.

OFERTA DE ALOJAMIENTO EN MÉXICO 1950-1999



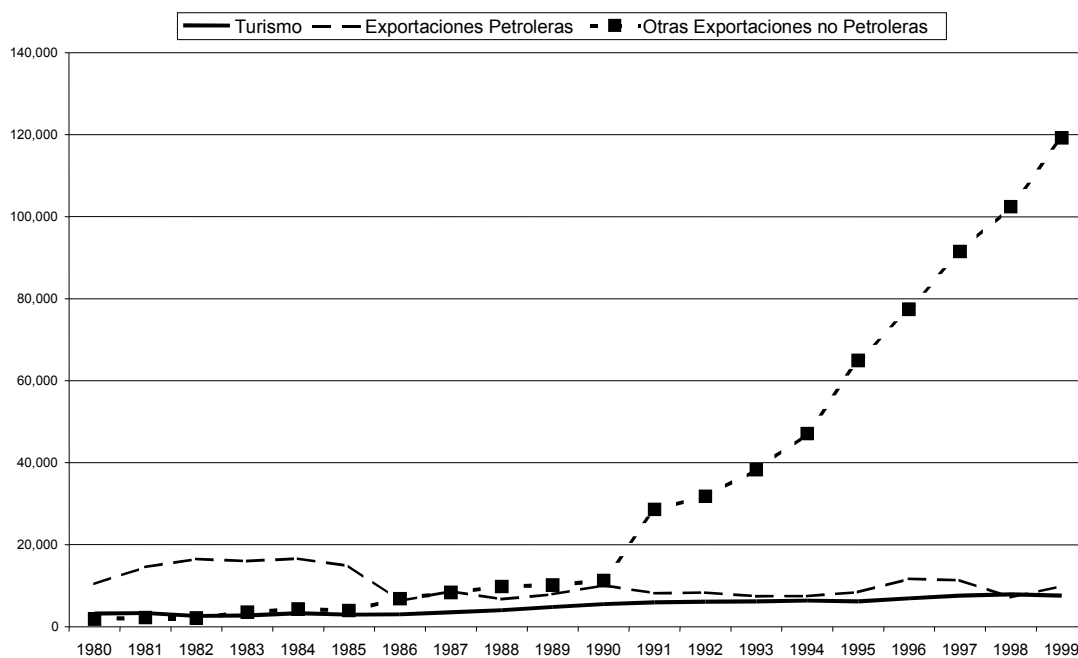
Fuente: Compendio Estadístico del turismo en México * Pronóstico

1.1.13 Evolución de la participación del ingreso del turismo frente a otras exportaciones

En la contribución del turismo a los ingresos por exportaciones se observan tres etapas.

INGRESOS POR TURISMO, PETROLEO Y OTRAS EXPORTACIONES (1980-1999)

(Millones de Dólares)



La primera que va hasta 1971 en que las aportaciones de los ingresos por turismo llegaron a representar hasta el 45% de los ingresos de la Cuenta Corriente. Esta situación coincide con que a finales de los años sesenta y principios de los setenta se haya decidido impulsar al turismo como un factor importante de los ingresos de divisas al país.

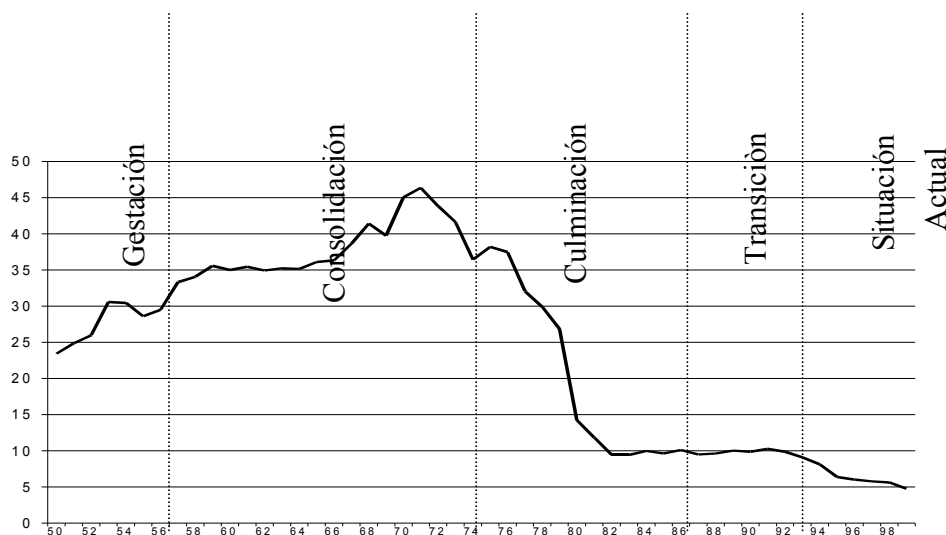
Una segunda etapa va de 1972 hasta 1982 en que sus aportaciones siguen siendo significativas pero el turismo compite con el petróleo. La contribución de los ingresos turísticos en dichos años siguió siendo significativa hasta 1982 cuando cayó al 10%. En esta etapa es cuando se da mayor impulso al desarrollo turístico del país y su crecimiento fue significativo como se observa en los apartados

anteriores, sin embargo su reflejo en los ingresos de la Cuenta Corriente empieza a declinar frente al petróleo y al inicio de las exportaciones manufactureras.

La tercera etapa de relativa estabilidad en las contribuciones, alrededor del 10% anual, va de 1982 a 1992, período en que el proceso de apertura se reflejó en el acelerado crecimiento de las manufacturas. Los ingresos por turismo apenas llegan a representar poco menos del 5% de los ingresos de la Cuenta Corriente en el año de 1999.

La captación de divisas ha sido una de las principales razones para impulsar las políticas turísticas durante las etapas de gestación, consolidación y culminación del modelo, en que su participación fue mucho más significativa. Actualmente, el turismo podría perder importancia estratégica, aunque en el reconocimiento de la necesidad de diversificar las actividades productivas. De ésta manera, el turismo forma parte importante del discurso nacional. Sin embargo, se ha visto la necesidad de medir los impactos del turismo en otros campos de importancia estratégica para el país.

PORCENTAJE DE PARTICIPACION DEL TURISMO EN LOS INGRESOS DE LA CUENTA CORRIENTE 1950-1999



1.1.14 . Otras contribuciones del turismo a la economía nacional

Entre los hallazgos de la Cuenta Satélite de Turismo para 1996 y publicados en 1999, destaca que el turismo contribuye al 8.2% del PIB nacional y al 6% del personal ocupado del país, siendo el 70% de esta contribución imputable al turismo doméstico.

Estas cifras ponen en evidencia que las contribuciones del turismo al desarrollo nacional son más diversas que sólo considerar la captación de divisas; así como que el turismo doméstico tiene impactos económicos mayores que el turismo internacional.

El conocimiento de esta nueva dimensión del turismo implica una revisión de las políticas adoptadas y una nueva valoración de sus otras contribuciones al desarrollo nacional.¹⁵

2. Proceso evolutivo del desarrollo del turismo en los últimos 50 años

A continuación se presenta un cuadro sinóptico con los elementos históricos más importantes que corresponden a la periodización elaborada para analizar el turismo en los últimos 50 años.

Para facilitar la comprensión de los procesos, se han identificado seis grandes periodos en el tiempo, que se toman como referencia para facilitar la ubicación histórica y prospectiva de los acontecimientos y factores sujetos del estudio:

- Periodo de gestación del Modelo de Enclave 1950-1958
- Periodo de consolidación del modelo 1958-1974
- Culminación del modelo de enclave 1974-1984
- Etapa de transición 1984-1992
- Situación actual 1992-2000
- Prospectiva 2000-2020

¹⁵ La propuesta de Plan Rector hacia el 2020 recupera estos elementos en la formulación de sus estrategias y políticas.

REFERENCIA HISTÓRICA DE EVENTOS Y SITUACIONES REPRESENTATIVAS

	Exógenas				Endógenas		Situación de las Políticas Turísticas e Instrumentos
	Políticos	Económicos	Tecnológicos	PsicoSocio Culturales	Prácticas turísticas (demanda)	Satisfactores turísticos (oferta)	
2000	En el mundo: La Guerra del Golfo y la reunificación de Alemania	Desarrollo Sustentable	PC e Internet Celular	Valoración de la naturaleza y culturas autóctonas	Se incorpora el mercado sudamericano Más viajes más cortos	Saturación sobreuso de recurso naturales Baja en la calidad del producto.	Nueva Ley Federal. Pérdida de facultades de SECTUR Crisis financiera de FONATUR. Descentralización
1992	En México; Democratización y reducción del Estado	Apertura Económica. Globalización	Sistemas Globales de Comunicación	Envejecimiento de la población en los países Industrializados	Búsqueda de nuevos destinos y actividades. Exigencia en la calidad ambiental	Sobreoferta. Crecimiento de la competencia internacional	Fondos Mixtos, CPT de México Desregulación-simplificación
1974	Fin de la Guerra Fria Nueva Geopolítica. Reorganización de Bloques En México: Desequilibrios estructurales	"Reganomics" En México: Crisis de la Deuda Externa/ GATTs	Telecomunicaciones, fax, video y computadoras En México: se lanza el Morelos I	Yupismo. Orientación a la salud. Conciencia medioambiental	Sistemas globales de reservaciones Apertura de nuevos destinos en el mundo	Fomento a los Vuelos Charter Expansión de cadenas hoteleras Migración a ciudades turísticas, crisis ambientales y sociales en algunos destinos	Programa Sectorial y Programa de Acción Inmediata para el Fomento al Turismo. SWAPS Liberalización de tarifas hoteleras SECTUR y FONATUR
1958	En el mundo: Alianza para el progreso, revolución cubana En México: Estado benefactor, voto a la mujer	Crisis Petrolera. OPEP En México: Desarrollo estabilizador	El hombre llega a la Luna En México: Importación de tecnología	"American way of life" y movimientos estudiantiles En México: El 68, la guerrilla en guerrero	Mayor conciencia ambiental Crecimiento de la demanda interna Incorporación del mercado europeo	Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco Fideicomiso Acapulco Expansión de la oferta de servicios	Ley Federal de Turismo Plan de Desarrollo Turístico. Participación de la OEA Consejo Nacional de Turismo Fogatur e InfraturDepartamento de Turismo (autónomo)
1950	En el mundo: La guerra fría En México: Régimen de "economía mixta"	Financiamiento y cooperación internacional. En México: Industrialización y modernidad. Sustitución de importaciones	Tecnología aeroespacial En México: TV y teléfonos	El mundo de la posguerra En México: Migración del campo a la ciudad, fundación de Ciudad Universitaria	Mercado de USA que busca principalmente playa	Playa, producto simple, folklore	Primera Ley Federal de Turismo

2.1. Periodo de Gestación (1945-1958)

El turismo moderno nace a partir de la segunda guerra mundial y por eso se encuentra inmerso en el contexto que definió las relaciones internacionales y nacionales de esa época.

Principales factores internacionales que incidieron en la gestación del modelo de enclave y el desarrollo del turismo en México

La transformación de tecnología de guerra hacia las esferas civiles, especialmente en los ámbitos de comunicaciones y transportes, proceso que sucede después de la segunda guerra mundial, así como la búsqueda del encuentro con la modernidad que se posiciona como paradigma de progreso y bienestar de los países occidentales ganadores en la guerra, dan origen al boom turístico de los años 60. En éste contexto, el inicio del turismo masivo se significa por turistas que tienen como primer objetivo la diversión y el encuentro con lo desconocido. En un contexto interno de posguerra con un trabajo industrial duro y extenuante en los países más desarrollados, el viaje se observa también como una de las formas de recuperación de la fuerza laboral, que busca entretenimiento y descanso.

La mayor parte de los turistas internacionales, lo constituyen ciudadanos de los Estados Unidos de América, pues Europa se encuentra en plena reconstrucción.

En ésta época, los litorales de los países se ven revalorados con la preferencia del mercado hacia los destinos de playas, que se relacionan con la búsqueda de diversión, descanso y entretenimiento.

El turismo doméstico en México inicia su movimiento hacia nuevos destinos de playa, dejando atrás los tradicionales como Veracruz y Tampico.

La imagen de la gran hotelería internacional se ve significativamente privilegiada por la creciente búsqueda de la modernidad dentro del paradigma americano que, por otra parte, busca fortalecer la imagen de bienestar de los países occidentales, ganadores en la guerra.

Principales factores nacionales que incidieron en la gestación del modelo turístico de enclave y el desarrollo del turismo en México

La industrialización en México adquirió un sentido definido y sistemático a partir de los años treinta, aunque fue más claro después de la segunda guerra mundial. El estado se enfocó a los objetivos y necesidades del proceso de industrialización propios de la época y en este marco, se identificó el papel preponderante del turismo como Actividad generadora de divisas para equilibrar la balanza de pagos.

El estado benefactor estaba en auge, por lo que la primera Ley de Turismo (1949) que otorgó a la Secretaría de Gobernación la competencia en materia de turismo, se aboca principalmente hacia: normar la prestación de servicios turísticos; aprobar tarifas y determinar la pertinencia o no de la apertura de establecimientos turísticos. Adicionalmente, se le confieren facultades para la promoción nacional e internacional del turismo mexicano.

A principios de los 50, la producción industrial y la construcción disminuyeron, el PIB apenas creció y la demanda de productos mexicanos en el extranjero disminuyó. Las importaciones de maquinaria y equipo, habían superado ampliamente la producción interna en éste renglón, por lo que se desató una espiral inflacionaria que se agravó con la devaluación de 1954. El Gobierno Federal inició una etapa de expansión al absorber empresas en condiciones poco rentables e incluso en quiebra, no sólo por su importancia estratégica, sino con el mero fin de contrarrestar el desempleo abierto. La necesidad de divisas se hizo preponderante y el turismo fue considerado como una alternativa viable para su generación.

En este marco, se establecieron una serie de estímulos para el crecimiento hotelero, como la disminución de aranceles para la importación de artículos para la construcción, la reducción de impuestos sobre alojamiento y el establecimiento de políticas crediticias con el fin de apoyar el desarrollo de la capacidad de hospedaje.

Acorde con la necesidad de integración del país, se fortalecieron los instrumentos de políticas públicas destinados a fortalecer el sector de comunicaciones y transportes, se estimuló entonces, la construcción de nuevas carreteras y el consecuente uso del autobús como eje del turismo doméstico, aumentando en un 60.5% la extensión de la red nacional de carreteras pavimentadas, uno de los índices más altos en la historia del México moderno.

2. 2 Periodo de consolidación (1958-1974)

En ésta época en que se dota al turismo de muchos de los atributos económicos que por largo tiempo han prevalecido en la declaración de los impactos benéficos del turismo para la economía: genera divisas; genera empleos con poca inversión y propicia el desarrollo regional. Esta concepción deja de lado las implicaciones sociales, culturales y políticas de la actividad turística.

Principales factores internacionales que incidieron en la consolidación del modelo de enclave y determinaron el crecimiento y conformación del desarrollo turístico mexicano

Los años sesenta y principios de los setenta, se determinan por una intensa lucha por la hegemonía ideológica.

La Revolución Cubana, que pone en entredicho el liderazgo político-económico de Estados Unidos en el bloque occidental, evidencia la necesidad de dar respuestas tácticas y estratégicas al subdesarrollo de los países del “tercer mundo”, en lo particular de Latinoamérica, que eviten la radicalización de posturas ideológicas contrarias a occidente. Esa respuesta se verifica en diversos ámbitos, pero los que probablemente tienen un impacto mayor en la consolidación del modelo turístico mexicano son los siguientes:

a) El modelo americano como paradigma de modernidad.

Aprovechando las nuevas tecnologías de comunicación, sobre todo la televisión pero también la cinematografía y el teléfono, el mensaje de que el modo de vida norteamericano significa la felicidad sin las preocupaciones del que todo lo tiene, se difunde de forma consciente y sistemática. El “American Way of Life” se convirtió en el prototipo de las sociedades avanzadas. En el mensaje lúdico del viaje que reconoce al turismo como parte del bienestar deseable, se orienta principalmente hacia las playas y se verifica en hoteles “modernos” y en un ambiente aislado y aséptico, que permite controlar o desaparecer la realidad del subdesarrollo. Este hecho, no sólo tiene efecto en el crecimiento del mercado al reforzar los anhelos de desplazamiento, sino a la concepción de los centros turísticos de enclave, que de alguna manera quisieron imitar los destinos ideales del cine y la televisión.

b) Financiamiento internacional

Con la idea de la cooperación económica de los países más desarrollados (especialmente Estados Unidos) hacia los países subdesarrollados, se instrumentan programas de cooperación internacional como es el caso de la Alianza para el Progreso de Latinoamérica. Los organismos financieros como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, creados en la década de los 40, empiezan a instrumentar líneas de crédito para financiar la construcción de infraestructura que favorezca el impulso del turismo. Mas aún, en este contexto se comienza a entender al turismo como instrumento de auxilio económico y a estudiarse la posibilidad de financiar proyectos turísticos con fondos internacionales.

Con la cooperación internacional, se dio un fuerte impulso a la construcción de infraestructura: aeropuertos modernos para recibir los nuevos aviones; carreteras

de especificaciones suficientes para el desplazamiento y hoteles modernos para recibir a los viajeros.

c) El turismo como fuerza impulsora de la paz

De forma menos apreciable aunque relevante, el turismo cobra importancia como una fuerza impulsora de paz y concordia internacional. En un momento en que la guerra fría se intensifica y el discurso de la sociedad se aboca hacia la paz mundial, esta característica le confiere al turismo un halo de buena voluntad que es significativamente aprovechada en el discurso político y en la justificación de la inversión en su desarrollo.

d) Crecimiento de la demanda

La década de los 60 se considera el inicio del boom turístico mundial y el inicio del turismo masivo. La mayor parte de los turistas la constituyen los ciudadanos de los Estados Unidos de América, aunque la reactivación de la economía europea permitió que sus ciudadanos tuvieran también la oportunidad de viajar. La fuerza del volumen adquirió proporciones masivas. Las playas, se vuelven el destino central, con sus mitos hedonistas, que se simbolizan con el bronceado de la piel que otorga prestigio y estatus en las sociedades emisoras, lejos aún de los temores del cáncer en la piel causados por el hoyo de ozono austral.

e) Crecimiento de la oferta turística

Este es el momento del gran crecimiento los destinos turísticos de playa. España en el Sur de Europa y el Caribe en América tienen las mayores tasas de crecimiento de oferta, acorde con las exigencias de los viajeros internacionales.

El rápido incremento de las rutas aéreas en el mundo por esa época, tuvo como contraparte la construcción de hoteles. Impulsada ésta última por el acceso a financiamiento internacional orientado a este rubro, se propició que muchas y diversas empresas se incorporaran al negocio hotelero que alcanzó grandes proporciones.

Esta es la etapa de los movimientos de concentración de capital de las empresas turísticas, que se integran de una manera muy dinámica en forma horizontal y vertical; algunas líneas aéreas llegan a ser propietarias de hoteles y de agencias de viaje; empresas diversas se asocian con cadenas hoteleras y arrendadoras de autos, etc.

Principales factores nacionales que incidieron en la conceptualización del modelo de enclave y determinaron el crecimiento del desarrollo turístico mexicano

Con todo y la estabilidad económica que tuvo México en este periodo, la paridad del peso se mantuvo estable de 54 al 76, el desarrollo del país no fue suficiente para reducir los agudos desequilibrios de la distribución del ingreso que hizo de México un país crecientemente polarizado entre pobres y ricos. La efervescente situación social del país, la guerrilla en Guerrero y el movimiento del 68, dejan ver la posibilidad de radicalización de las posturas ideológicas y son el abono de nuevas reivindicaciones sociales.

En este contexto y dado el gran crecimiento demográfico que caracterizó al país, surgieron dificultades para ofrecer trabajo a la masa de trabajadores poco calificados o francamente descalificados para ciertos trabajos industriales y el costo de instalación de infraestructura industrial. Las miradas se orientaron nuevamente hacia el turismo como una actividad que por su naturaleza, podía incorporar rápidamente a personal poco calificado para otras actividades con un costo de inversión del Estado relativamente menor para su establecimiento. Con este argumento como base, el Gobierno Federal expandió su participación directa en la tenencia y operación de empresas turísticas.

El tema del turismo se convirtió en un asunto de moda y diplomacia, que se vincula a la idea de que la Actividad otorga a México prestigio, roce internacional e imagen de modernidad. Las Olimpiadas del 68 y el Mundial de Fútbol en 70 se argumentan como eventos aprovechables para dar impulso al turismo.

Mientras tanto y a pesar de que es una época en la que se expresan fuertes sentimientos nacionalistas, el argumento sobre la necesidad de capitales para proseguir en el camino de la industrialización y de la modernidad, tiene un mayor peso específico y los capitales extranjeros son motivados a iniciar un periodo de expansión.

a) Los destinos nacionales de los sesenta

Acapulco en el Pacífico, Mazatlán en el Norte y Cozumel en el Sudeste, son los centros de mayor atención turística en el país, por la importancia que adquiere el impulso al turismo de playa de acuerdo a la moda y promoción internacional.

Acapulco se convirtió en el principal destino mexicano de playa. La Reseña Mundial de Cine que se verificaba en ésta ciudad anualmente, tuvo una influencia determinante y le confirió un glamur especial. Tanto en términos de crecimiento como de imagen interna e internacional, Acapulco se convirtió en un modelo a seguir.

b) Expansión de las líneas aéreas y cadenas hoteleras

En el caso del turismo, la gran expansión de las inversiones, especialmente públicas y extranjeras, se orientaron hacia los dos grandes actores del turismo nacional en ese momento: las líneas aéreas y las cadenas hoteleras.

- Las líneas aéreas.

Aunque las carreteras fueron las venas por donde fluyeron la mayor parte de los visitantes, sobre todo en las décadas de los 50, los 60 e incluso parte de los 70, cuando la proporción de turistas llegaba por carreteras era entre 60 y 80% del turismo receptivo, se comenzaba a notar la importancia de la aviación en su operación, por lo que se dio prioridad a este último subsector. En esta época, el gobierno compró la Compañía Mexicana de Aviación, y adquirió el control sobre todos los aeropuertos del país.

El establecimiento de nuevas rutas aéreas, sobre todo a partir de la firma de convenios internacionales, posibilitaron el acceso al continente europeo, lo que sin lugar a dudas intensificó la tendencia hacia la masificación de la actividad turística; el mejoramiento de la red aeroportuaria (internacionalización de muchos de los existentes) y la creación de nuevos aeropuertos se constituyen como acciones vitales para la modernización del país, construyéndose los aeropuertos de Acapulco, Minatitlán, Tijuana, Guadalajara, Mazatlán, Matamoros y Puerto Vallarta, con anterioridad habían sido declarados internacionales los aeropuertos del Distrito Federal, Mérida, Tapachula, Nuevo Laredo, Tampico y Hermosillo. Para 1974 operaban en y hacia el país, 23 empresas de aviación que ofrecían 80 rutas.

- La hotelería

La limitación en la oferta hotelera nacional representaba un obstáculo para el crecimiento del turismo en algunos destinos. Esta situación, determinó uno de los grandes mitos que aún prevalecen en la concepción del desarrollo del turismo que se puede resumir en la idea de que turismo y hotelería son sinónimos. Es cierto que la hotelería es el núcleo duro del sistema turístico, pero no es el único componente en la competitividad de un destino.

Las cadenas hoteleras llegaron a México en la década de los 60, cuando la oferta nacional se consideraba inadecuada para los estándares demandados por los viajeros internacionales. Para los 70 ya se habían incorporado algunas de las más importantes estando asociadas frecuentemente con las líneas de aviación, como era la costumbre en la época.

c) Concepción de los centros turísticos integrales

En el marco de la industrialización, se intensificó el fenómeno de la migración del campo a la ciudad. Con ello y al mismo tiempo, se verificaron fenómenos de aislamiento de territorios con deficiente infraestructura o Actividad económica. Esto obligó al estado a concebir e instrumentar acciones de integración territorial en los que, ante la ausencia de opciones económicas viables y rápidas se consideró al turismo como palanca económica de desarrollo que permitiría obtener los beneficios multiplicadores que produjera su gasto, al mismo tiempo que generaba divisas para continuar el proceso de la industrialización que estaba en proceso.

Al final de la década de los 60 se inició la etapa de estudio de los Centros Integralmente Planificados, CIP, como "polos de desarrollo" a cargo de funcionarios del Banco de México. Estaba en marcha el esfuerzo más importante de planificación turística de la historia de México.

Las condiciones externas e internas estaban dadas para iniciar un fuerte impulso a la inversión en turismo: existían los órganos de financiamiento internacional, BM y BID, se concebía la necesidad de ocupar el territorio mediante actividades productivas que generaran empleo y reforzaran al sector externo de la economía.

Los argumentos más importantes para el desarrollo de los CIP, se constituían en las frases reiteradas a partir de ese momento en el discurso político sobre el turismo: beneficios derivados de la generación de divisas, empleo y desarrollo regional. Sin embargo, el peso de las divisas, seguía preponderando en las decisiones de la política nacional, tanto por la necesidad de seguir importando industrialización y modernidad, como por las presiones del crecimiento del endeudamiento público. De esta manera, fue el Banco de México y no el recién creado Departamento de Turismo, quién se encargó de la planeación de los CIP, confiriéndoles un carácter predominantemente económico, orientado nuevamente a la búsqueda de divisas y marginando otros factores económicos, sociales y políticos como fueran el empleo y el desarrollo regional.

2.3 Culminación del Modelo (1974-1986)

Este periodo es determinante para el desarrollo del turismo nacional. Por una parte, la apertura de los CIP y la consolidación del crecimiento de los centros turísticos de playa, determina las condiciones de la infraestructura y la forma de operación del sistema turístico actual. Si embargo, también se observan a una serie de problemas sociales y ambientales en los mismos, que culminaron en la crisis del modelo.

Principales factores internacionales que incidieron en el auge y consolidación del modelo de enclave

Los setenta y ochenta se caracterizaron por el aumento de inflación, desempleo y la caída de la producción. Estos problemas afectaron tanto a los países industrializados como a los subdesarrollados. Estos últimos, además, habían aumentado considerablemente su endeudamiento externo en su proceso de industrialización.

La crisis petrolera de los setenta produjo desestabilización en los mercados y flujos de capital que provocaron problemas estructurales en los países productores, que aún no han terminado de resolverse.

La creciente estratificación de la población y la masificación de la información a partir de los avances tecnológicos en las áreas de telecomunicaciones, como el fax, el video y la TV satelital, que se desarrollan en este periodo, son los principales instrumentos que influyeron en nuevos modelos de concebir el mundo moderno.¹⁶

Los Touroperadores o Mayoristas (TO), que surgieron sobre todo en Europa y rápidamente se desarrollaron en los Estados Unidos, se convirtieron en un medio efectivo de comercialización. Los TO hicieron posible ofrecer en una sola acción de compra-venta, los principales servicios para un viaje: Avión, hotel y en algunos casos alimentos, renta de autos y otros servicios adicionales. A través de esta figura, los dos más importantes actores se vinculan y consolidan para aprovechar un mercado turístico que crece rápidamente.

Principales factores nacionales que incidieron en la consolidación del modelo de enclave

México se había declarado un país de economía mixta. El Estado tenía responsabilidades directas para con la sociedad y era responsable de invertir de manera directa en la ejecución de proyectos prioritarios y/o estratégicos: los postulados de la economía afirmaban que la inversión pública era indicativa de la inversión privada.

La década de los 70 es una etapa de bonanza económica de México que se basó en el boom petrolero mexicano que sucedió a consecuencia de la crisis provocada, en gran medida, por los conflictos en el Medio Oriente y las reivindicaciones de la OPEP. En menos de diez años, México duplicó su

¹⁶ Cárdenas Hernández José, Las telecomunicaciones en el desarrollo de México, Grupo Azabache, SCT 1992

producción de petróleo y apostando en la bonanza petrolera incrementó de forma importante la deuda externa. El gobierno dio prioridad a la inversión en la industria petrolera e instrumentó diversos programas de bienestar social. Fue una etapa en la que la planificación tiene gran relevancia, se instrumentó el marco legal para la creación de fideicomisos.

Es en éste momento en que se consolidó el patrón de operación del sistema turístico mexicano que hasta la fecha, orienta en gran medida la política de desarrollo turístico a partir de los siguientes factores y eventos:

a) Apertura de los CIP

En 1975, se iniciaron las operaciones de Cancún e Ixtapa. La estrategia turística del estado mexicano con relación al turismo se circunscribió, casi totalmente, a la creación y consolidación de megaproyectos en centros de playas, a partir de una política articulada y deliberada, que tuvo como uno de sus rasgos más importantes, la preocupación por aspectos territoriales y físicos del desarrollo, asociados con su crecimiento. El impulso al turismo se convirtió, en un asunto donde la urbanización y la creación de infraestructura (principalmente hotelera y de transporte aéreo) fueron el eje de crecimiento del turismo nacional, apoyadas siempre en un esfuerzo institucional de promoción y publicidad.

b) Creación de SECTUR Y FONATUR

FONATUR se creó en 1974, fusionando a INFRATUR, constituido para el desarrollo físico y la planeación al fin de los 60; y a FOGATUR, constituido para el financiamiento a mediados de los 50 y toma un papel relevante en el impulso a la Actividad turística, principalmente del crecimiento de la oferta hotelera. El sector privado, fundamentalmente el hotelero, se sumó al esfuerzo del desarrollo turístico a partir de las condiciones crediticias que se instrumentaron para su impulso¹⁷. En ese contexto, el Estado asumió la responsabilidad de la ejecución con la consiguiente inversión directa para el desarrollo de los destinos seleccionados y el sector privado asume la posibilidad de obtener rendimientos financieros derivados de ese crecimiento. Ya en los 80's y a pesar de la crisis, la inversión privada fluyó importantemente hacia Cancún principalmente, con el apoyo de las favorables

¹⁷ En un primer momento, la iniciativa privada expresa sus dudas con relación al éxito de esas acciones -- sobre todo con respecto a Cancún--: la experiencia mexicana tiene en Acapulco el más importante ejemplo de desarrollo turístico, pero se complementa de manera significativa con el mercado nacional (del DF) que, en las temporadas bajas y medias, constituye un importante factor de equilibrio operacional y financiero del funcionamiento hotelero. Cancún --afirman algunos hoteleros-- se encuentra muy lejos del mercado turístico más importante del país y pueden existir dificultades para lograr la rentabilidad. Los argumentos pronto tienen su desmentido: Es el mercado nacional el que desde el inicio se convierte en el eje del crecimiento turístico de Cancún.

condiciones crediticias de la época –aunque no durarían mucho en el marco de la crisis financiera del país en ese tiempo–.

c) Swaps

Se ofreció la posibilidad de adquirir deuda externa mexicana en el extranjero (que se cotizaba bajo en el mercado), y que podía ser intercambiada con descuento en México, con la aplicación de los recursos a inversiones. A través de los “swaps” se logró canalizar inversión privada adicional especialmente a hoteles en lugares de playa, donde se aseguraban condiciones favorables de mercado, por ejemplo, en Cancún e Ixtapa.

d) Fortalecimiento y expansión de cadenas hoteleras

Las condiciones preferentes de financiamiento para la hotelería, apoyados con recursos internacionales, propiciaron que diversas empresas: comerciales, de construcción, financieras, de transporte, etc., se involucraran en este negocio. El condicionamiento de dichos créditos a la experiencia previa en la operación de la actividad, privilegió a las cadenas hoteleras, sobretodo internacionales, aunque indujeron a la creación de cadenas hoteleras nacionales que se multiplicaron de manera significativa, pero actualmente la mayoría han desaparecido. Esta condición hizo innecesaria la inversión extranjera, dando cabida a que los inversionistas participaran únicamente en forma de operación de las instalaciones, lo que les permitió eliminar sus riesgos con las mismas o mayores ganancias y mantener, de cualquiera manera, el control del mercado.

Los lineamientos operativos de las cadenas que determinan algunos de los criterios utilizados para la construcción de esas edificaciones, resultarían aberraciones 15 años más tarde. Por ejemplo, la edificación cuasi-urbana y vertical que, con el argumento de la eficiencia operativa, llevó a la constitución de muros infranqueables hacia el mar que no permiten la circulación de los vientos ni las vistas espectaculares desde las calles.

e) Apoyo preferente a touroperadores

El crecimiento de la oferta hotelera dio como resultado la necesidad de atraer turismo masivo a los destinos de playa, por lo que se comenzaron a privilegiar a los grandes mayoristas internacionales que ganaban rápidamente terreno en el control del mercado turístico masificado.

Es en este periodo en el que se otorga a los touroperadores internacionales, que habían consolidado su posición en los mercados masivos, una prioridad casi absoluta en las estrategias de comercialización. Se instrumentan con estas empresas Convenios de Cooperación (COOPS) que incluso llegan a subsidiar la

promoción y operación de rutas aéreas y paquetes –avión y hotel- hacia los destinos que se consideran como prioritarios.

f) Consolidación de los tres grandes intérpretes del turismo nacional

La capacidad de influencia de los tres grandes intérpretes del turismo nacional: líneas aéreas, cadenas hoteleras y touroperadores, que se determina por su capacidad de interlocución y visibilidad, toman control del mercado y de la voz del turismo.

Principales factores que incidieron en el agotamiento y culminación del modelo de enclave

El derrumbe del precio del petróleo a principios de los ochenta, complicó las posibilidades de México para hacer frente a los compromisos que el país había adquirido con base en las proyecciones sustentadas en el alto precio del petróleo de la década anterior. La importación de alimentos había crecido, tanto por el aumento de la población, como por el deterioro de la producción agrícola y ganadera. Las exportaciones no crecieron al mismo ritmo que las importaciones, multitud de empresas quebraron provocando despidos de trabajadores y aumentando el desempleo. El peso se devaluó, la inseguridad económica provocó la fuga de capitales y en poco tiempo, la deuda externa se había triplicado. Estos altibajos han tenido un impacto de largo plazo en el desarrollo nacional.

a) Adelgazamiento del estado y limitaciones en las condiciones crediticias

Hasta el inicio de los 80, el motor del impulso a la actividad turística era el Estado y sus políticas de inversión y facilitación como: desarrollo de infraestructura en nuevos centros turísticos u otras localidades, créditos y marco regulatorio propicio.

Con la crisis y las presiones internacionales de ese tiempo, se inicia un proceso de redimensionamiento del sector público en las actividades económicas en las que, obviamente, el turismo estaba incluido.

Las restricciones impuestas por el Fondo Monetario a las actividades gubernamentales (1983-1985) tuvieron una fuerte repercusión en el sector público –sobre todo en las áreas de planificación. Se vio una reducción muy importante o la eliminación de áreas involucradas en las actividades de planificación y evaluación. La racionalidad y reducción del gasto afectó muchas de las actividades que en ese momento se planteaban como importantes para el análisis y seguimiento de las actividades turísticas en el país.

Es en ese marco que Huatulco se convertiría en el último de los centros turísticos integralmente planeados por el Estado y donde realizaría inversión directa en infraestructura y en hotelería. En este caso se previó desde el inicio, que la iniciativa privada pudiera adquirir, en el corto plazo, el control mayoritario de las

inversiones hoteleras que se necesitaban como parte de la masa crítica de oferta de servicios para el despegue del centro. A partir de esas fechas, se inicia una activa campaña de desincorporación de activos, que se ha mantenido hasta la actualidad.

La iniciativa privada por su parte, que había conformado sus negocios con una base importante en los manejos financieros, se encuentra con un contexto de limitación de crédito. Paulatinamente FONATUR iniciaba modificaciones para endurecer los términos de los créditos.

b) Sobreoferta y baja diferenciación de los destinos

Las inversiones que se canalizaron hacia el turismo se multiplicaron hacia el fin de los 80, llegando incluso, en algunas localidades, a niveles que se consideraban de sobreoferta y que agudizaron los problemas de negociación del precio en los centros turísticos de playa del país, reforzando frente a los hoteles, la ventaja negociadora de las agencias touroperadoras extranjeras y nacionales.

En plena bonanza de crecimiento, las características del desarrollo turístico urbano aplicado por FONATUR en los nuevos destinos costeros, se convirtieron en un modelo de aplicación general en todo el país e incluso en el extranjero, cuyas consecuencias se reflejaron en muy poca diferenciación entre los destinos y una alta posibilidad de sustitución de los mismos, lo que provocó una gran competencia entre los destinos turísticos de playa del país, que se puso de manifiesto después de que Cancún, que se había convertido en el ejemplo más exitoso de los CIP y había logrado muy favorables condiciones de precio, tuvo que reducir sus tarifas hoteleras debido a la sobreoferta. Esta situación se agudizó por el impacto del Huracán Gilberto (1984) que lo puso en crisis de sobrevivencia y provocó que todos los centros turísticos de playa del país tuvieran que reducir sus tarifas ante los operadores turísticos extranjeros.

La cuestión de la identidad volvió a surgir como indicador olvidado de lo que debió haber sido el modelo y aún ahora, en el contexto de la sustentabilidad, no parece encontrarse una respuesta satisfactoria.

c) Dicotomía del diseño urbano, masificación de la migración hacia los centros turísticos y deterioro de la calidad de vida y el medio ambiente

Los criterios de diseño urbano que se conciben para los polos de desarrollo turístico, hacen una dicotomía que a la larga resulta contraproducente: se concibe una gran zona turística donde se tendrán todas las instalaciones para el turista con grandes espacios y áreas verdes, dividida de alguna manera de otra que sería la zona urbana para la población local. La idea subyacente era la de planificar para el turista con el apoyo de la población urbana.

Lo anterior tuvo algunas consecuencias inesperadas:

- La infraestructura para la población frecuentemente resultó insuficiente, lo que impulsó a los moradores originales hacia el exterior del casco urbano debido al gran crecimiento poblacional impulsado por la migración.
- Por su parte, los turistas se desplazaban hacia zonas donde podían convivir con los locales, aumentando la presión sobre la infraestructura pública con la instalación de servicios turísticos en la zona urbana.

Para efectos de éste análisis, se tomarán como ejemplos de la problemática mencionada los efectos de este factor en Acapulco y Cancún, por considerarlos como los exponentes con mayor influencia en el desarrollo turístico nacional. El primero, que se considera como ejemplo de modernidad e internacionalización a partir de las condiciones analizadas en el periodo de gestación del modelo y el segundo, como el más significativo de los CIP, tanto por el grado de desarrollo que alcanzó en este periodo, como por la influencia que ha tenido en los paradigmas de desarrollo turístico del país.

Acapulco.

Poco a poco, se fueron haciendo sentir los problemas provocados por la migración de población de todo el país, que llegaba con la expectativa de una vida mejor, con trabajos de mucho menor esfuerzo físico comparado con las rudas labores del campo. Esto provocó un crecimiento urbano incontrolado al que no pudo hacerse frente con el establecimiento de servicios públicos adecuados. Los nuevos pobladores locales fueron desplazados hacia fuera del casco urbano, lo que resultó en una fuerte marginación social. La canalización de aguas negras hacia el mar, se convirtió en uno de los más importantes factores de deterioro ambiental, que eventualmente provocó la pérdida del mercado y la crisis del destino de oro de los 60.

Es tal la problemática de Acapulco, que en décadas posteriores, incluso se llega a hablar de la “Acapulquización” cuando se hace referencia a la marginación poblacional y los problemas de deterioro ambiental de los destinos turísticos.

Cancún

Para la década de los setenta Cancún crea una imagen de mejores posibilidades de empleo que lo convierte en un foco de atracción, en especial para la población rural de la península, con lo que se genera una migración masiva que rebasa

cualquier previsión de crecimiento contemplada por FONATUR¹⁸. Para entonces más del 50% de la población provenía de la Península de Yucatán, y el 12 % del Distrito Federal. Ambos grupos tuvieron serios problemas de inserción laboral lo que significó el inicio del desequilibrio social reflejo de la estratificación del uso del suelo.

Del total de personas que emigraron a Cancún, sólo el 1.2 % de los jefes de familia había trabajado en actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos y únicamente el 2.5 % consiguió empleo en el sector.

2.4 Etapa de Transición ⇨ Situación actual: (1986-1992)

El entorno económico, político y social del final de la década de los ochenta y durante los noventa se caracterizó por cambios importantes en términos de las relaciones internacionales que perfilan un contexto que muy probablemente seguirá evolucionando en los próximos 20 años.

Las nuevas condiciones que impone la globalización a México han implicado definir nuevos papeles y orientaciones de las políticas públicas y privadas en todas las esferas de la producción, incluyendo al turismo, que se ha convertido en uno de los fenómenos económicos de mayor trascendencia para todos los países – desarrollados y subdesarrollados por igual–, cuyos pronósticos obligan a la cuidadosa observación de su evolución.

2.4.1 Principales factores de cambio en el contexto internacional

En esta etapa se inició una época de cambios en los que se cuestiona y ajusta el esquema bajo el cual se habían orientado las relaciones internacionales: el colapso de las economías del bloque oriental, el desmembramiento de la Unión Soviética y la caída del Muro de Berlín acaecidas al final de la década de los ochenta, ofrecieron un contexto diferente para todas las actividades de la sociedad internacional.

Diversos países reconocen en el turismo uno de los mecanismos más relevantes para la creación de empleos y generación de actividad económica, así como la necesidad de observar los impactos sociales y ambientales de su desarrollo, teniendo en cuenta los cambios tecnológicos, la variable ambiental, la relación turista / anfitrión, el crecimiento de empresas multinacionales con fusiones y las alianzas estratégicas, el fortalecimiento de la apertura y desregulación a escala mundial y el surgimiento de turistas más experimentados y exigentes, así como la participación de la sociedad organizada en diversos temas, a través de las

¹⁸ **García de Fuentes Ana.** CANCÚN: Turismo y Subdesarrollo Regional, Serie Cuadernos, UNAM, 1979, p.104, 105. México D.F.

llamadas ONGs, que ejercen una importante presión para el desarrollo de políticas y estrategias de conservación y cuidado de los recursos o de fomento, como el World Travel and Tourism Council¹⁹.

a) Alianzas estratégicas y mega empresas

En el contexto de la globalización, todas las empresas, incluidas las turísticas, han tenido que replantear sus estrategias de funcionamiento. Las empresas multinacionales han cobrado en años recientes cada vez mayor peso y importancia. Con la apertura de la economía de las naciones y la promoción de la inversión extranjera, resulta cada vez más difícil para los estados nacionales ejercer algún control sobre estas mega empresas, cuyos ingresos son en muchos casos mayores que el producto interno bruto de buen número de países de desarrollo intermedio. Una buena parte del crecimiento del comercio mundial se explica a través del comercio intrafirmas transnacionales y parece que en los próximos años, el peso de las grandes transnacionales seguirá aumentando. En paralelo con la ola de megafusiones entre las empresas multinacionales, parece estar en marcha un proceso de fragmentación de las grandes firmas en unidades de negocios, para lograr la flexibilidad necesaria para desarrollar o mantener ventajas competitivas en un ambiente de mayor competencia donde la velocidad de respuesta es fundamental.

En este contexto, las grandes empresas turísticas, entre las que siguen destacando líneas aéreas, cadenas hoteleras y touroperadores mayoristas, aunque ahora se amplían con líneas de cruceros, sistemas de reservaciones, entre otras, están siguiendo tres caminos paralelos:

- La integración horizontal, con los operadores más poderosos adquiriendo a los medianos y pequeños, formando sociedades con ellos, o sacándolos del mercado aprovechando sus economías de escala
- La integración vertical mediante compra o alianzas estratégicas, con frecuencia a través de los sistemas de reservaciones

¹⁹ Es el caso de la organización turística *World Travel and Tourism Council* que nació en 1991 a instancias de la empresa American Express y que está conformada por alrededor de 100 miembros que representan a las más importantes empresas hoteleras, aerolíneas y de tour operadores del mundo entre otras organizaciones relacionadas con turismo. Esta organización se ha constituido como un grupo de presión internacional, que intenta reforzar la percepción gubernamental de los beneficios económicos del turismo. Además de estudios sobre la importancia económica del turismo en el mundo y en diferentes países, ha estudiado asuntos laborales y de empleo en el sector a escala mundial; lleva a cabo asimismo, una dinámica labor en los aspectos relacionados con el medio ambiente, teniendo e impulsando, su propia Agenda 21.

- La ampliación de sus operaciones en todo el mundo, con sucursales propias, comprando empresas locales o estableciendo vínculos con ellas

b) Líneas aéreas

En el caso particular del transporte aéreo, las aerolíneas internacionales han crecido a través de alianzas estratégicas²⁰, que se han hecho necesarias para poder continuar existiendo en un panorama de competencia feroz que se agudizó por la desregulación aérea extendida en todo el mundo: códigos compartidos, cooperación en aeropuertos y en localización de equipaje, servicios conjuntos y programas compartidos de viajero frecuente. La expansión de algunas de las más importantes aerolíneas hacia América Latina, en particular el caso de American Airlines, que parece tener una estrategia de expansión continental muy definida, obedece a esa lógica, reforzada por el movimiento neoliberal de la economía en la región.

c) Cadenas Hoteleras

La expansión de las cadenas hoteleras internacionales ha sido significativa a nivel mundial: En 1972, las 40 principales cadenas hoteleras internacionales representaban alrededor del 10% de la oferta total de cuartos en el mundo. Para 1996, las 200 cadenas más importantes del mundo participaban con el 34% del total, contando las primeras 25 con el 74% de este porcentaje, lo que pone en evidencia la concentración de sus operaciones.

d) Sistemas de reservaciones

El refinamiento de los sistemas de reservaciones SRC o sistemas globales de reservaciones GDS, constituye la base de los conglomerados de información, los que tienden a sustituir los sistemas de reservaciones de los hoteles, más que de las aerolíneas. En el procesamiento de las reservaciones y venta de servicios turísticos que permiten estos sistemas, se encuentra uno de los más importantes logros de la comercialización turística de este periodo que beneficia también a los turistas.

e) El discurso de la sustentabilidad

El tema de la sustentabilidad ha permeado de manera muy importante entre los funcionarios y representantes de las asociaciones de turismo, al menos en el plano de las declaraciones. Es un asunto relevante porque se ha considerado que el crecimiento turístico puede llevar a la depredación de la naturaleza y la cultura

²⁰ En 1996, el 40% de los pasajeros/kilómetro transportados en la modalidad charter, correspondía a aerolíneas charter y el restante 60% a líneas regulares

locales, con lo cual se destruye la razón por la cual generalmente se desarrolla el turismo.

Existen casos de destinos turísticos que evidentemente han rebasado sus límites de crecimiento y buscan detenerlo. Sin embargo, son pocos los ejemplos prácticos aplicados en centros turísticos de gran escala²¹. A pesar de los esfuerzos para definir los límites de utilización y capacidad de carga, no se ha llegado a un consenso, ya que existe la necesidad de muchas localidades de seguir creciendo para hacer frente al desarrollo de su propia población.

El asunto de la relación entre la comunidad local y los turistas, también se encuentra en un plano fundamental de la discusión. Se critica la dicotomía que distingue la zona turística de la zona donde habita la población local. La literatura sociológica, psicológica y antropológica se interesa más por el tema del turismo y se llega a planteamientos donde el viaje refiere, entre otros aspectos, la búsqueda de la identidad, tanto de los anfitriones como de los invitados. Esto es finalmente lo que se encuentra en juego: las diferentes formas de convivencia comunitaria del mundo actual, que se enriquece con la experiencia de otras culturas diferentes a la propia. Este sería uno de los signos que distingue la era de las relaciones turísticas a partir de la década de los 90.

f) Los nuevos turistas

En los 90, los turistas se muestran más experimentados y exigentes. Han viajado a diferentes lugares del mundo y tienen formado un juicio de cuáles deben ser las características de los destinos y de los servicios turísticos en los lugares que visitan y por los cuales pagan. También son relevantes las consideraciones que se hacen del envejecimiento de la población de los principales países emisores que son los más desarrollados. Este es un fenómeno relevante en las formas de comportamiento y de actividad recreativa, que los países y destinos turísticos tienen que observar de manera cuidadosa. El concepto de un “turista tradicional” y de un “nuevo turista” se refuerza por el señalamiento de los impactos que tiene el turismo masivo tradicional sobre el ambiente. En el turismo, se requiere de manera fundamental la preservación del medio ambiente natural y cultural, que han llegado a sufrir los embates del crecimiento incontrolado en muchos destinos turísticos del mundo, con la acción negativa de los visitantes.

²¹ Véase por ejemplo el caso de Palma de Mallorca, muy importante destino turístico de playa de España, donde la Comunidad Autónoma Balear ha establecido reglas de sustitución de oferta pero con un crecimiento muy controlado o sin crecimiento. Este control ha tenido algunas repercusiones en el desplazamiento de la oferta hotelera donde, por ejemplo, la cadena Meliá Porrúa, ha visto su expansión en ámbitos de playa del exterior —incluida la cuenca del Caribe insular y mexicano— para seguir con su expansión.

De acuerdo a la OMT, las visitas a las grandes ciudades y el turismo de sol y playas, seguirán siendo, en números absolutos, los segmentos de mayor demanda, sin embargo, también los más competidos. Entre los segmentos con mayor crecimiento a nivel mundial, destacan los siguientes: Complejos turísticos y circuitos integrados para desplazamientos largos; vacaciones cortas como una forma de descanso, relacionadas cada día más con actividades e intereses específicos; turismo enfocado al medio ambiente y la cultura, cubriendo dos o más de los elementos de medio ambiente: naturaleza, recreación al aire libre, puesta en forma, historia y convivencia con culturas autóctonas, vacaciones a la medida en cuanto al contenido y las facilidades disponibles a partir de segmentos sociodemográficos diferenciados, viajes de incentivos y conferencias y cruceros.

La segmentación tradicional, basada principalmente en el origen y nivel socioeconómico de los consumidores, resulta poco precisa ya que las características de los nuevos mercados, están influidas por tendencias bipolares, que en muchos casos, resultan confusas: La globalización contra el individualismo; la especialización contra la homologación de ideas y estilos de vida; el aumento del ingreso contra la disminución del tiempo disponible, etc.

2.4.2 Principales factores de cambio en el entorno nacional

El modelo que México adopta en éste momento, hace necesario redefinir el papel del Estado y de la sociedad civil en todas las esferas de la producción, incluyendo al turismo.

a) Redefinición del Papel de Estado, los Empresarios y la Sociedad

En este periodo se iniciaron una serie de cambios en los que se empieza a ajustar el esquema bajo el cual se había orientado la gestión del turismo en el país en los últimos años:

Se establecieron nuevas formas de operación y coordinación inter e intrasectorial en los que el papel que juegan los empresarios y los gobiernos locales (estatales y municipales) tiende a ser mucho más activo y la democratización y descentralización de los instrumentos es cada vez más evidente. Las principales iniciativas que se han desarrollado en este sentido son:

- La Ley Federal de Turismo de 1992 se orientó hacia la desregulación, la simplificación y la descentralización y procuran la participación más activa y eficiente de la iniciativa privada y de los gobiernos locales en la actividad turística en México.
- La descentralización de las funciones de SECTUR que implicó la desaparición de las delegaciones en los estados para dejar la coordinación local en manos de los gobiernos, permite que el conocimiento específico de las

particularidades de la dinámica local, puedan ser mejor aprovechados. Sin embargo, existen dificultades para establecer políticas y orientaciones de carácter general en las localidades, lo que se ha reflejado en deficiencias operativas que se agudizan en regiones con menores recursos asignados al turismo o en ocasiones la inexperiencia de los gobiernos locales.

- Los Consejos Consultivos Estatales de Turismo que se crearon en el marco que busca la participación de los Gobiernos estatales y de la iniciativa privada en funciones de asesoría y apoyo técnico, cuyo funcionamiento práctico es desigual, pues refleja el interés, la madurez y la experiencia que algunos tienen en el desarrollo turístico del país.
- El Gabinete Turístico se crea e instala con el objeto de poder tomar decisiones más articuladas para el sector al más alto nivel de la administración pública.
- Se inicia una tarea más puntual para instrumentar los programas regionales entre los que destacan el Mundo Maya, Barrancas del Cobre, Mar de Cortés y Ciudades Coloniales, y en alguna medida los relacionados con la Frontera Norte, y recientemente Corazón de México y Costa Maya, aunque la instrumentación de los programas ha tenido como característica fundamental que los esfuerzos y presupuestos se destinen a la promoción y comercialización, más que al desarrollo turístico regional.
- Se desarrollaron nuevos esquemas de participación privada en la construcción y operación de carreteras. Bajo ese esquema se duplicó la extensión de las carreteras de cuatro carriles.
- Se inició la privatización de las instalaciones aeroportuarias al sector privado para modernizar y adecuar las instalaciones de acuerdo a las exigencias y expectativas actuales.
- Se instrumentan las Normas Mexicanas NMX, reguladas por SECOFI que se manejan a través de Organismos de Certificación privados y son voluntarias. Únicamente los elementos más trascendentes como la seguridad, se regulan a través del sector público que tiene a su cargo las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), de observancia obligatoria.
- Se crearon nuevos instrumentos de promoción con una mayor participación por parte de los gobiernos locales y el sector privado, entre los más significativos destacan los Fondos Mixtos²² para la promoción local y el Consejo de Promoción Turística de México²³ en el ámbito nacional.

²² Los Fondos Mixtos nacen en la década de los ochenta. Se establecen a partir de la creación de fideicomisos en los que participan en forma tripartita del gobierno federal, el gobierno estatal o municipal, en

- Con el propósito de recaudar fondos para la promoción, se implantó el cobro de derechos de hospedaje, cuyos montos y forma de aplicación se establecieron por los Congresos locales y el derecho para no inmigrantes²⁴ que se recauda de las personas que se ingresan al país: en calidad de turistas, personas de negocios y transmigrantes, parte de los cuales se destinan al Consejo de Promoción Turística de México.

En la recomposición del sector privado destaca el fortalecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios, así como los empresarios comunitarios: pescadores, ejidatarios e indígenas que habitan zonas de gran valor turístico natural o cultural, que se orientan a atender los nichos de mercado emergentes: turismo de aventura, ecoturismo, arqueoturismo, bed and breakfast, etc., y que en el marco del desarrollo sustentable son actores significativos del proceso de desarrollo. La importancia de estos nuevos actores es cada vez más evidente en la medida en que se revaloran los atractivos naturales y culturales como sustento del desarrollo del turismo en México.

La gran empresa turística, que sigue teniendo un papel determinante para el desarrollo y operación del turismo nacional, está entrando en un proceso de reconversión y revisión de sus estrategias de participación ya que la competencia global hace necesario eficientar sus esquemas operativos e internacionalizar sus marcas.

b) Distribución de turistas por tipo de centro turístico

En general, el comportamiento y las preferencias de los viajeros, no sufren cambios drásticos, sino evolucionan. En este sentido, es necesario considerar la importancia de la consolidación de la oferta turística tradicional sin dejar de prepararse para cambiar al ritmo del mercado, teniendo en cuenta que en la medida en que se especializa la oferta, es necesario establecer estrategias de segmentación más precisas y desarrollar regiones turísticas que promuevan la desconcentración de flujos en los destinos en los que la sobrecarga pone en peligro el medio ambiente natural y cultural y limita la distribución del ingreso turístico entre los habitantes locales.

su caso y la iniciativa privada, un destino específico, un estado o una región (que integran varios estados o destinos)

²³ En abril de 1999, se crea el Consejo de Promoción Turística de México como una entidad mixta que contempla la participación de: el gobierno federal a través de la Secretaría de Turismo, los gobiernos estatales y municipales y la iniciativa privada, que tiene por objeto el diseño y operación de estrategias de promoción turística en el ámbito nacional e internacional

²⁴ No se aplica en algunas ciudades y regiones fronterizas : Tijuana, Ensenada; Puerto Peñasco, Ciudad Juárez Paquimé, Piedras Negras, Santa Rosa; Reynosa, China, Presa El Cuchillo

Actualmente, más de la mitad de los turistas extranjeros que llegan al país se hospedan en las playas, de los cuales el 54 % llegan a los CIP, lo que representa casi el 37% del total de extranjeros que llegan al país. A las grandes ciudades llegan el 25 % y a las ciudades del interior únicamente el 20 %.

CRECIMIENTO DE TURISTAS EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS

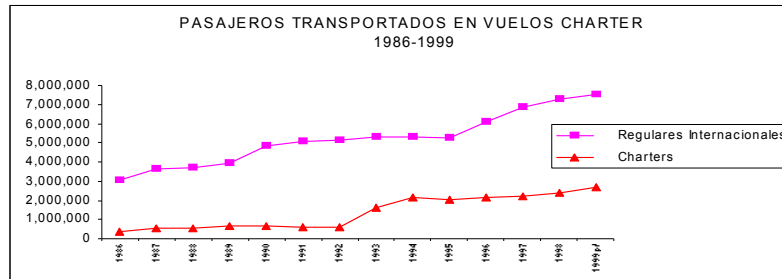
La estadía promedio en playas es del 5.13 días mientras en las grandes ciudades es de 2.4 y en las ciudades del interior de 1.78.

c) Desregulación del Transporte Aéreo

Con la desregulación aérea y el retiro de la participación gubernamental mayoritaria en las líneas aéreas nacionales que se da en México hacia el fin de los 80, se multiplicaron las empresas aéreas regionales que operan en el país bajo el sistema de operación radial (Hub & Spoke System). Esto benefició las conexiones troncales y el turismo hacia el interior, a pesar de que las tarifas aéreas se consideran muy altas en relación con las que se cobran en otros países de acuerdo con la distancia/costo aunque se han reducido las comisiones de las agencias de viajes que hasta el momento, han tenido en las comisiones de la porción aérea una parte importante de sus ingresos²⁵ y la aviación charter ha crecido de forma significativa

²⁵ La reducción de las comisiones es una tendencia que se manifiesta en todo el mundo y que se relaciona con la creciente participación de intermediarios "virtuales" (Internet y SRC). En algunos países, las agencias de viajes venden servicios aéreos con tasa cero de comisión, y le hacen al cliente un cargo por servicio.

PASAJEROS TRANSPORTADOS EN VUELOS CHARTER



Fuente: SECTUR

La internacionalización de líneas aéreas mexicanas y los convenios que han realizado con líneas internacionales, han dado como resultado el crecimiento de vuelos directos y mejores conexiones con origen extranjero, de y hacia diversos destinos nacionales. Sin embargo, las inversiones requeridas por las empresas aéreas son muy cuantiosas y existen muchos aspectos que afectan su eficiencia operativa, no sólo las relacionadas con el mercado de viajes sino otras de tipo financiero y político, por ejemplo acuerdos bilaterales en el ámbito internacional y negociaciones con sindicatos en el ámbito nacional.

Como se ha mencionado, las grandes aerolíneas internacionales tienden a concentrar el servicio aéreo en todo el mundo. En este sentido, la necesidad de contar con aerolíneas que tengan arraigo e intereses nacionales parece ser una premisa de la sobrevivencia turística ya que si la oferta de servicio aéreo no corresponde a la oferta turística existente en algunos destinos nacionales, su actividad entraría en crisis. Por esa razón, la política de cielos abiertos debe tener en cuenta los intereses de las aerolíneas nacionales operando en el territorio, que permita reforzar la demanda en un círculo virtuoso de crecimiento.

La integración de un grupo como CINTRA en México, que representa una alianza entre las aerolíneas troncales Aeroméxico, Mexicana y otras más pequeñas, ha tenido problemas para su operación por la legislación antimonopolios, sin embargo, para su definición habrá que tomarse en cuenta la posibilidad de mantener presencia en el mercado internacional que permita el flujo de los viajeros hacia los destinos del país a la vez que un manejo al interior que no aproveche su posición para cobrar tarifas altas con desatención del mercado nacional. En esa doble vertiente es necesario observar y definir el futuro del servicio aéreo nacional, como actividad estratégica para el país y en particular para el turismo y tener en cuenta que en otros países competidores como es el caso de Estados Unidos, las líneas aéreas cuentan con esquemas fiscales, crediticias y de leasing, que les

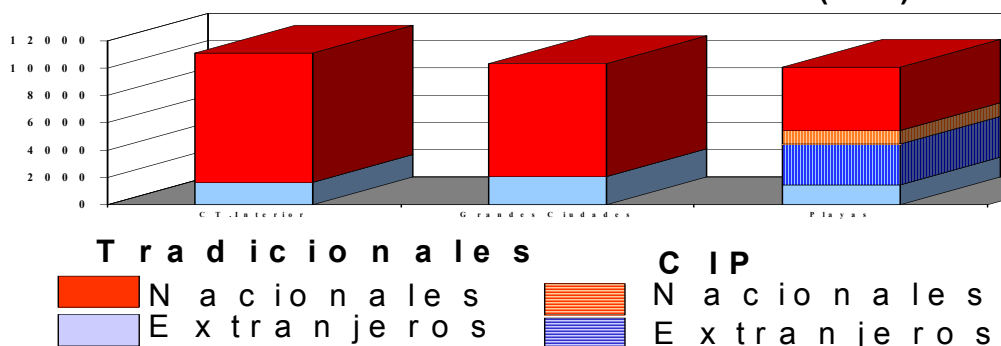
permiten mayor flexibilidad de operación y que no tiene contraparte en México, por lo que se encuentran en desventaja para competir en el mercado internacional.

2.4. La situación actual

El Mercado Nacional

Como se ha evidenciado durante el estudio, el mercado nacional es y seguirá siendo fundamental para el desarrollo turístico del país, por lo que será fundamental establecer políticas y estrategias tendientes a su desarrollo.

HUÉSPEDES/LLEGADAS POR TIPO DE CENTRO (1997)

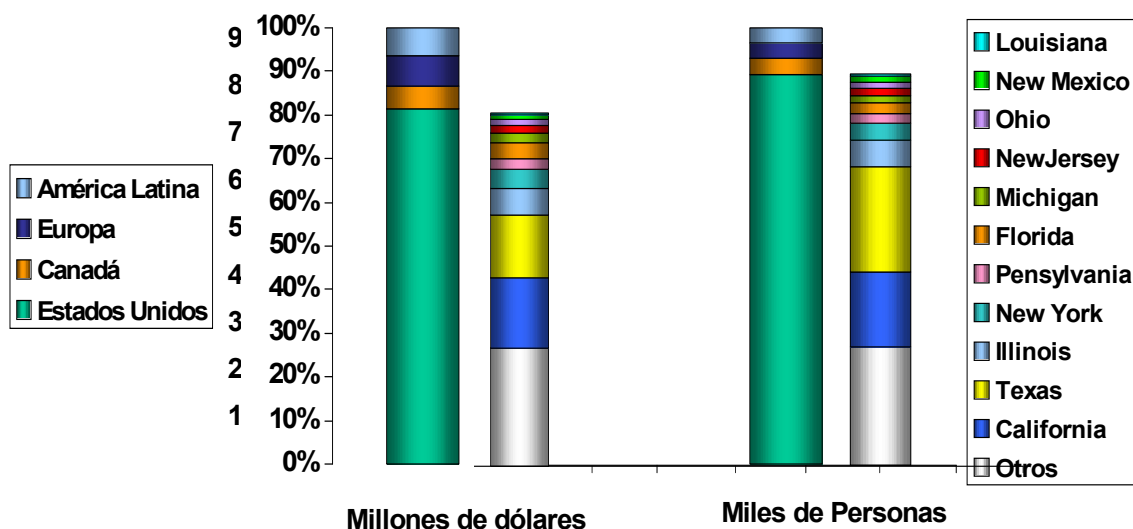


Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo, 1999

El Mercado Internacional

Actualmente casi el 90 % de los visitantes al país y el 80 % del ingreso por turismo internacional vienen de EEUU. Los principales Estados Emisores de ese país son California, Texas, Illinois, New York/New Jersey, Pennsylvania y Florida. Es relevante que estos estados sean los de mayor número de mexicanos trabajando en el extranjero.

TURISMO RECEPTIVO POR LUGAR DE ORIGEN 1997



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo 1999

El gasto medio de los turistas de América Latina, Europa y Canadá es mayor al promedio de EEUU, aunque éste varía de manera significativa de acuerdo a la región de origen.

Infraestructura carretera

Este es un asunto de gran relevancia para la distribución del turismo hacia diversos destinos del país, pues las nuevas condiciones del mercado turístico implican reforzar de manera decidida el desarrollo de regiones y ya no tanto de centros turísticos (enclaves) aislados uno de otro.

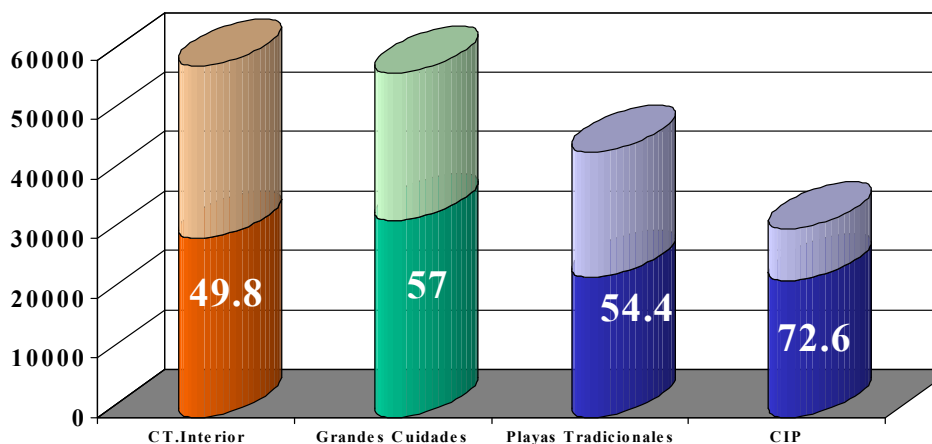
Las carreteras entre las principales ciudades y hacia las zonas fronterizas se encuentran en condiciones aceptables. Sin embargo, las carreteras secundarias muestran rezagos y en algunos casos no se cuenta con programas permanentes de mantenimiento, no hay señalización adecuada y no se cuenta con un sistema de seguridad y vigilancia, lo que ocasiona inseguridad para los viajeros que

deciden viajar por esta vía en el país. La participación del sector privado en este rubro puede incrementar los servicios en las carreteras turísticas.

Alojamiento

Aunque los promedios de ocupación nacional están arriba de la media internacional, las estrategias turísticas en México, han favorecido la inversión en hotelería al grado de causar, en algunos destinos, problemas de sobreoferta. Esto ha llevado a importantes reducciones en las tarifas. Por otra parte, las condiciones de financiamiento y promoción de inversiones en este rubro se han endurecido, por lo que su crecimiento se ha desacelerado. La estrategia futura deberá equilibrar la necesidad de utilizar mejor la capacidad instalada y promover el desarrollo de nuevos centros basados en conceptos de desarrollo regional y sustentabilidad.

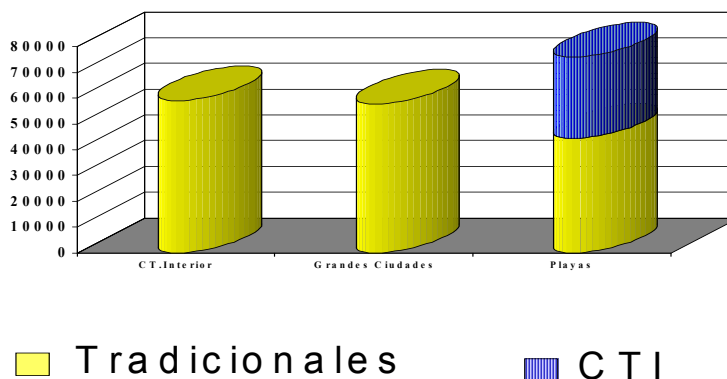
OCUPACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE CENTRO



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo 1999

La mayor parte de la oferta hotelera nacional se encuentra en las playas, aunque existe una capacidad instalada distribuida en todo el país

NÚMERO DE CUARTOS POR TIPO DE CENTRO 1997



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo 1999

Mecanismos de comercialización y distribución

Tradicionalmente la comercialización del turismo en México se ha sustentado en el principio de venta por volumen del producto turístico de sol y playa,

Las ventas se realizan preferentemente a través de los mayoristas estadounidenses en unos cuantos mercados masivos de los EEUU, preferentemente ofreciendo paquetes –avión y hotel- hacia los destinos que se consideran como prioritarios. Por eso, se ha dado gran importancia al fomento a la participación del sector turístico en ferias internacionales con el objeto de establecer contacto con mayoristas internacionales. Sin embargo, el fomento de la integración de paquetes y su distribución a través de mayoristas, que a su vez, son distribuidos por agencias minoristas, provoca una larga cadena de intermediación que incrementan el costo final de los servicios y concentra el beneficio generado en un número limitado de empresarios, por lo que se ha comenzado a dar importancia a canales alternativos, como los Sistemas de Reservas y el uso de Internet y estrategias de mercadeo directo que permiten llegar de forma más directa a los consumidores finales.

Consecuencias de las modalidades de crecimiento del turismo en México

El análisis de la evolución y características del turismo en México durante los últimos 50 años, pone en evidencia los elementos clave que explican la situación actual del turismo en el país.

Se puede afirmar que las consecuencias de las modalidades de crecimiento del turismo en México tienen las siguientes características:

a) Entre las principales ventajas y capacidades sobre las cuales es posible una revisión y orientación del desarrollo futuro de la Actividad turística destacan:

- Una importante demanda interna que ha permitido crecer y estimular la Actividad turística
- Experiencia generada en los últimos cincuenta años para la operación y comercialización del turismo a gran escala
- Se han incorporado programas turísticos regionales que toman en consideración factores sociales y ambientales, aunque aún se encuentran en etapas de instrumentación incipientes
- Una capacidad instalada por todo el territorio nacional que posibilita la integración de circuitos y regiones turísticas combinando sitios en diferentes etapas de desarrollo
- Existencia de un amplio y diversificado patrimonio natural y cultural que permite impulsar nuevas modalidades de oferta turística.
- Incorporación de nuevas tecnologías que permiten diversificar los accesos a la información estratégica y ampliar los canales de comercialización de pequeños y medianos empresarios.
- Incipiente desarrollo de nuevas modalidades de viaje enfocadas al medio ambiente y la cultura
- Nueva dinámica derivada de los procesos de apertura y democratización que abre canales de interlocución más diversificados, con mayor representatividad y cobertura del territorio nacional.
- Fortalecimiento de ONGs en el turismo que aportan nuevos elementos para orientar el desarrollo turístico, pues colaboran en procesos de planeación e investigación y sirven como interlocutoras con las comunidades locales y grupos empresariales.
- Gran cantidad de escuelas técnicas y profesionales de turismo que son una primera base para el fomento de nuevos esquemas de servicio y calidad en las empresas prestadoras de servicios turísticos.

- Entre los principales problemas estructurales del turismo nacional, se encuentran:
- Dependencia de un sólo mercado internacional, EEUU, especialmente para el segmento de sol y playa
- Participación del mercado doméstico subordinado a las modalidades de operación del turismo internacional, sobretodo en períodos de reflujo o baja demanda
- Desarrollo turístico limitado a centros de sol y playa y concentrado en enclaves turísticos y políticas que restringen otras modalidades de viaje dentro del país
- Esquema de crecimiento centrado en la hotelería, líneas aéreas y mayoristas que han provocado una dependencia de sus formas de operación y comercialización
- Planeación que privilegia el desarrollo de las zonas turísticas en determinadas localidades, que ha evolucionado hacia patrones que privilegian el negocio inmobiliario-hotelerero sobre el de la atención al turismo, con consecuencias de sobreoferta de cuartos e impactos sociales y ambientales negativos
- Falta de planeación urbana en los sitios turísticos que ha generando fuentes de conflicto que limitan su desarrollo y provocan problemas ambientales, sociales, de inseguridad y políticos.

Considerando estos problemas estructurales, ventajas y capacidades se desprende el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como punto de partida estratégico para la formulación del Plan Rector.

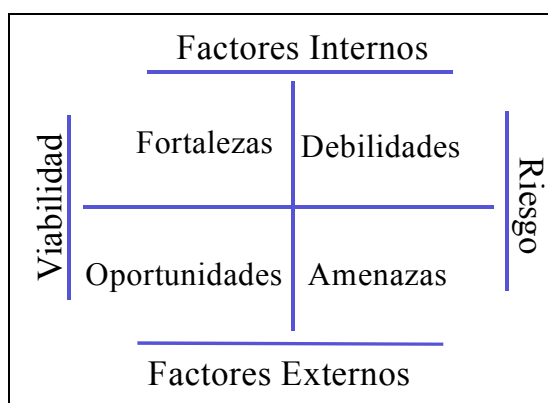
Las matrices que se presentan a continuación se refieren a los aspectos medulares de la Actividad turística en México: función del turismo en el desarrollo nacional, gestión turística- pública y privada, mercado/producto –nacional e internacional-, desarrollo, operación, imagen y comercialización de la Actividad turística.

El Plan Rector considerará las combinaciones entre fortalezas y oportunidades para potenciarlas; y las amenazas y debilidades para contrarrestarlas y minimizar sus efectos.

Análisis FODA

El análisis que se presenta a continuación, está basado en el método FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), el cuál permite realizar un análisis sintético de los principales elementos que han afectado el desarrollo del

turismo en México. El examen de los factores se presenta en un cuadro integral en el que se cruzan las variables reconocidas en el diagnóstico para elaborar escenarios posibles a partir de su combinación.



En los espacios externos del cuadro se presentan:

Las fortalezas, representan las ventajas y capacidades del desarrollo del turismo en México

Las debilidades, constituyen los problemas fundamentales de carácter estructural, organizacional y/o promocional con que se enfrenta;

Las oportunidades son aquellas variables externas que pueden aprovecharse para el desarrollo del turismo,

Las amenazas, son factores de riesgo que deberán tenerse en cuenta en el diseño de las políticas y estrategias, para minimizar o en su caso, neutralizar sus efectos.

En los espacios centrales se presenta un los escenarios posibles producto de la combinación de las variables y se identifica el peso de la variable dominante de acuerdo a la siguiente simbología:

- ↔ Las dos variables crean sinergia.
- ⇔ Las variables se neutralizan
- ⇒ Variable Izquierda Dominante
- ⇐ Variable Derecha Dominante

El análisis permite establecer prioridades en función de los efectos de las variables para el desarrollo sustentable y competitivo de la actividad.

<p>Función del Turismo en el Desarrollo Nacional</p>	<p>Fortaleza: Contribución al PIB, a la generación de empleos, a la captación de divisas y al desarrollo regional</p>	<p>Debilidad: Desequilibrios sociales y ambientales provocados por el crecimiento turístico sin la planeación adecuada</p>
<p>Oportunidad: Contrarrestar los desequilibrios provocados por el nuevo modelo exportador en las regiones marginadas (Sur del país)</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad Mayor importancia del turismo en las prioridades nacionales por sus aportaciones y posibilidades de desarrollo en todo el país.</p>	<p>Debilidad ⇔ Oportunidad El crecimiento del turismo sin cambios en los enfoques de política hacia otras variables como el desarrollo regional y la sustentabilidad podrían seguir causando problemas sociales y ambientales en los destinos</p>
<p>Amenaza: Sobreoferta, deterioro ambiental y fracaso absoluto de los destinos turísticos nacionales</p>	<p>Amenaza ⇔ Fortaleza Desempleo, endeudamiento de los inversionistas, deterioro de la imagen del país</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Desvío de inversiones turísticas y otras, deterioro del nivel y calidad de vida de los habitantes de los sitios turísticos, aumento de criminalidad e inestabilidad política</p>

<p align="center">Gestión Turística y Organización Sectorial Sector Público</p>	<p>Fortalezas: Reconocimiento del concepto de sustentabilidad y de la importancia del turismo en el gobierno federal Existencia de instituciones especializadas en fomento al turismo (SECTUR Y FONATUR) Diversas instituciones públicas cuentan con programas relativos al turismo Descentralización de funciones hacia los gobiernos estatales</p>	<p>Debilidades: Falta de una visión compartida que permita articular y equilibrar los programas del gobierno que inciden en la actividad turística Carencia de sistemas de información para la planeación. Las instituciones turísticas se han abocado a la promoción, publicidad y al desarrollo de centros de playa (enclaves) Marginación de programas de sustentabilidad y diversificación de la oferta turística Falta de interés en el mercado nacional</p>
<p>Oportunidades: Descentralización y búsqueda de consensos y mejores condiciones para que participen los nuevos y diversos actores en la gestión y organización del turismo Utilización de mecanismos de vanguardia que agilizan la comunicación, los procesos de toma de decisiones, etc</p>	<p>Fortalezas ⇔ Oportunidades Consolidación de mecanismos regionales de coordinación y planeación Mejor articulación de las estrategias nacionales y locales Instrumentación de un programa integral para apoyar el desarrollo turístico sustentable</p>	<p>Debilidad ⇔ Oportunidad Falta de homogeneidad en los desarrollos turísticos locales y estancamiento de nuevos proyectos Lentitud en la toma de decisiones de temas que afectan al turismo</p>
<p>Amenaza: Reducción o desaparición de los organismos rectores del turismo Disminución del peso del sector turismo en el Gobierno Federal</p>	<p>Amenaza ⇔ Fortaleza Dispersión de esfuerzos y recursos de las instituciones que participan en el turismo. Falta de priorización real del turismo.</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Anarquía Decisiones que entorpezcan o detengan la competitividad turística</p>

<p align="center">Gestión Turística y Organización Sectorial Sector Privado</p>	<p>Fortaleza: Existencia de asociaciones turísticas Operadores y desarrolladores turísticos con fuerza y poder de interlocución</p>	<p>Debilidad: Falta de una visión compartida que permita articular y equilibrar los programas de los diversos actores privados que participan en la actividad por carencia de fuerza y representatividad de otras organizaciones del sector privado, especialmente medianas y pequeñas empresas</p>
<p>Oportunidad: Mayor participación del sector privado y crecimiento de otras organizaciones que representan y agrupan diversos empresarios relacionados con la actividad</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad Al equilibrar las necesidades de los diversos grupos que participan en el turismo, habrá mejor aplicación de esfuerzos y recursos que fortalezcan el desarrollo del turismo</p>	<p>Oportunidad ⇔ Debilidad Atomización de acciones de los diversos grupos En la medida en que se amplíe la participación de agrupaciones que representen intereses de los diversos involucrados se logrará una mejor coordinación y articulación de la actividad turística</p>
<p>Amenaza: Privilegio de las mega- empresas como interlocutores que impidan a los nuevos actores consolidar su participación en las decisiones</p>	<p>Fortaleza ⇔ Amenaza Que se restrinja el apoyo a pequeños y medianos empresarios y se sigan privilegiando únicamente las estrategias hacia el crecimiento de los grandes operadores</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Que los grandes interlocutores sigan controlando las políticas, prevalezca la visión de la gran empresa y no se enfoquen esfuerzos a atender a los nuevos mercados /nichos.</p>

<p>Relación Mercado Internacional / Producto</p>	<p>Fortaleza: Cercanía con EEUU y presencia turística en Canadá, Europa y Latinoamérica</p>	<p>Debilidad: Percepción de México como país barato e inseguro y alta concentración en pocos mercados emisores de EEUU Alto costo de oportunidad para los viajes de Europa y Latinoamérica a México</p>
<p>Oportunidad: Crecimiento de los mercados masivos y desarrollo de segmentos especializados con intereses diversos en los mercados emisores</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad Mantener el crecimiento turístico y mejorar el gasto medio diversificando con nuevos segmentos</p>	<p>Debilidad ⇒ Oportunidad Riesgo de concentrar los esfuerzos de promoción y desarrollo para atraer los mercados masivos y abandonar alternativas de diversificación de mayor gasto y menores impactos ambientales</p>
<p>Amenaza: Mayor competencia entre destinos que provoca disminución de precios Mayor exigencia de calidad, seguridad y certidumbre por parte de los turistas, en particular los de mayor gasto</p>	<p>Amenaza ⇒ Fortaleza Continuar la tendencia a competir por precio y perder segmentos de mayor gasto por incapacidad ante las exigencias de calidad, seguridad y certidumbre</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Pérdida de segmentos actuales por reforzamiento de la percepción de inseguridad y mala calidad de servicios.</p>

<p align="center">Relación Mercado Doméstico / Producto</p>	<p>Fortaleza:</p> <p>Principal aportador a la economía turística del país</p> <p>Interés hacia diferentes sitios turísticos</p>	<p>Debilidad:</p> <p>Falta de facilidades de viaje a algunos destinos menos desarrollados</p> <p>Imagen de inseguridad</p>
<p>Oportunidad:</p> <p>Disminución del índice de natalidad y participación de la mujer en el sector laboral lo que produce un incremento en la capacidad de gasto familiar</p> <p>Diversificación de intereses aparición de nuevos segmentos turísticos</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad</p> <p>Mayores contribuciones a la economía turística</p> <p>Desarrollo de nichos turísticos</p> <p>Consolidación de destinos que pueden aprovecharse en su comercialización internacional</p>	<p>Debilidad ⇔ Oportunidad</p> <p>Desaprovechamiento de las contribuciones del turismo doméstico para crear nuevos tipos de oferta</p>
<p>Amenaza:</p> <p>Contracción de las clases medias con posibilidad de viajar</p>	<p>Fortaleza ⇔ Amenaza</p> <p>Mantenimiento de ciertos segmentos de la población en destinos con oferta barata</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza</p> <p>Disminución de la contribución a la economía turística del país</p> <p>Pérdida de interés de los nuevos segmentos en los nuevos nichos por falta de facilidades</p> <p>Desaparición de nichos de oportunidad</p>

<p align="center">Desarrollo Turístico</p>	<p>Fortaleza: Infraestructura y capacidad instalada en los principales destinos Recursos naturales y culturales</p>	<p>Debilidad: Deficiencia de infraestructura en algunas zonas Falta de mecanismos de financiamiento e incentivos nacionales adecuados que fomenten el desarrollo de nuevos destinos Crecimiento desmedido de destinos con modelos de enclave Deterioro ambiental de algunos destinos</p>
<p>Oportunidad: Apertura económica Descentralización Democratización Crecimiento de la conciencia ambiental</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad Posibilidad de impulsar nuevos patrones de desarrollo, ambientalmente responsables con mayor participación de la sociedad en las decisiones y mejor distribución de los beneficios económicos</p>	<p>Debilidad ⇒ Oportunidad Los beneficios de la apertura podrían dirigirse a reforzar el modelo de enclave y distorsionar el carácter del desarrollo sustentable.</p>
<p>Amenaza: Exigencia de mayor crecimiento turístico que provoca una gran presión sobre el patrimonio turístico natural y cultural</p>	<p>Fortaleza ⇐ Amenaza Reforzamiento del modelo de enclave.</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Depredación acelerada del patrimonio turístico natural y cultural Destrucción de las posibilidades turísticas en algunos destinos por sobreoferta y mal manejo de las capacidades de carga Carencia de nuevas inversiones</p>

<p align="center">Operación</p>	<p>Fortaleza: Estructura consolidada para el manejo de los principales mercados y experiencia en la operación turística de gran escala</p>	<p>Debilidad: Dependencia de los grandes operadores, especialmente líneas aéreas, cadenas hoteleras y touroperadores. Marginación de los pequeños y medianos empresarios en las políticas de desarrollo</p>
<p>Oportunidad Crecimiento de nuevos actores derivado de la diversificación de los intereses del mercado. Apertura de países menos desarrollados turísticamente y necesidad de ampliar su operación, por ejemplo, Centroamérica</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad La creciente participación de pequeños y medianos empresarios en mejores condiciones facilitarán la reconversión de la operación turística del país y el rediseño del espacio turístico Posibilidad de internacionalizar la operación de empresas nacionales</p>	<p>Debilidad ⇔ Oportunidad Surgimiento de dos esquemas de operación que compitan, pero no se complementen ni generen sinergia.</p>
<p>Amenaza Falta de consideración de los grandes operadores ante las necesidades de desarrollo del país Inhibición del potencial de las pequeñas y medianas empresas</p>	<p>Fortaleza ⇐ Amenaza Dificultades para impulsar nuevos modelos de operación turística que permitan la redistribución de los beneficios del turismo y presiones para continuar las formas de operación actuales.</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Vulnerabilidad ante los intereses de las grandes empresas turísticas. Que las pequeñas y medianas empresas nacionales no puedan integrarse a la actividad y los beneficios del turismo no se distribuyan de forma adecuada en las comunidades receptoras</p>

<p align="center">Comercialización</p>	<p>Fortaleza:</p> <p>Presencia de la oferta de México entre mayoristas internacionales hacia algunos segmentos del mercado, especialmente sol y playa.</p> <p>Presencia de empresas mexicanas en los sistemas de reservaciones mundiales.</p>	<p>Debilidad:</p> <p>Estrategias de venta de mayor volumen a menor precio dependiente de las redes de distribución de mayoristas y líneas aéreas</p> <p>Desarticulación de esfuerzos públicos y privados en las políticas de distribución.</p>
<p>Oportunidad:</p> <p>Las nuevas tecnologías de telecomunicaciones permiten el acceso más amplio y directo a los mercados</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad</p> <p>La diversificación de sistemas de distribución que posibilitan mayores precios y competitividad de la oferta turística mexicana por disminución de intermediarios y acceso más directo a los mercados.</p>	<p>Debilidad ⇔ Oportunidad</p> <p>Riesgo de aprovechar las tecnologías para reforzar la estrategia de competencia por precio</p>
<p>Amenaza:</p> <p>Sobreoferta en algunos destinos</p>	<p>Fortaleza ⇐ Amenaza</p> <p>Reforzamiento de la comercialización basada en venta por volumen por el acceso a mercados masivos</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza</p> <p>La comercialización basada en venta por volumen reduce la rentabilidad y aumenta la presión sobre los recursos, generando un círculo vicioso de pérdida de valor de los productos turísticos mexicanos en los mercados</p>

<p align="center">Imagen</p>	<p>Fortaleza: Presencia de la imagen de México en algunos segmentos del mercado especialmente sol y playa</p>	<p>Debilidad: Imagen de inseguridad y contaminación ambiental Mensajes públicos y privados desarticulados y confusos en las campañas de promoción y publicidad</p>
<p>Oportunidad: Las nuevas tecnologías de telecomunicaciones permiten el acceso más amplio y directo para la promoción de los valores turísticos de México</p>	<p>Fortaleza ⇔ Oportunidad Proyectar una imagen mas completa y diversificada de los recursos turísticos del país a través de sistemas de telecomunicaciones</p>	<p>Debilidad ⇒ Oportunidad Riesgo de aprovechar las tecnologías para distribuir mensajes confusos por falta de coordinación y amarillismos</p>
<p>Amenaza: Riesgo de que a través de las nuevas tecnologías se difunda información negativa sobre México</p>	<p>Fortaleza ⇐ Amenaza Reforzamiento de imagen de inseguridad y pérdida de imagen en segmentos vulnerables a informaciones negativas</p>	<p>Debilidad ⇔ Amenaza Pérdida del mercado</p>

Conclusiones del Diagnóstico

El diagnóstico pone en evidencia que el modelo adoptado ha llevado al deterioro de los destinos, la pérdida de competitividad y provocado problemas en diversos ámbitos, por lo que es evidente la necesidad de replantear las estrategias de desarrollo turístico en México, considerando las variables económicas, sociales, políticas y ambientales, así como sus efectos en el desarrollo integral del país, a partir de una visión que motive la participación de las diversas instancias gubernamentales, los empresarios y operadores turísticos, así como de otras ramas que intervienen en la actividad y las comunidades receptoras.

A continuación se presentan diversos lineamientos orientados a capitalizar las fortalezas y oportunidades del turismo en el país, contrarrestar las principales debilidades y problemas estructurales que limitan su desarrollo, así como minimizar las amenazas que afectan o podrían afectarlo.

En cuanto a la Función del Turismo en el Desarrollo Nacional

El nuevo modelo deberá centrarse en el desarrollo regional sustentable, contribuyendo a los objetivos nacionales en los ámbitos económico, social, político y ambiental.

Gestión Turística y Organización Sectorial

Es necesario establecer una visión incluyente que dirija los esfuerzos de los sectores público y privado

En cuanto a la participación del sector público, éste deberá dirigir sus esfuerzos a crear las condiciones de competitividad y sustentabilidad para el desarrollo armónico del turismo y buscar la articulación de las diferentes instancias que deben participar para lograrlo, reforzar la descentralización a través de mecanismos locales de operación y consulta

En cuanto a la participación del sector privado, deberán fortalecerse los mecanismos de interlocución de los diversos actores que participan en la actividad

Relación Producto/Mercado

En cuanto al enfoque de mercado, se deberá equilibrar la importancia entre el mercado nacional e internacional y dirigirse a nichos de mayor costo-beneficio en ambos casos.

Desarrollo y Operación

En cuanto a los recursos naturales, será necesario establecer mecanismos y presupuestos asignados a la protección y cuidado ambiental

En cuanto a la ubicación geográfica, deberán privilegiarse programas regionales que permitan capitalizar la infraestructura instalada, distribuir los flujos turísticos y consecuentemente los beneficios del turismo

En cuanto a la política de inversión, deberán establecerse programas de fomento al desarrollo de actividades y proyectos sustentables y bien diferenciados, especialmente de apoyo a la mediana y pequeña empresas

En cuanto a los criterios de diseño urbano, deberá contemplarse la capacidad de infraestructura y servicios públicos de los destinos y ciudades turísticas, asegurando contar con suficiencia para la población local; incorporar tecnologías sustentables en la construcción y operación e incentivar el uso de un diseño armónico con el medio ambiente de los destinos

Imagen y Comercialización

En cuanto a los esfuerzos de comunicación y mercadotecnia institucional, se deberá tomar ventaja de las nuevas tecnologías y uniformar criterios para la realización de campañas de los sectores público y privado, tomando en cuenta la diversidad de atractivos y recursos que ofrece México y enfocarse a los segmentos de mayor costo-beneficio

En el Plan Rector se presenta un nuevo modelo que propone estrategias y directrices generales para asegurar el crecimiento armónico del turismo y su contribución al desarrollo nacional.

II. El Turismo en México en la Perspectiva 2020

1. Introducción

A manera de introducción sobre las perspectivas existentes en el horizonte 2020, se presentan algunas observaciones con relación a las premisas, métodos y herramientas empleadas para determinar los futuros escenarios sobre el sector turismo:

El futuro es un ente imaginario; no se convierte en algo tangible y comprobable (sujeto de medición) sino hasta que deja de ser futuro y se convierte en presente o pasado. Por ende el futuro sólo puede imaginarse, inventarse. Pero la construcción de futuros no puede dejarse sólo a la imaginación; existen futuros cuya probabilidad de ocurrencia parece razonablemente mayor que la de otros, y futuros que, a la luz de los conocimientos disponibles, parecen imposibles. Así, la construcción de escenarios futuros debe responder a una combinación de la imaginación y la razón.

El futuro dependerá de lo ocurrido en el pasado, de las decisiones presentes y de lo que de ahora en adelante hagamos o dejemos de hacer. Decidir en qué medida dependerá de cada uno de estos factores es algo circunstancial. Sobre ello las reglas del conocimiento científico pueden ofrecer una débil guía, puesto que la prospectiva no es una ciencia (aunque en su quehacer comparta muchas de las herramientas de las ciencias, como los modelos matemáticos, sistemas de pensamiento lógico, etc.).

El futuro no puede pronosticarse con absoluta certeza, ni adivinarse anticipadamente cómo será. Que pudiese pronosticarse con certeza significaría obligadamente que no dependería de las acciones teleológicas (con propósito) y volitivas (producto de la voluntad) del hombre. Independientemente de lo que éste hiciese o dejase de hacer, el futuro sólo podría ser de una y sólo una manera: la pronosticada. Ello le quitaría sentido a las tareas de planeación (para qué planear si ello no nos permitiría alterar el transcurrir de las cosas). En todo caso, la evidencia disponible muestra que el hombre sí es capaz de alterar el rumbo y evolución de las cosas. El futuro no es entonces un destino inescapable. Así, en rigor debiera hablarse de los futuros, siempre en plural, para denotar que no se trata de uno único, sino sólo de una gama de posibilidades alternativas.

Se puede especular razonadamente sobre el futuro. A ello es a lo que debe remitirse todo planteamiento que haga referencia a cualquier conocimiento sobre

el futuro. Para especular razonadamente sobre él, existen múltiples puntos de partida e hipótesis posibles. Cabe distinguir primero entre dos diferentes clases de ejercicios de construcción del futuro: los de carácter normativo y los de carácter exploratorio. Los primeros se refieren al deber ser de las cosas; esto es, a lo deseable (o indeseable), y son producto de nuestras aspiraciones y miedos (o interpretaciones o estimaciones sobre cuáles son éstos en una sociedad específica). Los segundos se refieren a lo que parece razonablemente posible, y en general a aquello cuya probabilidad de ocurrencia se estima no despreciable. En el caso que nos ocupa, los futuros del sector turismo (y su entorno), los escenarios se derivan de un enfoque exploratorio.

Pueden distinguirse también dos grandes grupos de escenarios: los "empujados por el presente" y los "jalados por el futuro". Los primeros parten del estado de cosas actual y las fuerzas que actúan sobre el objeto o sistema de estudio y proyectan hacia delante en el tiempo las posibles consecuencias que ellas y diferentes concatenaciones de posibles eventos futuros tendrían sobre el estado de cosas; aunque no de manera obligada, en general este grupo de escenarios suele ser de carácter exploratorio. Los segundos parten de una imagen futura del objeto o sistema de estudio en un futuro lejano y recorren un camino hacia atrás en el tiempo (desde el futuro hacia el presente) preguntándose qué hubo de ocurrir para llegar a la imagen futura definida como punto de partida. Aunque no es obligado que así sea, en general este grupo de escenarios suele corresponder a futuros normativos. En el caso que nos ocupa, los escenarios planteados para los futuros del turismo (y su entorno) corresponden a escenarios "empujados por el presente".

En cualquier caso, las imágenes sobre los futuros requieren la definición o selección de algunas variables o indicadores, tanto propios del objeto o sistema bajo estudio (internos), como externos a él pero relevantes para su interpretación (externos), que permitan describir a lo largo del tiempo la evolución lo que se considera esencial o más importante del objeto de estudio, o bien aquellos rasgos de él que podrían sufrir mayores cambios. Dichos indicadores o variables pueden ser de carácter cuantitativo o cualitativo. La mayor parte de los escenarios construidos sobre el sector turismo y su entorno de interés son de carácter cualitativo (si bien en muchos casos se señalan algunas cifras de referencia o cifras "ancla"), aún cuando la mayoría de ellos han sido desarrollados a partir de la posible evolución cuantitativa de ciertas variables o conjuntos de variables.

La mayor parte de las tendencias apuntadas en los escenarios sobre el sector turismo y su entorno relevante se derivan de la aplicación de modelos logísticos de crecimiento o competencia (curvas "s" o modelos con ecuaciones diferenciales no lineales de tipo Volterra) aplicados a series estadísticas históricas tan largas como

en cada caso lo permitió la información disponible de los indicadores (o conjuntos de ellos) relevantes. La selección de los parámetros del modelo logístico que mejor ajusta los datos históricos se hizo aplicando criterios de error cuadrático medio.

Otra parte de los elementos de los escenarios construidos se deriva de la aplicación de ciertos paradigmas o modelos teóricos de explicación de la realidad y una extrapolación lógica de sus posibles consecuencias.

Adicionalmente, los elementos antes señalados se complementaron con opiniones de expertos. Los métodos basados en dichas opiniones postulan que los conocimientos y saber de grupos de expertos les facilitan la tarea de especulación razonada sobre los futuros y que las evaluaciones colectivas de dichas opiniones permiten asignar a eventos o sucesos futuros atributos como probabilidad de ocurrencia, posibles fechas de ocurrencia, magnitud de su posible impacto sobre el estado del objeto de estudio o sobre otros eventos o sucesos de importancia, o su deseabilidad o indeseabilidad. Las opiniones de expertos empleadas en la construcción de los escenarios del turismo y su entorno provienen básicamente de dos grandes fuentes: La primera, opiniones vertidas por diversos autores en publicaciones internacionales sobre prospectiva (con la desventaja que las opiniones que cada autor ofrece no necesariamente responden a la misma pregunta o inquietud que las de otros ni se ofrecen desde la misma perspectiva). La segunda, los resultados de numerosos grupos de consulta a expertos realizados por el consultor a lo largo de los últimos años y sobre los posibles futuros escenarios de diferentes temas, seleccionando aquellos asuntos que parecen más relevantes para el sector turismo.

Los escenarios de carácter tendencial son útiles para, entre otros, detectar posibles cuellos de botella, o posibles situaciones extremas en la evolución de ciertos indicadores. En esos casos, la posible resolución de los aparentes conflictos que se derivan de dichas situaciones o cuellos de botella permiten especular sobre la necesidad de que se presenten rompimientos en las tendencias vigentes, matizar los ritmos de desarrollo de las mismas, o especular sobre la probable aparición o profundización de nuevas tendencias. Ello se hace con cierta frecuencia en los escenarios propuestos para los futuros del sector turismo y su entorno relevante.

Con base en estos considerandos, a continuación se anotan algunas de las grandes tendencias que con alta probabilidad estarán presentes en el futuro de mediano y largo plazos a nivel internacional y nacional y algunas de las consecuencias que se prevé podrían tener sobre el sector turismo. Las tendencias fueron seleccionadas pensando en los próximos veinte años, tomando en cuenta que en sistemas sociales complejos convienen plazos tan largos como sea

prudente, pero lo suficientemente cortos como para tener conexiones claras con el presente; treinta años es en términos gruesos el lapso de cambio de una generación. Se pone el acento primero en las tendencias internacionales, reconociendo que ellas afectarán en primer término a los países más desarrollados y que éstos seguirán siendo en el futuro los principales polos generadores de turismo internacional, pero aceptando que muchas de ellas afectarán también directamente a México. Estas grandes tendencias internacionales son complementadas con otras que pueden distinguirse en nuestro país y que son peculiares de él.

Independientemente de dichas tendencias (o en paralelo y en parte como causa de ellas), parece razonable esperar que en los próximos treinta años el futuro estará caracterizado por tres grandes rasgos:

Una creciente complejidad en todos los campos, derivada fundamentalmente de un creciente número de componentes o elementos del todo, más interconectados entre sí (creciente peso de redes);

Una creciente incertidumbre, derivada en gran medida de la mayor conectividad entre un mayor número de actores, asuntos, etc.; y

Una creciente intensidad de cambio.

Estos tres grandes rasgos del futuro harán, entre otros, que las herramientas y modelos de planeación en general, y los del sector turismo en particular, se vean obligados a renovarse para incluir un mayor número de elementos a considerar, un mayor número de interconexiones posibles entre asuntos y actores tanto al interior del sector como de éste con su entorno, y consideraciones que permitan incorporar al cambio como elemento al que los gobiernos y los operadores habrán de adaptarse de manera permanente.

2. Macrotendencias Internacionales

La población mundial seguirá creciendo en el futuro, aunque con tasas anuales medias decrecientes. Entre los años 2000 y 2020 la población mundial podría multiplicarse por 1.5. Ello significa que, potencialmente, la demanda de productos y servicios, incluidos los de turismo, tenderá a incrementarse. Sin embargo, más del 80% del crecimiento demográfico mundial esperado seguramente corresponderá a los actuales países en desarrollo.

Ello podría ser no muy positivo para el turismo internacional, ya que parece poco probable que, a pesar de avances en las economías de los países menos

desarrollados, los niveles de ingresos per cápita en ellos podrán alcanzar niveles que incrementen sustantivamente los viajes no necesarios.

POBLACIÓN MUNDIAL

	1950	1970	1995	2000	2010	2020
Habitantes						
Total	2,523,878 (100.00%)	3,701,909 (100.00%)	5,687,113 (100.00%)	6,091,351 (100.00%)	6,890,775 (100.00%)	7,671,924 (100.00%)
Regiones más desarrolladas	812,687 (32.20%)	1,007,667 (27.22%)	1,171,384 (20.60%)	1,186,990 (19.49%)	1,206,375 (17.51%)	1,218,526 (15.88%)
Regiones menos desarrolladas	1,711,191 (67.80%)	2,694,242 (72.78%)	4,515,729 (79.40%)	4,904,360 (80.51%)	5,684,400 (82.49%)	6,453,398 (84.12%)
Latinoamérica y Caribe	166,337 (6.59%)	283,530 (7.66%)	476,637 (8.38%)	514,688 (8.45%)	589,301 (8.55%)	658,496 (8.58%)
Tasa Anual Media de Crecimiento						
Total	1.78	1.75	1.48	1.27	1.11	0.93
Regiones más desarrolladas	1.21	0.79	0.40	0.17	0.13	0.03
Regiones menos desarrolladas	2.04	2.37	1.65	1.53	1.32	1.10
Latinoamérica y Caribe	2.65	2.43	1.54	1.41	1.18	0.92

Fuente: ONU, *World Population Prospects*, rev 1996, ONU, Nueva York, 1998.

Los países más ricos muestran poblaciones relativamente estables (en algunos casos incluso decreciendo) y un proceso importante de envejecimiento (resultado de alzas en las esperanzas de vida a todas las edades).

El incremento de los mayores de 50 años, tanto en números relativos como absolutos, en los países más ricos (Europa, América del Norte y Japón)

seguramente será muy positivo para los viajes al extranjero, en particular los de larga distancia y los de interés cultural. Adicionalmente, una mayor proporción de jubilados entre las poblaciones de los países industrializados posiblemente traerá como consecuencia una menor concentración estacional de la demanda, hará más frecuentes las vacaciones largas, y hará que el contenido y forma de las vacaciones sean más variados.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN PAÍSES MENOS DESARROLLADOS POR GRUPO DE EDAD

Regiones menos desarrolladas (habitantes)

	1950	1970	1995	2000	2010	2020
0-14 años	646,024	730,195	1,551,408	1,607,405	1,667,360	1,730,875
15-24 años	322,300	498,672	861,193	904,210	1,035,073	1,077,434
25-64 años	676,250	966,835	1,890,371	2,145,499	2,661,414	3,183,770
65 y más	66,618	102,539	212,758	247,247	320,550	461,321

Fuente: ONU, *World Population Prospects*, rev 1996, ONU, Nueva York, 1998.

Por otra parte, muchos de los países de desarrollo medio están viviendo ya un proceso de maduración demográfica y como producto de él muestran ya una burbuja en su estructura por clasificación de edades en los grupos de entre 20 y 40 años. A pesar de los relativamente bajos niveles de ingresos per cápita de dichos países, el crecimiento relativo y absoluto de su población económicamente activa joven podría contribuir a incrementar el turismo interno e internacional. Los países menos desarrollados, incluido en ellos algún gigante como la India, siguen teniendo tasas de natalidad muy elevadas, haciendo que su estructura por grupos de edades mantenga la forma de una pirámide de base ancha en los grupos de menores edades, similar a la que tuvo México en los años setenta. Así, en resumen, probablemente el mundo del año 2020 estará dividido entre países de viejos ricos, países de adultos jóvenes con aspiraciones de llegar a ricos y países de niños y adolescentes pobres.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE POR GRUPO DE EDAD

Latinoamérica y Caribe
(habitantes)

	1950	1970	1995	2000	2010	2020
0-14 años	66,528	120,263	160,071	161,246	162,592	163,879
15-24 años	17,764	53,322	94,655	100,300	104,963	105,606
25-64 años	62,595	98,036	197,740	225,200	283,877	334,136
65 y más	6,220	11,909	24,171	27,943	37,867	54,875

Fuente: ONU, *World Population Prospects*, rev 1996, ONU, Nueva York, 1998.

Está en marcha un proceso acelerado de urbanización en los países menos desarrollados y la denominada “rurbanización”, esto es, una urbanización rural, en los más desarrollados. Por una parte, ello posiblemente significará un número creciente de destinos alternativos en los países en desarrollo con infraestructura adecuada para recibir a turistas.

El crecimiento de ciudades intermedias y aún de megalópolis en dichos países agregará diversidad a la oferta turística. Por otra parte, el proceso de urbanización contribuirá a una cierta homogeneización cultural de la población mundial; esto es, a que el mundo sea cada vez más cosmopolita, con estilos de vida similares en todas partes. Ello probablemente motivará un aumento en los viajes. Adicionalmente, la urbanización creciente traerá como consecuencia que los mercados de consumidores de productos y servicios turísticos de los países en desarrollo se concentren, facilitando a los agentes del turismo la promoción de sus productos y servicios y el acceso a los consumidores.

Los flujos migratorios están creciendo y ocurren en mayor escala que nunca antes. Los motivos detrás de las migraciones se están ampliando: económicos, políticos, ambientales, culturales, religiosos. Los motivos económicos son y seguirán siendo los más importantes, reflejando la aspiración de alcanzar una mayor riqueza por parte de los habitantes de los países pobres con mayor iniciativa y valor. Por otra parte, debido a los cambios en su estructura por grupos de edades y sus bajas tasas de natalidad, los países más desarrollados están empezando a enfrentar cierta escasez creciente de mano de obra en los grupos económicamente activos más jóvenes. Ello podría conducir, según algunos analistas, a que dichos países suavicen las restricciones que imponen a la migración (para mantener el capital humano que requerirán para su crecimiento económico sostenido). Que así pueda ocurrir no es del todo claro, debido a los problemas de desempleo estructural y friccional que dichos países enfrentan y probablemente seguirán enfrentando en los próximos veinte años, y que podrían hacer políticamente imposible un relajamiento de las restricciones migratorias. En todo caso, frente a mayores flujos migratorios cabría esperar un incremento en los viajes de los emigrados entre los países receptores y sus países de origen, un mayor cosmopolitismo, así como productos y servicios turísticos particulares (destinos, formas y contenidos de los viajes) destinados a los migrantes. Cabe subrayar también, que la apertura de fronteras a ciertos niveles de técnicos y personal de mando, será un factor susceptible de incrementar el turismo de negocios y los flujos de personas por motivos de turismo también, en los grandes núcleos de crecimiento mundial.

Lo internacional será cada vez más elemento condicionante de lo nacional; esto es, los asuntos del exterior serán cada vez más asuntos internos para prácticamente todos los países. En todos los ámbitos del quehacer humano, las naciones tendrán menos grados de libertad en la fijación de sus políticas debido a condicionantes externos y muchas de éstas políticas tendrán que adecuarse a lo que ocurra a nivel internacional. Ello sucede ya de manera muy clara en el ámbito económico; las condiciones de competencia en los mercados internacionales así lo imponen. Los países no pueden, por ejemplo, implantar políticas de subsidios, de impuestos, de condiciones laborales, de propiedad industrial, por mencionar sólo algunas, sin tomar en cuenta las de otros países. Pero ello no se limita a lo económico. Los derechos humanos, los procesos electorales, la calidad ambiental, etc., dentro de cada país están sujetos a un escrutinio internacional cada vez más estrecho. Los acuerdos comerciales y las organizaciones internacionales contribuyen de manera importante a que así sea. El sector turismo no podrá ser una isla frente a esta tendencia. Cada vez más las políticas del sector tendrán que adecuarse a las implantadas en los países líderes. Lo que se ha dicho para las naciones será también aplicable a las empresas. En las nuevas condiciones las empresas que no estén extendidas en sus operaciones a nivel mundial (empresas nacionales) verán reducciones en su grado de control sobre su quehacer.

Como parte de la tendencia hacia el creciente peso de lo internacional debe destacarse el llamado proceso de “globalización”. El mundo bipolar Este-Oeste de la postguerra cayó con el desmoronamiento del muro de Berlín. La bipolaridad Norte-Sur cayó también al cerrarse los caminos alternos de desarrollo para el Sur. Paradójicamente ello ocurrió cuando en paralelo la brecha Norte-Sur ha venido ensanchándose. Lo que hemos visto en los últimos años a nivel internacional es un gran desequilibrio. Aceptar a la llamada globalización como un hecho irrefutable e irreversible parece dejar como camino único el de un mundo dominado por los Estados Unidos, al menos en tanto las contradicciones al interior de los bloques de países ricos no provoquen una ruptura importante entre ellos. Llama la atención, sin embargo, que, en el camino hacia la época victoriosa de la globalización y la integración mundial, el número de naciones independientes ha crecido sostenidamente; más aún, a juzgar por la fuerza de los movimientos regionalistas dentro de los países (ricos y pobres por igual), dicho número podría seguir creciendo en el futuro. El desmoronamiento del mundo bipolar Este-Oeste podría contribuir de manera importante a un incremento importante en los flujos de turismo internacional entre los países antes de economías centralmente planificadas y los países más desarrollados (en particular los de Europa Occidental). La ampliación de la brecha Norte-Sur seguramente tendrá mayor

impacto, como ya se señaló, sobre los flujos migratorios; los países más ricos seguirán siendo las principales fuentes de turistas y los países menos desarrollados capaces de mantener estabilidad social y política seguirán siendo principalmente destinos turísticos. Como parte del proceso descrito puede distinguirse una incipiente tendencia hacia la armonización monetaria entre países; tal es el caso de la adopción del Euro en la Comunidad Europea, y tal el del creciente número de países que han adoptado Consejos Monetarios con base en el dólar.

Aunque en los últimos años el pragmatismo de corto plazo ha vencido a los grandes mapas de ideas sobre el funcionamiento del mundo, a nadie debiera sorprender que una agudización de las crecientes diferencias económicas y la marginación social diese lugar en el futuro, con cierta rapidez, a la creación de nuevas ideologías que retomasen a la justicia social como su centro y al actuar colectivo en busca del bienestar social como su instrumento. Los paradigmas actuales parecen estar agotándose y la ausencia de resultados de mayor bienestar y calidad de vida derivados de ellos se hace cada vez más patente (salvo para unos cuantos que son sus beneficiarios). Ello está obligando a la construcción de nuevas ideologías. Hoy los poderes establecidos (inclusive en México) piden adoptar una asepsia que aisle a lo económico del resto de los ámbitos humanos y exigen que la lógica económica, la suya, sea la herramienta de toma de decisiones por excelencia: “Que los asuntos económicos o de política económica no se politicen”. Ello seguramente sólo podrá mantenerse en el corto plazo; luego tendrán que venir las exigencias organizadas de los actuales perdedores reclamando lo perdido. Las demandas aisladas, en ámbitos diversos, tenderán luego a integrarse en visiones comprensivas; en ideologías. Si así fuese, la competencia ideológica entre naciones o grupos de naciones podría frenar la tendencia ya apuntadas hacia la globalización, contribuyendo a la generación de conflictos, que tenderían a limitar los flujos turísticos entre las naciones de los diferentes campos ideológicos.

Los cambios económicos de los últimos años están abriendo una brecha creciente entre ricos y pobres. Ello es notorio lo mismo entre países, que al interior de los mismos. Los modelos económicos basados en una competencia abierta entre desiguales en los mercados, propician la concentración de la riqueza. Al nivel internacional no existen mecanismos compensatorios que reduzcan los efectos de las desigualdades en los términos en que se compite. Al interior de los países los mecanismos de redistribución de la riqueza y las oportunidades se han estado desmantelando gradual pero sostenidamente. La concentración del ingreso en unos cuantos está haciendo que la proporción de la población que cuenta con excesos de ingresos para uso discrecional, entre los que está la compra de productos y servicios turísticos, esté creciendo menos de lo que el crecimiento

demográfico y económico apuntarían. Por otra parte, empiezan a hacerse notorios estallidos sociales de descontento, tanto en los países desarrollados como en los en desarrollo, empezando a crear condiciones que se consideran poco propicias para el crecimiento de las corrientes turísticas internacionales (inestabilidad social, violencia, marginación, etc.).

Como parte del proceso de globalización, los estados nacionales están viviendo una época difícil. Viven desgarrados por dos fuerzas de sentidos opuestos: Una centrífuga que los empuja hacia la formación de bloques supranacionales y la integración a la economía mundial; y otra centrípeta, que tiende a fragmentarlos en sub-regiones, derivada de que los estados nacionales están resultando demasiado grandes como para satisfacer las necesidades de sus ciudadanos o segmentos particulares de ellos, dando paso a una creciente importancia de las materias, los regionalismos, las nacionalidades pequeñas. La fuerza centrífuga les plantea graves problemas para conciliar el concepto de soberanía con la terca realidad que les muestra una seria pérdida de ésta. La centrípeta les plantea serios problemas de integración y gobernabilidad. Lo anterior puede plantearse con una óptica ligeramente diferente: los países en desarrollo tendrán conflictos cada vez mayores entre su modernidad y su identidad cultural. *Ceteris paribus* lo demás, en la medida en que éstos se resuelvan a favor de lo primero, su atracción como destinos turísticos podría disminuir entre aquellos segmentos del mercado que buscan lo culturalmente diferente.

Hace algunos años se puso de moda designar a las próximas décadas como la Era del Pacífico, para significar que el crecimiento mundial se daría ahora más en las costas del Océano Pacífico que en las del Atlántico. La región de Asia Pacífico tiene un enorme potencial basado en una combinación del capital y tecnología de Japón, el enorme mercado y la gran cantidad de mano de obra disponibles en China, y la mano de obra, recursos financieros, mercado y recursos naturales de los Tigres Asiáticos. Así, a pesar de los recientes tropiezos de algunos de los países de dicha región, cabría esperar que en los próximos veinte años su importancia económica internacional relativa seguirá creciendo, logrando dichos países incrementos interesantes en su producto interno bruto per cápita y, por ello, posiblemente altas tasas de crecimiento en su consumo de productos y servicios turísticos. Parte importante del crecimiento turístico de dichos países seguramente corresponderá a viajes intrarregionales, pero otra parte importante seguramente corresponderá a viajes largos (con destinos en Europa y América del Norte, principalmente).

En los últimos años el comercio mundial ha adquirido estatus de motor del crecimiento económico. La apertura comercial para ampliar los mercados de los productos se ha convertido en el paradigma obligado. Sin embargo, curiosamente,

en los últimos lustros, cuando mayor ha sido la apertura y la implantación de medidas de promoción del comercio mundial, éste parece mostrar tasas de crecimiento decrecientes. Si los mercados nacionales mostraron límites, sin duda el mercado mundial también los tendrá. La pregunta es si estamos o no cerca de alcanzarlos. A final de cuentas el mundo sólo crecerá económicamente mediante nuevos productos, con sus respectivos nuevos mercados, nacionales e internacionales. Si los límites del comercio mundial existen y estamos cerca de alcanzarlos, ¿nos llevará ello a una recesión o incluso a una depresión mundial?; o bien, ¿ocurrirá una nueva revolución tecnológica capaz de abrir una nueva era de crecimiento económico mundial a partir de un nuevo conglomerado de productos aún inéditos? Un crecimiento económico mundial desacelerado seguramente repercutirá en menores tasas de expansión para los productos y servicios turísticos. En un escenario conservador, cabría esperar que las tasas de crecimiento del producto interno bruto de los países más desarrollados continuasen siendo de moderadas a buenas, que los países emergentes asiáticos (los llamados “tigres”) tuviesen tasas de crecimiento ligeramente superiores a la media mundial, y que los países en transición (China, Brasil, India y Rusia) cobrasen una importancia creciente. En un escenario tal, los flujos internacionales de turismo seguirían creciendo con tasas superiores a las de la economía, sin modificar sustancialmente las proporciones en los flujos entre regiones.

Las empresas multinacionales han cobrado en años recientes cada vez mayor peso e importancia. Con la apertura de las economías nacionales y la promoción de la inversión extranjera resulta cada vez más difícil para los estados nacionales ejercer algún control sobre éstas mega empresas. Los ingresos de ellas son en muchos casos mayores que el producto interno bruto de buen número de países, incluidos los de desarrollo intermedio, lo que sin duda les da un inmenso poder. Una buena parte del crecimiento del comercio mundial se explica a través del comercio intrafirmas transnacionales. Parece poco probable que en los próximos veinte años se revierta este estado de cosas; si acaso el peso de las grandes transnacionales seguirá aumentando, estableciendo condiciones de operación oligopólicas en los mercados de algunas ramas de la producción de bienes y servicios, que tienden a la competencia monopólica. Tal podría ser el caso, por ejemplo, en el sector transporte, en particular en el aéreo, donde algunos analistas han estimado que hacia el año 2010 más de la mitad de los vuelos de pasajeros tendrá lugar en uno de los tres grupos aéreos más importantes (ello con todo y la oleada de nuevas líneas aéreas sin lujos y de bajo costo que ha generado la desreglamentación de los mercados aéreos). La tendencia hacia el crecimiento de la concentración de poder en las empresas multinacionales no se limita en el sector turismo a las líneas aéreas y otros transportistas; también abarca a los grupos hoteleros y los operadores de turismo.

En los últimos años se ha dado una ola de megafusiones entre las empresas multinacionales, que ha concentrado aún más su poder económico. En paralelo, y en cierta forma paradójicamente, parece estar en marcha un proceso de fragmentación de las grandes firmas en unidades de negocios, para lograr la flexibilidad necesaria para desarrollar o mantener ventajas competitivas en un ambiente de mayor competencia donde la velocidad de respuesta es fundamental. Adicionalmente, la necesidad de responder con gran rapidez a demandas que exigen satisfactores inmediatos ha propiciado el crecimiento de las empresas “virtuales”, de carácter global (de alcance en los mercados mundiales). Muchas de éstas operan prácticamente desde terminales caseras de las redes de teleinformática, con estructuras prácticamente inexistentes o muy delgadas y ágiles, pero con acceso a mercados distantes. Los prestadores de servicios turísticos no han estado ajenos a esta tendencia. Ella es notoria sobretudo entre las líneas aéreas, pero también entre las cadenas hoteleras. La concentración de los oferentes de productos y servicios turísticos reduce la diversidad de opciones para los consumidores y puede terminar por traducirse en mayores precios para éstos. Por el lado de la oferta de productos y servicios, el mercado turístico la conformación y expansión de las grandes empresas multinacionales está siguiendo tres caminos paralelos: una integración horizontal (con los operadores más poderosos adquiriendo a los medianos y pequeños, formando sociedades con ellos, o sacándolos del mercado aprovechando sus economías de escala); una integración vertical (mediante compra o alianzas estratégicas, con frecuencia a través de los sistemas de reservaciones); y una ampliación de sus operaciones en todo el mundo (con sucursales propias, comprando empresas locales o estableciendo vínculos con ellas).

Está en marcha también un proceso de abandono gradual de las estructuras de organización jerárquicas rígidas y su sustitución por redes, con una estructura de toma de decisiones distribuida, más orgánica o biológica. En parte ello se debe al creciente énfasis en el logro de una mayor competitividad (adelgazamiento y reingeniería de las organizaciones), en parte también a necesidades impuestas por la velocidad de cambio de los mercados y la necesidad de posicionarse en ellos adaptándose con gran rapidez y como estrategia para responder mejor y de manera más especializada ante la fragmentación de los mismos. Las organizaciones que ofrecen productos y servicios turísticos difícilmente escaparán a esta tendencia, adaptándose para prestar servicios mejor orientados a los futuros nichos de mercado que están desarrollándose. Todo ello hará además más compleja la operación de las empresas del sector.

Desde hace algunos lustros la importancia relativa del sector de servicios (el sector terciario de la economía) ha crecido de manera importante. La llamada terciarización de la economía no se limita a dicho crecimiento. Los servicios

representan una fracción creciente de las actividades de los sectores primario y secundario (publicidad, comercialización, administración, etc.). Se ve difícil que en los próximos treinta años esta tendencia de marcha atrás. El sector turismo se verá beneficiado por ella (al ser parte integral del sector ganador). Sin embargo, es el ramo financiero el que ha crecido de manera espectacular. Los flujos de mercancías y de capital, que alguna vez estuvieron estrechamente articulados (los segundos seguían el comercio que se daba en los primeros), están hoy desvinculados (los primeros representan sólo alrededor de la quincuagésima parte de los segundos). Es en el sector financiero donde es más fácil mostrar el significado de la globalización (quizá sea uno de los pocos sectores donde es posible darle contenido claro a la misma). La velocidad de las transferencias de capitales es enorme, lo que constituye un factor de inestabilidad económica importante. El cambio a favor de lo financiero en detrimento de la economía real es quizá más profundo de lo que a primera vista parece. En la mayor parte de las empresas productivas el manejo financiero se ha vuelto fundamental; los productores de bienes parecen a veces obtener una mayor parte de sus ganancias por medio del manejo inteligente de sus finanzas que de ventajas comparativas en sus líneas de producción. Su peso se refleja también en los valores predominantes: los de la economía real (procesos de producción, capacitación de la mano de obra, infraestructura disponible, etc.) están siendo sustituidos por los financieros (tasas de cambio, niveles de apalancamiento y tasas de interés, etc.). La escasa disponibilidad de créditos en buena parte de los países en desarrollo, la magnitud de sus deudas externas y el encarecimiento y limitaciones a los créditos internacionales están limitando las posibilidades locales para desarrollar nuevos grandes polos de atracción turística. Los grandes agentes multinacionales se verán cada vez más beneficiados por esta tendencia.

La presencia y participación activa de la mujer en todas las actividades ha crecido y seguramente seguirá creciendo durante los próximos veinte años. En particular, la proporción de mujeres que realizan trabajo remunerado se ha incrementado espectacularmente y, como consecuencia, también lo ha hecho el número de hogares con dos preceptores de ingresos. Ello ha hecho que el número de hogares con excedentes de ingresos para uso discrecional haya aumentado en los países desarrollados y no se haya reducido, como habría sido en caso contrario, en los países en desarrollo (lo cual es de gran importancia para el sector turismo). La creciente participación de la mujer en todos los ámbitos, y como consecuencia su mayor independencia económica y su menor tiempo disponible para la familia, han contribuido a erosionar la configuración tradicional de los hogares (en particular en los países occidentales). La edad de la primera unión matrimonial está creciendo y la disolución de las parejas es más frecuente (con un consecuente aumento en la proporción de adultos solteros), el número de hogares

con un solo padre está incrementándose, y el número de parejas sin hijos parece estar creciendo más rápidamente que la población. Estas tendencias tendrán un impacto significativo sobre el consumo de los productos y servicios turísticos. Algunas de ellas se apuntan como factores que podrían hacer crecer la demanda total de productos y servicios turísticos; otras apuntan hacia una creciente segmentación de los mercados y la demanda de servicios orientados a grupos específicos de la población.

Hace no mucho se anunciaba la llegada de la Era de la Información; esto es, un lapso en el que para ser habría que generar o controlar la información; ésta sería el pasaporte a las ventajas competitivas y el poder. Hoy, mientras los países en desarrollo se esfuerzan por ingresar a dicha Era, las naciones más desarrolladas se han dado cuenta ya de que lo importante es la capacidad para procesarla y generar nuevos conocimientos con ella. La vieja joven Era de la Información ha muerto, y está en expansión la nueva joven Era de los Conocimientos. Con ella volverá a subrayarse la enorme importancia de la educación y la capacitación (acumulación y transmisión de conocimientos) y de la investigación y desarrollo (creación de nuevos conocimientos). Como parte integral de esta macrotendencia, los operadores del sector turismo probablemente dejarán de ser meras fuentes de información y de servicios, para convertirse en agentes capaces de proporcionar experiencias únicas que les interesen personalmente a sus consumidores; así, seguramente el número de turistas que buscarán ampliar sus conocimientos (no sólo como experiencias meramente culturales, sino en el sentido más amplio del término) a través de todas sus actividades recreativas, incluidas las de turismo, crecerá.

En los últimos veinte años se desarrolló una formidable tendencia hacia la creciente intercomunicación entre individuos y organizaciones. El tiempo en que se conocen eventos distantes se contrajo notablemente. Quienes pueden pagar por ello portan consigo su puerta de acceso al mundo de las telecomunicaciones (telefonía celular, terminales portátiles a redes de comunicación). Para buena parte del mundo la aldea global es ya un hecho. Los medios de comunicación masiva constituyen un poder innegable. Satélites y fibras ópticas han revolucionado las telecomunicaciones. Lo que hasta hace poco se conducía por cable (por ejemplo, telefonía) se transmitirá cada vez más vía radiodifusión; lo que antes era mensaje de radiodifusión (por ejemplo, televisión) se transmitirá cada vez más por cable. Internet está modificando los canales de acceso a la información y facilitando al extremo la comunicación entre individuos, y sin duda tendrá, entre otros, un enorme impacto sobre los puntos y formas de contacto entre consumidores y oferentes de productos y servicios. El conocimiento y cercanía de comunicación con otras sociedades podría incrementar el interés por éstas y alimentar el deseo de viajar y buscar experiencias diversas en los viajes. En el

futuro próximo la tecnología en teleinformática seguirá abriendo nuevas oportunidades y debe esperarse una explosiva ampliación de los servicios ofertables. En el caso del sector turismo el impacto de estas tendencias será enorme. Por una parte, la mayor intercomunicación posible hace más fácil obtener información sobre una gran variedad de destinos. El uso del internet está reduciendo el papel de los intermediarios (agencias de viajes), quienes deberán modificar radicalmente sus estrategias de negocios para sobrevivir. La promoción de los destinos turísticos está cambiando y lo hará aún más conforme se desarrolle la tecnología de la realidad virtual, pudiendo permitir a los consumidores “recorrer” las instalaciones de los prestadores de servicios por anticipado. Internet está modificando radicalmente además al comercio en general, pudiendo llegar a transformarlo de un mercado dominado por los oferentes en un mercado dominado por los consumidores. Hoy éstos últimos, si bien aún de manera incipiente, pueden circular entre quienes ofertan productos y servicios turísticos su demanda específica y esperar ofertas que se acomoden a ella (precios, destinos alternativos, productos esperados, fechas, etc.) para seleccionar la que mejor se acomode a sus posibilidades, sin que ello obligue a los oferentes de dichos servicios a ofrecer las mismas condiciones a otros demandantes.

Por el lado de los transportes, en los próximos diez a quince años parece difícil esperar grandes avances tecnológicos. Prevalecerá una tendencia hacia un desarrollo progresivo de las tendencias tradicionales de aerodinámica, materiales, estructuras y sistemas. México no cuenta con una industria aeronáutica, por lo que no podrá influir sobre el número, tamaño, forma y características de los futuros aviones, pero sí habrá de sufrir las consecuencias de las tendencias que se desarrollen en dicha industria, ya que éstos darán su forma futura a las terminales aéreas. Los límites en la capacidad del actual sistema de transporte aéreo son impuestos por las actuales pistas y tecnologías de control de tráfico aéreo para lograr una operación segura. Los aeropuertos que dispongan de reservas territoriales importantes tendrán una ventaja decisiva para asegurar su desarrollo como respuesta al crecimiento del tráfico. Aunque las tecnologías de control de tráfico están mejorando y seguirán haciéndolo en el futuro, lo más probable es que la mayor parte del crecimiento de tráfico esperado tendrá que satisfacerse empleando aviones más grandes y más rápidos. La capacidad de los aviones comerciales continuará teniendo su origen en uno o varios de los siguientes factores: Mayor eficiencia de vuelo; menores costos de adquisición; menores costos de operación; mejor efectividad de administración del tráfico aéreo; mayores estándares de seguridad; mayor atractivo para los pasajeros; y menor contaminación ambiental (ruido y emisiones). Las posibilidades y retos tecnológicos más interesantes y posiblemente los que establecerán las tendencias futuras estarán en los nuevos segmentos de mercado, entre los que están la

segunda generación de aviones supersónicos comerciales (reemplazo del Concord) y los aviones de muy gran tamaño. Dados los altos costos de desarrollo de estos proyectos, todo parece indicar que el mercado sólo podrá dar sustento a uno de ellos. La desregulación progresiva a nivel mundial de la industria aérea podría retrasar durante algunos años la progresión del crecimiento de la capacidad media de los aviones. La desregulación ha provocado un fenómeno de concentración de las líneas aéreas, junto con la adopción de redes en estrella (con base en núcleos de operación, los llamados "hubs").

A nivel mundial hay una tendencia, no muy nueva pero sí más intensa, hacia una automatización creciente en las tareas productivas. Con los avances en telemática y sistemas de control automático, el reemplazo del ser humano por maquinaria y equipo ocurre en un número de tareas cada vez mayor (primero reemplazando la fuerza física del ser humano; ahora cada vez más su fuerza intelectual, al menos en tareas repetitivas, de procesamiento masivo de información y, crecientemente, en tareas que requieren de procesos lógicos relativamente sencillos); difícil saber hasta dónde nos conducirán los avances en inteligencia artificial. La búsqueda de mayores incrementos en las tasas de productividad laboral ha intensificado el proceso. En ciertas tareas la rentabilidad de los nuevos equipos es superior a la de los humanos y su uso es socialmente menos conflictivo para los poseedores del capital. Ello sin duda pone presión sobre el empleo, en particular en aquellos trabajos sencillos que requieren menor grado de capacitación. Los países más desarrollados, donde los procesos de automatización han avanzado más, tienen un enorme y creciente problema de desempleo estructural, que no parece tener solución. Hay quienes con razón se preguntan si no llegó ya a su fin la era del pleno empleo. Mientras alguien les da respuesta, las masas de marginados que nunca tendrán empleo siguen creciendo ("El horror económico", de Forrester). Como paliativo, continúa avanzando una tendencia generalizada hacia la reducción de la jornada laboral semanal (que en algunos países desarrollados es ya de sólo 32 horas) y hacia los empleos de tiempo parcial y una mayor flexibilidad en los tiempos de trabajo. Esto tendrá como consecuencia casi segura un aumento en el tiempo libre disponible de un número creciente de personas y mayor flexibilidad en el disfrute de vacaciones (con tendencias incluso a vacaciones pagadas como parte de las prestaciones), con posibilidad de que éstas sean más largas, y presionará a que se reduzca la edad de jubilación (aunque en este último caso parecen empezar a detectarse signos de una contratendencia, derivada de gastos crecientes de los sistemas de jubilación, mejor salud de la población de edades avanzadas, y razones de aprovechamiento de la experiencia acumulada y competitividad). Lo que ello significará en términos de los salarios medios percibidos no es aún claro. Si los salarios no se deteriorasen significativamente, las tendencias apuntadas podrían tener como consecuencia

que los viajes de placer fuesen más frecuentes, sobre todo los de corta duración y que la demanda de viajes de vacaciones se haga más variada. La reducción en la edad de jubilación, o más general, el incremento relativo de la población de los jubilados (aunque sólo fuese por razones demográficas), traería como consecuencia un aumento considerable en la demanda de vacaciones de larga duración y larga distancia, con contenidos y forma más variados.

Tendencia internacional adicional es la presencia creciente (aunque todavía en mucho marginal) de la “sociedad civil” (designación desafortunada, como si la otra fuera “incivil”). El número de las llamadas organizaciones no gubernamentales (ONG’s) ha crecido de manera explosiva en todo el mundo, tanto en número como en propósitos u objetivos, con grados de especialización que parecen inverosímiles y hasta chuscos (por ejemplo, contra el abuso de los burros). Se trata de grupos de cabildeo específicos que no buscan el poder (y no lo amenazan de manera directa), cuyo crecimiento sólo puede significar implícitamente que el resto de las instituciones tradicionales (gobiernos, partidos políticos, etc.) están siendo incapaces para satisfacer las crecientes demandas de grupos sociales particulares. Algunos estudiosos atribuyen su crecimiento a una tendencia hacia un mayor “apoderamiento” (empowerment) de la sociedad y hacia una mayor exigencia de rendición de cuentas (accountability) de las instituciones de poder tradicionales. Sea cual fuese la razón detrás de su crecimiento, parece irremediable que en el futuro estos nuevos actores invadirán esferas de influencia cada vez más amplias y con cada vez mayor éxito. Las actividades de algunas de las ONG’s podrían tener un impacto de interés para el sector turístico; por ejemplo, desalentando o boicoteando los viajes hacia destinos con actividades o características consideradas como contrarias a los propósitos de dichas organizaciones, o protegiendo los intereses o derechos de grupos de consumidores. Tendrán influencia creciente también en actividades que podrían afectar a los centros turísticos; por ejemplo, en el caso de las ONG’s ambientalistas, las preocupadas por la arquitectura del paisaje, que podrían actuar contra proyectos de desarrollo turístico que alteren esta última de manera importante, o las defensoras de ciertos ecosistemas, que podrían exagerar en sus posturas proteccionistas. Parece probable también que el proceso de internacionalización o globalización y de consolidación de organizaciones ya apuntados antes en otro contexto también se de en el campo de las organizaciones de la “sociedad civil”, dotando a dichas organizaciones con capacidad de organizar acciones concertadas a nivel mundial. Así, no puede descartarse que la no solución favorable a las demandas de alguna ONG nacional pueda traducirse en acciones de apoyo internacional, entre las que tampoco pueden descartarse las de boicot hacia las actividades de la nación de que se

trate (incluidas las que afecten a sectores fuera del asunto de interés pero que sean consideradas medidas efectivas de presión para lograr lo deseado).

Entre las tendencias globales cabe incluir también un creciente deterioro ambiental general, en gran medida provocado por las actividades humanas. Hoy parece haber poco margen de duda en que está en marcha un proceso de calentamiento global de la atmósfera y de cambio climático. Los procesos de contaminación del agua, deforestación, desertificación y erosión de suelos cubren cada vez áreas más importantes del planeta. La siguiente gran crisis de recursos probablemente será la del agua. Los problemas ambientales son globales, pero requieren acciones locales. La ausencia o insuficiencia de ellas será cada vez más motivo para la intervención internacional. La variable ambiental tendrá un peso creciente sobre la selección de los lugares de producción. Los programas y planes de ordenamiento territorial ambiental serán cada vez más frecuentes como instrumento para la planeación del desarrollo económico y, sin duda, serán de gran importancia en la localización y tipo de centros turísticos que habrán de privilegiarse. A pesar de ello, durante las próximas tres décadas probablemente lo ambiental seguirá siendo visto como una externalidad económica, cuando lo deseable sería que fuese a la inversa (esto es, que la economía quedase sujeta al ambiente) y, al menos en los países en desarrollo, las necesidades de crecimiento económico seguramente seguirán prevaleciendo por encima de las ambientales. Con todo, la llamada “conciencia ambiental” tendrá cada vez mayor peso en todas las decisiones. Ello tendrá gran importancia para el sector turismo. Por una parte, el factor ambiental será cada vez más importante para decidir cuáles destinos desarrollar o la capacidad máxima de carga de los ya existentes. En todo caso, tanto los gobiernos de los países receptores de turismo, como los operadores y promotores del turismo intentarán establecer medidas para desarrollar un turismo “sostenible”. Por otra, el llamado “turismo ecológico”, que en los últimos años ha tenido un desarrollo importante y es visto en gran número de países como una alternativa viable para explotar áreas naturales protegidas de manera responsable y rentable, podría seguir creciendo con tasas altas durante los próximos veinte años. Hasta ahora se trata de flujos turísticos de tamaño reducido y es difícil anticipar su futura participación en el total de los flujos turísticos.

Por lo que se refiere a la organización social, dos tendencias aparentemente contradictorias se presentan: por una parte un individualismo mayor, por la otra, una creciente organización de la sociedad por “tribalismo”. La primera tendencia se relaciona con la difuminación de los valores tradicionales como la familia, y las formas de organización social propia de la premodernidad, por ejemplo ligadas a la iglesia tradicional, o de la modernidad como el caso de los sindicatos. Pero al mismo tiempo, nuevas formas de articulación social surgen en diversos campos: presencia creciente de organizaciones religiosas de tipo “sectas”, grupos de

afinidad política fuera de los partidos, nuevos grupos de lucha de los trabajadores fuera de los grandes sindicatos, búsqueda de recrear tejido social a partir de afinidades sexuales, musicales, raciales-étnicas, etc. De tal suerte, es previsible que el turismo no pueda seguir organizándose exclusivamente a partir de los grandes patrones tradicionales, y que mayor focalización deberá ser aportada hacia grupos con sus respectivas preferencias integradoras, así como a individuos que viajen en forma independiente pero que pueden eventualmente, buscar la proximidad social en el grupo turístico efímero.

De manera cada vez más frecuente los próximos grandes conflictos internacionales podrían ser de carácter cultural, religioso. Se tratará de enfrentamientos entre diferentes cosmovisiones del mundo. La población de los países de "Occidente", de tradición judeo-cristiana, continuará decreciendo en importancia con relación a la población mundial, mientras que algunos de dichos países continuarán dominando las relaciones comerciales, políticas y militares. Los pueblos musulmanes, en cuyo territorio se encuentran recursos clave para la expansión del mundo occidental, incrementarán su importancia relativa, junto con los seguidores de otras religiones orientales. Los cristianos serán minoría segura, pero continuarán tratando de imponer su cosmovisión a la de otros pueblos, como si ésta fuese la única de validez universal. Justificar la injerencia en los asuntos internos de ciertos países en nombre de la defensa de valores occidentales reclamados como universales (como la democracia, en particular la representativa electoral y parlamentaria, y los derechos humanos) resultará muy tentador para los centros de poder de Occidente y podría ocurrir con frecuencia creciente. El proceso de imposición de valores seguramente se mezclará con razones de dominio económico y se esconderá detrás de ellas. Esta tendencia, en la medida en que se profundice, podría influir en los flujos turísticos, recortando aquellos entre regiones en conflicto.

Como trasfondo de las tendencias internacionales señaladas están las grandes corrientes de cambio tecnológico. En los próximos años es probable que las áreas donde se experimentarán los mayores cambios y avances sean la teleinformática, la biotecnología y la genómica, y los materiales. Aquí interesan de manera directa los que ocurrirán en la primera de estas áreas: la teleinformática. El impacto que los desarrollos tecnológicos en ella pueden tener sobre el sector turismo queda ilustrado, por ejemplo, por el que tuvieron en su momento (y siguen teniendo) los sistemas informáticos de reservaciones y el que ya se aprecia con la ampliación del Internet. En el futuro cabe esperar que se produzcan aún transformaciones revolucionarias. Los principales avances podrían darse en el campo de la programación (el software o el firmware), en los interfases hombre-máquina y en las aplicaciones. No se descartan, sin embargo, rompimientos en la computación óptica o incluso en la bio-computación (la factibilidad de construir bio-compuestas,

esto es, el equivalente biológico de los transistores de estado sólido, ya fue demostrada hace algunos años). Así, en el futuro cabría esperar una todavía mayor capacidad y velocidad de procesamiento de la información, con el desarrollo de bases de datos útiles aún inimaginables, que podrían dar seguimiento continuo a las preferencias y patrones de comportamiento de todos los consumidores de productos y servicios turísticos, sin importar los lugares de consumo o los operadores utilizados. Ello permitiría políticas de comercialización más dirigidas y más agresivas.

3. Macrotendencias Nacionales

Durante los próximos veinte años la población nacional sin duda seguirá creciendo, aunque seguramente lo hará con menores tasas anuales que las actuales. Las estimaciones de fuentes oficiales (Conapo) suelen citar en su escenario central una población nacional de 130 millones de habitantes en el año 2030. Si bien la ocurrencia de un escenario tal no puede eliminarse, otros, que proponen una mayor población, de hasta 150 millones de habitantes en el año 2030, tampoco pueden o deben descartarse. Si bien es frecuente señalar que la incertidumbre natural asociada con los futuros demográficos es menor que la de otros campos, aún en ellos existen amplios márgenes de especulación. En todo caso, mientras que en los treinta años comprendidos entre 1970 y el 2000 la población nacional se habrá duplicado, en los siguientes treinta años difícilmente crecerá más de un 50% con respecto a la del año 2000. Con un incremento tal, la densidad de población nacional en el año 2030 sería relativamente modesta comparada con la actual de la mayor parte de los países europeos y asiáticos. Así, potencialmente al menos, el número de consumidores mexicanos de productos y servicios de turismo podría ampliarse de manera sustantiva durante los próximos cinco o seis lustros; Que dichos consumidores se conviertan en demanda efectiva dependerá del crecimiento real y distribución de los ingresos.

Uno de los factores que más contribuye a la incertidumbre en la población total nacional es la migración. Según estimaciones de la Oficina del Censo de Estados Unidos, el número de inmigrantes de origen hispánico (la mayoría de ellos mexicanos) hacia dicho país podría ser en el futuro de entre 140 y 500 mil personas por año. El número de mexicanos que cada año podrían emigrar hacia Estados Unidos sería así de entre unas 100 y 400 mil personas. El resultado acumulado en treinta años con el límite inferior sería de tres millones de personas; con el límite superior de doce millones. Que fuese lo uno o lo otro dependería en gran medida del diferencial de crecimiento económico entre ambos países. En los últimos años la emigración hacia Estados Unidos ha sido importante para mitigar la insuficiente creación de empleos en México e importante para la economía de los estados receptores del vecino del norte como fuente de mano de obra barata. Los entre tres y doce millones de mexicanos emigrantes de los próximos años se sumarían a los cerca de entre 16 y 20 millones de personas de origen mexicano que hoy se estima residen en Estados Unidos. El grupo de los mexicano-americanos tiene tasas de crecimiento mayores que el promedio estadounidense, por lo que en el futuro su importancia relativa (demográfica, política, económica, etc.) dentro de los Estados Unidos crecerá. Evidentemente un crecimiento en el número de mexicanos o personas de origen mexicano en Estados Unidos

incrementará el número de viajes hacia nuestro país (además de que aumentaría el flujo de envíos de dinero desde Estados Unidos, que hoy rebasa ya los 5 mil millones de dólares por año).

Cualquier escenario que contemple para México entre 130 y 150 millones de habitantes en el año 2020, implicará un cambio importante en la estructura de la población por grupos de edades. En 1970 dicha estructura correspondía a una pirámide de base muy ancha en los grupos de menores edades, con una cúspide muy estrecha en los grupos más viejos. México era un país mayoritariamente de niños y adolescentes. Hoy hay ya claros indicios de un estrechamiento en la base y un ensanchamiento gradual en la parte alta, empezando a adquirir la estructura la forma de un bulbo. México empieza a ser un país de adolescentes y adultos muy jóvenes. En el año 2020 dicha estructura se acercará más a una forma rectangular. México será un país de adultos jóvenes y maduros. Los niños y adolescentes habrán perdido peso relativo (así, la demanda de servicios para los niños y los jóvenes, como la educación primaria y secundaria, tendrán un respiro demográfico); los mayores de 65 años estarán iniciando un proceso de expansión importante. Los grupos de edades que tendrán una mayor expansión en el futuro tienen mayores consumos per cápita de productos y servicios turísticos, por lo que el consumo per cápita promedio nacional de éstos seguramente crecerá. Durante los dos o tres lustros más próximos al presente crecerán más los mercados turísticos asociados con el segmento de mercado de los adultos jóvenes; luego seguramente lo harán los asociados con los adultos maduros y las personas de la tercera edad. La población pensionada (o en edad de estarlo) tiene hoy, en su mayoría, condiciones económicas muy precarias, que difícilmente les permiten gastos discrecionales, como los de turismo, de importancia. Conforme su peso demográfico relativo crezca, dicho grupo empezará a hacer sentir sus propias demandas con intensidad inédita, sobre todo en tanto la democracia nacional se consolide (su voto será cada vez más importante); en la medida en que la economía nacional lo permita, ello seguramente se traducirá en mejoras en su condición económica y, por tanto, en una posible mayor demanda per cápita de servicios y productos turísticos. La traducción de un mayor número de personas mayores de 65 años en un mayor consumo turístico no será automática en nuestro país. El impacto sobre la duración y tipo de contenido de las vacaciones es por tanto incierto. En todo caso, parece muy probable que si las condiciones económicas mejoran para éste grupo de edades, el impacto turístico de dicha mejora será, al menos durante los próximos veinte años, casi exclusivamente sobre el turismo interno.

En paralelo, el tamaño y estructura de las familias mexicanas se está modificando. La familia extendida ha venido cediendo terreno frente a la familia nuclear. Las crisis recurrentes desde 1982 han retardado el proceso, dado que la población de

menores recursos busca en la familia extendida cierta protección social que de otra manera difícilmente encuentra. Con todo, el tamaño medio de la familia mexicana ha seguido descendiendo. Y todo parece apuntar a que en el futuro seguirá haciéndolo aún más. Ello modificará la demanda de los servicios turísticos.

La evolución económica por grupos de edades esperada traerá como consecuencia que la razón de dependencia (población total menos fuerza de trabajo entre fuerza de trabajo) disminuya gradualmente durante por lo menos los próximos 20 a 25 años. Ello representará una oportunidad importante para generar mayores satisfactores económicos y sociales que en el pasado; cada integrante de la fuerza de trabajo tendrá que sostener a menos dependientes económicos. Esto es lo que algunos demógrafos llaman una "ventana de oportunidades", dado que después de 25 a 30 años es probable que la razón de dependencia vuelva a aumentar, entonces por un crecimiento importantes de los retirados (mayores de 65 años). Sin embargo, para aprovechar esta "ventana de oportunidad demográfica", México deberá enfrentar con éxito el gran reto de crear durante las próximas tres décadas alrededor de un millón de nuevos empleos por año, para darle cabida a los jóvenes que ingresarán a su fuerza de trabajo. Dicho reto no se ve fácil de superar; aún si se piensa en empleos de muy baja inversión unitaria, tan sólo para crear dichos empleos se requeriría que la economía mexicana creciese con tasas anuales medias sostenidas de más del 4.5%. El sector turismo podría hacer una contribución importante en la generación de empleos (directos e indirectos). Ello y el ser fuente de divisas seguramente harán que el gobierno federal y los gobiernos de los estados busquen modos de promover al sector turismo. Por otra parte, la disminución de la razón de dependencia podría contribuir también a que mejorasen los niveles de ingresos medios, incrementando la probabilidad de que un mayor número de mexicanos tuviese excedentes de ingresos discrecionales que podría destinar al turismo.

En paralelo con el crecimiento demográfico el país vivió un acelerado proceso de urbanización. Hacia 1930 apenas un 17.5% de la población nacional habitaba en ciudades de 15 mil o más habitantes; hace treinta años la población urbana llegaba ya al 44.7% de la total y en el año 2000 llegará al 62.3%. Parece muy probable que el proceso de urbanización continuará, por lo que en el año 2020 posiblemente cerca de 80 de cada cien mexicanos habitará en localidades de más de 15 mil habitantes. Con todo, también parece probable que la población nacional mantendrá su característica dual de gran concentración en grandes centros urbanos y de gran dispersión en localidades de menos de 500 habitantes. En todo caso, todo parece indicar que las actuales ciudades de tamaño medio crecerán en el futuro más que las grandes megalópolis que ya tiene el país (ello no necesariamente impedirá que alrededor de las ciudades de León, Salamanca, Irapuato, Guanajuato, Silao, etc., pudiera conformarse la segunda o tercera

megalópolis más poblada del país). Es probable también que la cercanía con la frontera norte se convierta en un factor de cada vez más importancia para el aumento de población de las ciudades del país. El crecimiento de los centros urbanos contribuirá a que la población nacional sea cada vez más cosmopolita y que los patrones culturales y deseos de consumo, incluidos los de turismo, sean cada vez más parecidos a los de los países más desarrollados (en tanto que, como decía Alfonso Reyes, las ciudades son puentes entre las civilizaciones).

Es posible que en el futuro veamos una profundización del proceso de desconcentración de la población sobre el territorio nacional que aparentemente ya se ha iniciado. Sin embargo, las grandes inercias demográficas probablemente harán que los cambios en la distribución espacial de la población ocurran con lentitud. En los próximos treinta años dicha distribución podría ser muy similar a la actual. Ello implica que, sobretodo en lo que hace al turismo interior, no existan razones demográficas para esperar que la importancia relativa de los lugares de origen pueda presentar modificaciones mayores. Con todo, parece probable que el centro de masa demográfico del país continuará moviéndose lentamente hacia el noroeste, en dirección a Tijuana. Las zonas que probablemente tendrán un mayor crecimiento demográfico relativo son las fronteras (incluyendo en ellas a la Península de Yucatán, como frontera hacia el norte). Ello podría ser lo mismo un factor que intensificase la interdependencia positiva entre México y Estados Unidos, que un motivo de roces crecientes entre los dos países por problemas fronterizos más agudos y de mayor magnitud relativa. Según fuese lo uno o lo otro, el crecimiento urbano fronterizo podría tener un impacto positivo o negativo sobre los flujos turísticos de Estados Unidos hacia México.

El sector primario dejó ya hace tiempo de ser el mayor generador de empleos del país. Su participación tanto en la generación de riqueza (PIB) como en la población económicamente activa del país se han reducido sostenidamente desde principios de siglo. El sector secundario (manufacturas) ganó importancia relativa hasta fines de los ochenta, pero parece haber alcanzado ya su valor máximo y empezado a descender como por ciento del PIB total. En el futuro cabría esperar que tanto el sector primario como el secundario continuasen perdiendo peso en la economía nacional. El gran ganador ha sido y seguirá siendo el sector terciario (servicios), del que el sector turismo forma parte integral.

El viejo modelo económico nacional estaba centrado en un mercado interno protegido y una participación activa directa del estado mexicano en la economía (mixta). Con él México consiguió crecer con tasas anuales medias entre las más elevadas del mundo (entre 6 y 7%) desde mediados de los treinta hasta fines de los setenta, incrementando de manera sostenida el producto interno bruto por habitante (a pesar del elevado crecimiento demográfico del país) y propiciando el

nacimiento y crecimiento de una clase media en el país. A raíz del estallido de la crisis económica de principios de los ochenta, propiciada en buena medida por el sobre endeudamiento externo del país, el modelo económico empezó a modificarse de manera sustantiva, buscando una mayor inserción de la economía nacional en la internacional y, en paralelo, una retirada del estado como agente económico mediante diversos procesos de privatización. Los cambios en el patrón económico nacional no fueron exclusivos de nuestro país; en buena parte respondieron a lo que puede considerarse un patrón a nivel internacional (el neoliberalismo). Los resultados de los primeros tres lustros de aplicación de la nueva concepción de la economía nacional estuvieron lejos de lo deseable. Las tasas de crecimiento anual medio del producto interno bruto fueron apenas de entre 2 y 3%, los salarios perdieron capacidad de compra y se dio un proceso de concentración de los ingresos, que afectó de manera importante a la clase media. Hoy, aunque las cifras varían según la fuente, se estima que alrededor de 40 millones de mexicanos o más viven en la pobreza y unos 15 millones viven en pobreza extrema. Aún suponiendo que durante los próximos treinta años la economía nacional creciese con tasas sostenidas del 6% anual promedio y que el crecimiento demográfico en efecto fuese moderado, con tasas decrecientes, el PIB per cápita de nuestro país sería en el año 2020 comparable al que hoy tienen países de desarrollo medio como España o Corea. El margen para el optimismo no es muy grande. Los límites señalados lo serán también para el desarrollo del turismo interno, muy dependiente de los excedentes de los hogares.

A pesar de ser la mexicana una economía cerrada, el comercio exterior nacional se mantuvo relativamente constante y alto (en alrededor del 20% del PIB) desde los treinta hasta los cincuenta. Fue sólo a partir de los sesenta cuando éste empezó a descender. Durante los ochenta empezó un proceso de apertura al comercio internacional que dismanteló de manera abrupta los esquemas proteccionistas que prevalecían en el país (permisos de importación, altas tasas arancelarias, barreras de entrada no impositivas), desembocando en el ingreso de México a la OMC y la OECD, la firma del Acuerdo de Libre Comercio de Norteamérica con Estados Unidos y Canadá (TLCAN), y más recientemente el correspondiente con la Comunidad Económica Europea. Todas las medidas previas al TLCAN apenas permitieron recuperar el comercio exterior nacional como por ciento del PIB a los valores que prevalecían durante los años treinta a sesenta. La firma del acuerdo hizo que exportaciones e importaciones se disparasen (pasando la suma de ambas de cerca del 25% del PIB a un 35% del mismo en tan solo un año). Esta tendencia se ha acelerado, al primer trimestre de 2000 exclusivamente las exportaciones representan en términos comparativos el 33.4% del PIB. El comercio exterior, en su mayor parte intra firmas transnacionales, se convirtió en la gran locomotora de la economía nacional (aunque no sin razón

hay quienes apuntan que está básicamente desvinculada del resto de los vagones). El modelo previo de sustitución de importaciones quedó sustituido por otro de promoción de las exportaciones (que por las condiciones nacionales es también, involuntariamente, de promoción de las importaciones). Hoy se siguen haciendo esfuerzos importantes por profundizar este modelo. Entre hoy y el año 2020 el comercio externo seguirá siendo para México, salvo por rompimientos abruptos en los patrones internacional e interno, un factor clave para el crecimiento de la economía nacional. Mientras el nuevo modelo adoptado no cambie, el estado difícilmente intervendrá de manera directa como empresario en cualquiera de los segmentos que constituyen el sector turismo. Los acuerdos comerciales y la mayor participación de las inversiones extranjeras en el país podrían hacer que se incrementase el papel de los viajes internacionales dentro del turismo externo (receptivo y egresivo). En todo caso, que el estado mexicano mantenga en los próximos lustros una actitud volcada hacia las relaciones comerciales con el resto del mundo y la obtención de inversiones del exterior seguramente reforzará una visión favorable hacia nuestro país en los países desarrollados, que seguramente terminará por tener un impacto positivo sobre el turismo hacia México. Internamente también creará un ambiente positivo hacia las inversiones para desarrollar el turismo internacional (vínculos crecientes con el exterior, generación de divisas, etc.).

Aunque todavía es pronto para juzgar los efectos globales del rápido proceso de apertura de la economía, es claro que éste ha tenido algunas consecuencias negativas. El mercado interno ha sido descuidado y se han desarticulado gran número de cadenas productivas. La apertura ha beneficiado a unas cuantas empresas grandes, pero en el proceso la mortalidad de las pequeñas ha aumentado. En el futuro inmediato se ve difícil que el modelo recién adoptado se abandone o cambie radicalmente. Seguramente llegó para quedarse durante por lo menos algunos lustros. El tratado comercial con Europa tenderá a apuntalarlo. Ello hará a la economía más vulnerable frente a eventos del exterior. Sin embargo, dentro de los límites impuestos por la economía mundial aún puede aspirarse a lograr un mejor balance entre el mercado interno y el externo, siempre que se implanten medidas de política pública que permitan al primero desarrollarse. Ninguna economía ha logrado crecer de manera sostenida sin un fuerte sostén en su mercado interno. La anterior tendencia podría reflejarse en el sector turismo en una mayor atención al turismo internacional que al interno (a pesar de que éste sigue siendo más importante). Las cadenas del sector turismo constituidas por proveedores nacionales también podrían verse afectadas.

En los últimos tres lustros se dio también un importante cambio en la composición de las exportaciones (las petroleras descendieron de manera importante como por ciento de las totales, con las manufactureras ocupando el espacio dejado por

ellas). La creciente inversión extranjera directa en nuestro país y la rápida expansión de la industria maquiladora me hacen pensar que en el futuro la proporción de las exportaciones manufactureras como parte de las totales seguirá creciendo. Como parte de los esfuerzos de diversificación de las fuentes de divisas y de una reducción de la dependencia de las exportaciones petroleras, parece sensato esperar que el sector turismo reciba una atención creciente.

Los cambios internos y externos han puesto en tela de discusión el papel que debe jugar el Estado. La adopción de las leyes del mercado como decisor prácticamente único ha conducido a la privatización de una parte significativa de las empresas antes en manos gubernamentales. Este proceso no ha concluido aún, quedando pendientes algunos sectores políticamente críticos (petroquímica, sector eléctrico). En los próximos años seguramente continuarán presentes las presiones para profundizar el proceso; sin embargo, seguramente también seguirán manifestándose las fuerzas que se oponen al proyecto con intensidad creciente. Mientras otros factores (como la ineficiencia gubernamental en el manejo de los recursos públicos, las historias de corrupción en procesos previos de privatización, la incapacidad en la operación política) sigan pesando, será difícil que la privatización avance más. En todo caso, la historia de la humanidad ha oscilado siempre entre la justicia social y la libertad individual. En los lustros más recientes tanto en México como en el resto del mundo el acento ha estado puesto en la segunda. Hay, sin embargo, signos claros de que el péndulo podría estar desacelerándose en esta dirección o incluso empujándose a mover en la opuesta (aún en los países más ricos se busca una llamada "tercera vía"). Si así fuese, el previsiblemente creciente peso de la justicia social como factor político, económico, cultural, etc., resultaría conveniente no descartar que dentro de algunos años lo público pudiera incluso recuperar algunos de los espacios económicos perdidos. Por lo pronto, como consecuencia de lo dicho, lo más probable será que durante los próximos cuatro lustros el desarrollo económico del sector turístico del país descansará casi exclusivamente en el sector privado, con una creciente presencia de los capitales privados extranjeros.

El descrédito y desmantelamiento gradual al nivel mundial del Estado benefactor (en muchos casos por razones presupuestales) ha tenido una respuesta reflejo en nuestro país, contribuyendo al proceso de adelgazamiento del Estado. Obligaciones antes públicas de intervención para mejorar la distribución de la riqueza van adquiriendo rasgos propios de la beneficencia privada. Las atribuciones del Estado en la prestación de ciertos servicios pasan así a instituciones privadas o a manos de la sociedad civil organizada. Pero el abandono público de estas tareas no se ha visto acompañado de un proceso de reducción de la carga impositiva. A largo plazo, el nuevo reparto de tareas entre lo público y lo privado parece insostenible sin una reforma fiscal integral. La

discusión sobre los montos que deberán pagar los causantes de impuestos deberá darse en función de lo que socialmente se determine serán las nuevas atribuciones del Estado. Dentro del nuevo modelo de desarrollo que ha adoptado nuestro país, el sector público tiene asignado en teoría el papel de promotor y regulador de las actividades económicas. Así, dentro de dicho modelo, sólo cabría pedirle al sector público que contribuyese con las obras de infraestructura que permitirían al turismo desarrollarse mejor, promover las inversiones en el sector necesarias para su crecimiento, colaborar con el sector privado en la promoción del turismo dentro y fuera del país, revisar los marcos regulatorios del sector para simplificarlos y hacerlos menos discrecionales, y promover la capacitación de los recursos humanos de calidad requeridos por el sector.

En los últimos lustros la concentración de la riqueza (posiblemente inherente al “modelo” económico adoptado) se ha incrementado. El número de pobres y pobres extremos ha crecido de manera muy importante. La pobreza ha cubierto no sólo a los sectores que tradicionalmente la padecen en mayor medida (pobres rurales), sino también a una proporción mayor de los habitantes urbanos. En gran parte de los rubros de gasto cerca del 80% de los egresos totales de los hogares del país corresponden al 20% más rico de la población. En la última década el coeficiente de Gini ha aumentado. La clase media se ha contraído, debilitando con ello al mercado interno. El problema es más serio aún si se toma en cuenta que no sólo se ha deteriorado la capacidad adquisitiva de la población, sino que para muchos se han cancelado las expectativas de mejorar en el corto o mediano plazos. Entre amplios sectores de la población prevalece ya una cultura de sobrevivencia. La vieja polémica de si primero crecer para luego distribuir o bien distribuir para crecer (o hacerlo mientras se crece), sigue resolviéndose a favor de lo primero, con una promesa nunca cumplida de que finalmente llegará la hora del reparto. Hoy se superponen sobre el viejo dilema los límites impuestos por los requerimientos de inversión para la modernización del aparato productivo en un nuevo entorno. Desafortunadamente los escenarios que parecen más probables son aquellos en los que la concentración de la riqueza no disminuirá sustantivamente. En estas condiciones, el crecimiento del turismo interno se verá seriamente limitado. Durante los próximos treinta años probablemente un 20% o menos de la población nacional contribuirá con más del 80% del gasto nacional en turismo (actualmente sólo cerca del 15% de los hogares del decil más rico de la población nacional reportan gastos en transporte aéreo; la proporción de los que reportan gastos en dicho rubro entre los hogares del segundo decil más rico es menor del 5%). Algunos centros turísticos del país podrían quedar casi exclusivamente como destinos internacionales, estando vetados por razones económicas a la inmensa mayoría de los mexicanos (ello ocurre ya en buena medida en, por ejemplo, Cancún).

Entre los mayores desafíos que enfrentará México en el futuro están el del empleo, el desempleo y el subempleo formales y el crecimiento de la economía informal. Para crear los cerca de un millón de empleos por año que le impone como requerimiento su crecimiento demográfico, se requerirá una inversión anual equivalente a un 4 a 5% del PIB, si dichos empleos fuesen de baja inversión (y por ende, en general, en actividades de bajo valor agregado), o bien de entre 5 y 7% del PIB, si se tratase de empleos que requieren una mayor inversión en segmentos de mayor valor agregado (o si se quisiese recuperar gradualmente el rezago existente). Disponer de los recursos para tales inversiones no se ve fácil. Hasta ahora la economía informal ha actuado como un amortiguador eficaz, aunque no exento de problemas, al desempleo. Algunos analistas han sugerido que gracias a ella se han evitado graves estallidos sociales. La pregunta es si dicho sector podrá seguir absorbiendo los excedentes de mano de obra como hasta ahora (y la respuesta es que probablemente no). Las presiones políticas para generar empleos podrían alcanzar una magnitud tal que este factor podría convertirse en el rector casi único de las inversiones y las acciones de gobierno. El apoyo que en el futuro podría recibir el sector turismo podría depender de que sea capaz de demostrar que podrá contribuir de manera sustantiva a la generación de empleos (directos e indirectos). Por otra parte, el empleo (bien remunerado) es quizá el mejor instrumento disponible para distribuir la riqueza y fortalecer el mercado interno. El turismo nacional podrá crecer sólo en la medida en que los ingresos reales de las familias mexicanas se incrementen y la creación de empleos suficientes es condición necesaria para que esto último ocurra.

Reto de gran tamaño será también lograr que los salarios reales pagados recuperen al menos parte del valor perdido desde 1982. Ello sería quizá la mejor medida posible para que el mercado interno fuese recuperándose. El control de la inflación, con todo lo importante que resulta, no puede darse a costa de los salarios; los excedentes de la producción muestran márgenes crecientes sobre los que sin duda puede actuarse antes. Al pensar en el problema del empleo habrá de tomarse en cuenta la creciente participación de la mujer en la población económicamente activa, reconociendo que cada vez será más difícil sostener una situación en la que sus remuneraciones promedio sean inferiores a las del hombre. Las condiciones de crisis económica que de manera recurrente ha vivido México desde 1982 han empujado hacia el trabajo, tanto a la población femenina, como a los más jóvenes (entre 1983 y 1995 la matrícula nacional en educación permaneció prácticamente estancada), buscando mayores ingresos para los hogares. La mayor actividad económica de la mujer planteará retos importantes a la sociedad mexicana. La mujer ha jugado tradicionalmente un papel fundamental en la transmisión de los valores; esta función tendrá que recaer en medida creciente en otros actores, como la escuela o los medios de comunicación; si a

ello no se le presta la atención debida, las consecuencias podrían ser graves. Por otra parte, la mayor independencia económica de la mujer seguramente alterará las relaciones de pareja, erosionando los hogares tradicionales. El número de hogares de un solo padre y en particular los encabezados por mujeres está creciendo con rapidez en nuestro país. La diversificación de tipos o clases de hogares probablemente provocará una segmentación de los mercados internos de productos y servicios turísticos internos, aunque posiblemente el efecto de dicha diversificación será menor en nuestro país que en los más desarrollados, dada la mayor trama del tejido de redes de protección social familiar existente en nuestro país.

La debilidad del sistema financiero nacional creció con gran rapidez en los últimos años y se mostró con gran crudeza en el rescate bancario, cuyo costo, hoy estimado en por lo menos alrededor del 15 o 16% del PIB, tendrá que asumir el gobierno federal. La escasez de crédito a precios razonables sigue pesando sobre la economía nacional. Más allá de las recientes reformas al régimen regulatorio de las instituciones financieras –como la Ley de Quiebras- la banca nacional tiene por delante una extenuante tarea de modernización. Hoy difícilmente puede imaginarse un futuro próximo en el que no se incremente la participación de la banca extranjera en ella, lo cuál podría limitar aún más los márgenes de maniobra de los mexicanos. El sector financiero estará sin duda entre aquellos que tendrán que sintonizarse en mayor medida a las tendencias que se desarrollen al nivel mundial. Los instrumentos financieros y las instituciones que conformarán al sector están sufriendo cambios de gran magnitud dentro y fuera del país. La disponibilidad de crédito a precios razonables seguramente estará entre los condicionantes del desarrollo de los proveedores nacionales de productos y servicios turísticos. En la medida en que los créditos no estén disponibles los proveedores nacionales competirán en condiciones desventajosas frente a los multinacionales.

En 1982 México pasó por momentos difíciles en el manejo de su deuda externa. En muy pocos años ésta se elevó desde cifras poco importantes hasta llegar a ser una amenaza real para la viabilidad económica del país. Luego de la primera gran crisis de sobre endeudamiento, la deuda externa del país fue reduciéndose paulatinamente como por ciento del PIB. En 1994 volvió a hacer su aparición como factor de riesgo como resultado del pago de los tesobonos. Hoy, si bien la deuda externa total del país parece manejable, el pago de recursos por el servicio de la misma no deja de ser un dren importante para la economía nacional. En los últimos años ocurrió también un cambio importante en su composición; la deuda del sector público se ha mantenido relativamente estable, pero la del sector privado creció de manera importante. Es probable que en el futuro se mantenga este patrón. Si bien en principio ello hace pensar en que la probabilidad de que los

recursos provenientes de ella se destinen a proyectos productivos será mayor (los prestamistas podrán evaluar mejor la rentabilidad de los proyectos en competencia), el Estado tendrá menor control sobre el grado total de endeudamiento. En el futuro próximo se ve difícil que la deuda externa total se incremente de manera importante; aún si no hubiese límites importantes por el lado de la demanda, seguramente los habrá por el lado de la oferta. En todo caso, el país tendrá que generar suficientes divisas tanto para compensar el déficit comercial con el exterior, como para pagar los intereses (y en algún momento el principal) de la deuda externa. Por esta razón el turismo internacional receptivo seguramente cobrará creciente importancia entre quienes formulan las políticas económicas del país.

La cercanía geográfica al mercado norteamericano no podrá ser aprovechada cabalmente sin una infraestructura en transportes moderna y de alta calidad. Penetrar en mercados adicionales requerirá también de dicha infraestructura. Se requerirá además mejorar la infraestructura de transportes para que ésta permita una más fácil integración de los mercados internos. Los avances habidos en los últimos 50 años en México en esta materia han sido espectaculares, pero resultan aún insuficientes para las nuevas condiciones económicas globales. El turismo interno podrá aprovechar los grandes corredores carreteros norte sur que empiezan a desarrollarse como resultado del TLCAN. De ello podrían beneficiarse en particular los centros turísticos del centro norte del país. El sistema aeroportuario del país tiene ya una capacidad importante, aunque algunos aeropuertos, en particular el de la ciudad de México, muestran ya importantes síntomas de sobresaturación. La situación no es sostenible, por lo que si en el corto plazo no se define la estructura alterna de comunicación aérea de la capital del país ello podría empezar a limitar al turismo internacional receptivo (en particular aquel que no busca sólo el clima y las playas del país). La infraestructura portuaria para el desarrollo del transporte marítimo del país muestra rezagos. Ello podría limitar el crecimiento del turismo en cruceros, uno de los más dinámicos a nivel mundial.

Los cambios señalados han traído aparejados modificaciones en los valores de la sociedad mexicana (o, más precisamente, en las elites de la misma). Hoy el valor seguridad está a la baja; el valor riesgo al alza. La colaboración ha sido reemplazada por la competitividad. El nacionalismo por la búsqueda de lo cosmopolita. La justicia social por el logro individual. La eficacia por la eficiencia. Los valores tangibles (por ejemplo, los asociados con la economía real) por los virtuales (los financieros). Los logros futuros por la retribución inmediata. Estos cambios en los valores hacen pensar que los mexicanos del futuro pertenecientes al México moderno tendrán actitudes predominantemente individualistas y egoístas, estarán orientados al consumo, y el presente y el gozo serán los que

guíen sus acciones. Los valores de éstos mexicanos están muy alejados de los correspondientes a los habitantes de comunidades rurales y aún de otros urbanos más tradicionales. Estos cambios en los valores están creando comportamientos diferenciados de los consumidores y, por ende, nuevos segmentos y nichos en todos los mercados, incluidos los turísticos. La velocidad de respuesta de las empresas del sector turismo, la flexibilidad de los productos o servicios para adaptarse a cambios abruptos en los deseos de los consumidores y su capacidad para empaquetar los servicios de manera individualizada y ofrecer una atención personalizada serán claves para captar al segmento moderno de los consumidores, sin duda los de mayor capacidad de consumo. Las crecientes diferencias entre los conjuntos de valores de distintos segmentos de la sociedad mexicana están contribuyendo a un distanciamiento cada vez mayor entre ellos, dificultando los procesos de construcción de consensos nacionales. Ello podría agregarse a una lista de factores que parecen estar empujando al país hacia una mayor tensión e inestabilidad social. Esta, de estallar en conflictos abiertos, así fuesen locales, podría tener efectos importantes; entre otros, limitando los flujos turísticos internacionales hacia el país.

Hoy está de moda hablar de una nueva cultura laboral, basada en una mayor colaboración entre empleados y administración de las empresas. Sin duda las nuevas condiciones económicas del país presionan con cada vez mayor fuerza para que se revise la legislación laboral. La competencia de las empresas mexicanas dentro y fuera del mercado nacional obliga a pensar en, entre otros, la incorporación de convenios de productividad, misma que, por cierto, ha crecido en México en los últimos años menos que en los países con los que compite a nivel internacional. Se ha puesto de moda también en nuestro país hablar de la flexibilización de los mercados laborales (grosso modo, castigar a los salarios y los tiempos laborables para conservar el número de plazas). Sin dudar que los intereses empresariales pudieran terminar imponiéndose en ello, dados los bajos niveles de remuneración de gran parte de los trabajadores, cercanos a límites de subsistencia, tal propuesta parece poco realista. En cualquier caso, como parte del proceso global, lo que parece inevitable es la redefinición del futuro papel de los sindicatos. Todo parece indicar que los grandes sindicatos nacionales o sectoriales perderán peso como los grandes negociadores frente a las nuevas condiciones laborales. Es también razonable pensar que, al menos en el corto y mediano plazos, los sindicatos de empresa resultarán más eficaces en la defensa de los intereses de los trabajadores. Aunque el mercado laboral nacional verá otros cambios importantes que ya se manifiestan en otros países, como el trabajo a distancia o desde el hogar, la penetración de éstos se dará con mayor lentitud en nuestro país debido a la menor penetración de la infraestructura requerida. Con todo, los cambios en el mercado laboral nacional terminarán imponiendo, como

está ocurriendo a nivel internacional, tiempos de trabajo más flexibles y con semanas laborales de menos horas trabajadas. Ello podría contribuir de manera importante a un crecimiento de las vacaciones internas cortas.

El sistema político nacional ha ido perfeccionando los instrumentos de su democracia representativa para hacerla más equitativa, justa y limpia. Ello es particularmente cierto en lo que se refiere a los procesos electorales, cuyo control y organización se ha transferido del gobierno a los partidos políticos y ciudadanos (el Instituto Federal Electoral y sus réplicas estatales). No sin tropiezos, nos aproximamos a una democracia política formal cada vez más pulida. Salvo por la posible ocurrencia de rompimientos violentos de las tendencias, en el futuro las elecciones seguramente serán más legítimas, creíbles y transparentes. El avance democrático no necesariamente está abarcando a otras esferas (por ejemplo, la sindical) con la misma intensidad. La participación ciudadana en los procesos electorales ha sido relativamente estable y no difiere en mucho de la que corresponde en otros países. Aún sin distinguir con claridad entre las opciones políticas, los mexicanos acuden a votar. En caso de haber cambios en el futuro, cabría esperar que éstos fuesen a favor de un mayor porcentaje de mexicanos empadronados y en las urnas. Esta mayor democratización de los procesos electorales podría repercutir positivamente, de manera indirecta, sobre los flujos de turismo receptivo de nuestro país, en tanto que será vista con beneplácito en los países económicamente más poderosos (al menos mientras los procesos democráticos no lleven al poder a un partido con políticas contrarias a sus intereses).

La competencia entre partidos ha crecido. Estamos pasando así de un sistema monopartidista a otro pluripartidista (que bien podría terminar siendo bi o tripartidista). La posibilidad de una futura alternancia en el poder parece hoy real. Hace treinta años pensar en algún gobernador de la oposición era un sueño utópico (el primero llegó al poder en 1989); entonces ninguna de las capitales de los estados estaba en manos de la oposición. El PRI mantenía una mayoría absoluta en las cámaras de diputados y senadores, legitimando el sistema al permitir voces opositoras en ellas a través de la figura de las representaciones proporcionales. Hoy cerca de la tercera parte de las entidades federativas (nueve) están gobernadas por la oposición y el PRI tiene ya sólo mayoría relativa en la cámara de diputados, aunque conserva todavía la absoluta en el senado. Como resultado, las elecciones serán cada vez más vigiladas por los partidos políticos. La posibilidad de alternancia en el poder como fenómeno inédito en una democracia como la de México da cabida a la construcción de todo tipo de escenarios, en los que predominan las visiones que temen que la alternancia conduzca a la inestabilidad; con todo, que así sea parece poco probable. En todo caso, las posiciones partidistas están tendiendo hacia posiciones centristas pero

con programas poco claros. En esas condiciones es probable que aún ganando las elecciones un partido de oposición, las políticas económicas fundamentales sufran pocas modificaciones (salvo en el matiz), por lo que no cabría esperar grandes cambios en cuanto a las políticas de desarrollo del sector turismo.

Nuestro sistema es cada vez menos presidencialista, corporativista y clientelar. La independencia real entre los poderes ejecutivo, judicial y legislativo ha crecido en un proceso que parece irreversible. El Presidente ha dejado de ser el Gran Elector; no sólo ya no designa a su sucesor (el candidato del partido en el poder no tiene asegurado el triunfo), sino incluso tiene menor capacidad para influir en la designación del candidato de su partido. Se han abierto grandes espacios fuera de las corporaciones políticas y las posibilidades de controlar los votos corporativamente se han reducido drásticamente. El Estado ha dejado de suplantar a la sociedad en gran número de ámbitos; la mayor vida independiente del sector privado y de las organizaciones sociales independientes, aunada al adelgazamiento del Estado (y por ende la reducción en el pastel repartible), han debilitado las relaciones clientelares. Presidencialismo, corporativismo y clientelismo seguramente seguirán debilitándose en el futuro. Ello traerá como consecuencia que las decisiones se tomen de manera más regulada y menos discrecional, dependiendo cada vez menos de los deseos y visiones de una sola persona (o un grupo muy reducido de ellas), con períodos cada vez más largos de discusión de las políticas públicas antes de que estas sean adoptadas como tales. Así, cabe esperar que en el futuro las políticas de desarrollo del sector turismo sean construidas mediante procesos más institucionales y más compartidas entre al menos los poderes legislativo y ejecutivo.

Con todo, el sistema político mexicano sigue siendo en buena medida caudillista, lo mismo dentro del partido en el poder que al interior de las oposiciones. En las elecciones se postulan personalidades más que plataformas políticas. Se elige al caudillo, no al programa de gobierno. En el futuro no parece fácil que ello cambie, por varios factores. Primero por tradición cultural secular; la cercanía y sumisión al poder está entre los valores arraigados de los mexicanos. Segundo porque los márgenes de diferenciación entre partidos se ha reducido y continuará reduciéndose en la medida que los márgenes de acción y los grados de libertad para la definición de políticas públicas se vean limitados por la terca realidad de los cambios en el entorno internacional; el mexicano será así un sistema cada vez más minimalista. Tercero porque la cultura política es una gran ausente del escenario nacional; parecemos encaminarnos a una democracia cada vez más perfecta pero vacía de ciudadanos. Ello hace difícil anticipar la dirección específica que tomarán las políticas públicas, entre ellas las aplicables al sector turismo.

Las posiciones políticas de todos los partidos se ha corrido hacia la derecha y se han acercado además entre sí. Ello podría responder a una corriente que prevalece al nivel internacional. En cierto sentido podría estar vinculado también con cierto miedo al cambio y a los extremos o los excesos. En gran medida puede deberse a que no es necesario definir una oferta política distinguible frente al electorado, sino a una personalidad atrayente por razones distintas de sus propuestas de acción. A pesar de la creciente apertura del sistema político nacional, en los últimos cinco años han surgido diversos brotes de violencia guerrillera. Ello es clara muestra de que existen grupos que se sienten agraviados y que consideran que dentro de los cauces legales establecidos no encontrarán respuesta a sus problemas. La marginación centenaria de segmentos de la población, como los grupos indígenas, ha provocado estallidos del México bronco. Los conflictos armados han sido de baja intensidad y se han convertido en estado permanente, en una especie de sombra no resuelta que gravita sobre el sistema político. Por parte de las guerrillas parece haber el reconocimiento tácito de que no podrán tomar el poder por la vía armada; se trata de mantener latente la posibilidad de un agravamiento de la situación. Por parte del estado parece no haber capacidad para cerrar el expediente. De no corregirse las condiciones de pobreza y pobreza extrema del país, la situación podría complicarse. Una situación de inestabilidad y presencia creciente de grupos armados seguramente redundaría en menores flujos turísticos desde el extranjero.

Los problemas de la inseguridad y el crimen organizado también han crecido de manera importante en años recientes. El primero en parte por la difícil situación económica de buena parte de la población del país, y en parte por la incapacidad y corrupción del sistema judicial, que derivan en un alto grado de impunidad. El segundo, en particular la infiltración del narcotráfico en las esferas de poder, difícil de documentar salvo por los casos más notables, por la importancia económica del mercado al que sirve. A veces estos dos factores, aunados a otros, contribuyen a crear una sensación de ingobernabilidad e inestabilidad. Ambos problemas parecen controlables en el futuro, pero requerirán medidas especiales para que así ocurra. De no ser controlados en tiempo y forma adecuados, seguramente impactarán negativamente en las corrientes turísticas tanto nacionales como internacionales.

El nivel educativo de los mexicanos ha crecido notablemente. La escolaridad media pasó de 3.4 años en 1970 a poco menos de 8 años en la actualidad. La introducción de la secundaria obligatoria y las propias tendencias en este indicador hacen suponer que en el año 2020 la escolaridad media de los mexicanos aumentará a más de 12 años, una mejora importante aunque insuficiente. Desde hace algunos años México logró la cobertura universal en la primaria; la de secundaria es ya también prácticamente universal. En la educación media y

superior aún resta mucho por hacer. Existe además un creciente rezago educativo entre la población adulta (entre quienes no terminan la primaria o la secundaria). Con todo, en el futuro los problemas educativos del país serán cada vez menos cuantitativos y más de calidad. Los avances habidos se han logrado a pesar de que los recursos destinados a la educación han sido menores de lo deseable. El mayor nivel educativo de la población podría traducirse en mayores niveles de ingresos, con lo que el turismo interno se vería favorecido. Por otra parte, hará que los consumidores nacionales estén mejor informados y se vuelvan cada vez más exigentes. Es también probable que esta tendencia haga que la demanda interna de servicios y productos del turismo cultural crezca por encima de la de otros segmentos. Un mayor nivel educativo de la población facilitará también la capacitación del personal empleado en el sector turismo y la oferta de servicios con tecnologías más avanzadas.

México está empezando a vivir un proceso de descatalogización. En años recientes el número de mexicanos que se declaran católicos ha descendido, particularmente en los estados del sur de la República. De continuar las tendencias, alrededor del año 2020 menos de la mitad de los mexicanos se declararían católicos. Queda la duda de si el espacio perdido por el catolicismo corresponderá a quienes profesen otra religión (en particular protestantes y evangélicos) o a quienes no profesan religión alguna. En cualquier caso, actualmente ocurren ya en el país algunos conflictos de carácter religioso. Las tendencias apuntadas hacen pensar que éstos podrían intensificarse en el futuro, lo que podría afectar de manera negativa al turismo internacional receptivo del país.

Entre 1950 y 1995 la población del país hablante de una lengua indígena más que se duplicó (llegando en el último de estos años a casi 5.5 millones de personas). En cierto sentido ello es un logro cultural, en tanto que el Estado mexicano no tiene políticas fuertes de preservación de las culturas indígenas y gran parte de ellos vive en extrema marginación. El crecimiento en el número de hablantes de lenguas autóctonas rema contra corriente. Con todo, si bien el número de ellos creció, entre 1950 y 1995 su proporción con relación a la población total descendió del 11.3 al 6.8%. En el año 2020 la población nacional hablante de una lengua indígena podría llegar a entre 7 y 9 millones de personas. Si bien dicha población estará dispersa en todo el país, muy probablemente seguirá mostrando una alta concentración en los estados de Oaxaca, Veracruz, Chiapas, Puebla y Yucatán, que en conjunto albergarán a más del 50% de ella. Aunque la población indígena perderá importancia numérica relativa, seguirá pesando en la vida nacional. Aunque si bien la tendencia apuntada implica que el folclor indígena podría perder peso como atractivo turístico, en los próximos treinta años ello difícilmente alterará de manera significativa el papel que juega como atractivo turístico.

Como en otros países, la sociedad civil mexicana ha estado organizándose de manera independiente. El número de organizaciones no gubernamentales (ONGs) de muy diversa índole ha proliferado. Sin embargo, dichas organizaciones tienen aún menor peso y consistencia que en otras latitudes. Aunque las ONGs de nuestro país han sido poco estudiadas, la escasa información existente muestra que en general cuentan con pocos miembros y que hasta ahora han tenido mínimo impacto; en muchos casos son sólo un medio para que los dirigentes logren posiciones personales. Pero difícilmente puede pensarse que esta será su situación en el futuro. Durante los próximos treinta años las ONGs nacionales probablemente crecerán en número y en su capacidad para influir sobre las políticas públicas y las decisiones de los agentes económicos y políticos; muchas de ellas formarán parte de redes de ONGs internacionales con propósitos similares a los suyos. Su papel en asuntos vinculados directa o indirectamente con el sector turístico no podrá sino crecer en importancia. Probablemente serán las ONGs ambientalistas las que tengan mayor relevancia para el sector

La corrupción es ya hoy un factor que afecta negativamente a prácticamente todos los ámbitos de la vida nacional. La corrupción *per se* no es algo mal visto por los mexicanos (con frecuencia es vista como una especie de simplificación administrativa que permite mayor eficiencia); sí lo es el abuso de la misma. Para cambiar este estado de cosas tendrían que modificarse algunos de los valores profundos de los mexicanos. Salvo por la implantación de una especie de cruzada nacional contra la corrupción de carácter permanente, que sólo es imaginable implantada desde arriba, lo más probable es que en el futuro cambie poco la situación. La corrupción afecta negativamente el trato que reciben los turistas internacionales y desprestigia a nuestro país como destino turístico.

4. Principales factores que influirán en el desarrollo del turismo

Como resultado de las tendencias apuntadas en el análisis prospectivo, pueden extraerse que los principales factores que influirán y deberán tomarse en cuenta en la planeación y desarrollo de la actividad turística son los siguientes:

Política y Economía

Oscilaciones entre la globalización y la integración regional contra la fragmentación subregional y lo local

Lo internacional será cada vez más condicionante de lo nacional

Contracción y reducción de facultades del Estado: Fortalecimiento del libre mercado

Liberación comercial y flexibilización de transferencias de capital

Influencia de los resultados de las economías de Asia y las economías emergentes en general

Crecimiento de la población económicamente activa –particularmente en México “burbuja de oportunidad”

Regionalización y estabilización de tipos de cambio en países desarrollados

Apertura en las facilitaciones fronterizas e incremento migratorio por diversos factores

Desregulación del transporte aéreo, carretero y náutico

Sociedad y medio ambiente

Mayor expectativa de vida de las personas y jubilación más temprana, creciente en países desarrollados

Matrimonios y familias tardíos con menos hijos, crecimiento de familias uniparentales

Incremento de la participación de la mujer en actividades económicamente productivas y mayor influencia en ámbitos políticos y sociales.

Aumento en el ingreso personal disponible en países desarrollados y segmentos elitistas, Mayor flexibilidad del tiempo laboral y aumento de vacaciones pagadas

Crecimiento del movimiento social y político favorable a la protección del medio ambiente natural y cultural

Mayor demanda de seguridad de los consumidores y viajeros (personal, de sus bienes, de salud e higiene, jurídica, de calidad ambiental, etc.)

Mayor importancia a la identidad y diferenciación local

Crecimiento de la influencia de la sociedad organizada ONGs

Tecnología

Sobresaliente desarrollo de sistemas de comunicación, manejo de información, reservaciones, comercialización y distribución de productos (Internet)

Técnicas perfeccionadas de planificación y mercadotecnia que permitirán desarrollar segmentos y nichos específicos

Desarrollo de tecnología para el uso de energía alternativa, reciclaje de residuos, medición de impactos ambientales

Menor crecimiento en la tecnología aeronáutica, ferroviaria, náutica y carretera. Difícilmente disminuirán más los tiempos de recorridos, pero aumentarán la calidad y seguridad en los desplazamientos, así como disminuirá la contaminación ambiental

Comerciales

Megafusiones y fragmentación de unidades de negocios

Mayor competencia en la industria del entretenimiento

Mayor segmentación psicográfica

Incorporación de mercadotecnia directa con bases de datos personalizadas y orientadas a partir de un profundo conocimiento del cliente

Saturación de información y mayor conocimiento sobre productos diversos

Lo anterior se expresa en forma sintética en el siguiente cuadro

5. Escenarios prospectivos para el desarrollo del turismo en México a 2020

5.1 Parámetros de trabajo sobre los escenarios

Aunque resulte sumamente complejo definir escenarios a 2020 a partir de las consideraciones anteriores, podemos establecer algunos parámetros orientadores a partir de los cuales se podría llegar a consolidar por lo menos dos escenarios de trabajo:

Las mega tendencias mundiales y sus repercusiones en México, apuntan a que estamos viviendo una fase de cambio, entre un modelo tradicional, el de turismo masivo dominado por el paradigma –avión-hotel-playa- a otro modelo emergente que se caracterizará, como lo señalábamos anteriormente, por su mayor diversificación, complejidad y incertidumbre.

Sin embargo, es esencial dejar asentado que si bien estamos en la actualidad, viviendo la transición entre modelos, para 2020 es difícil pensar que las mega tendencias pueden revertir completamente el modelo tradicional de turismo de masas. Por ende, durante los años venideros, convivirán dos modelos: el turismo de masas, y un modelo emergente, complejo y basado en eventos complejos aun insuficientemente definidos.

Los pesos específicos del turismo de masas y del turismo emergente en los flujos turísticos internos y receptivos de México, dependerán en buena medida, de la evolución de las mega tendencias por una parte, pero también de las decisiones en materia de política turística tomadas desde las esferas de gobierno, así como de las posibles respuestas del sector empresarial (no sólo las mega empresas sino también las pequeñas y medianas empresas emergentes). Por ende, no existe un modelo único, o un escenario predecible, sino por lo menos dos tendencias que podemos sintetizar en escenarios alternativos.

El primer escenario alternativo responde a la hipótesis de que no se verificarán cambios importantes en el medio mexicano tanto desde el gobierno como desde las empresas, por lo que se seguirán las políticas estatales y empresariales tradicionales hacia el turismo nacional o receptivo. Este escenario, que consideramos como alternativa pesimista, es en parte desmentido por los esfuerzos ya realizados por ciertos prestadores de servicio y la misma esfera estatal, que han puesto en práctica medidas para diversificar la demanda, atender nuevos segmentos, rectificar las políticas de apoyo, etc. Por ende, este escenario representaría un piso extremo de regreso a las tendencias pasadas, y el escenario probable o realista se encuentra en tendencias más optimistas hacia el cambio.

El segundo escenario alternativo, por su parte, está marcado por la hipótesis extrema de que se logre un cambio muy acelerado en las tendencias actuales, exacerbando las políticas de cambio empresariales y estatales a las cuales hacíamos referencia en el punto anterior. Por ende, el turismo de masas estaría fuertemente afectado por las nuevas modalidades turísticas emergentes (por ej. el turismo cultural y las formas diversas de ecoturismo), y se tendría, al horizonte 2020, un modelo mucho más complejo de turismo en México.

Este escenario optimista se torna para nosotros, el escenario de deseo, es decir el modelo al cual habría que tender, y que se considera factible de promover, de persistir las mega tendencias nacionales e internacionales respecto de la economía, la demografía, la geopolítica, el ambiente, etc. Cabe recordar, como se hizo al inicio del capítulo 2, que el futuro no es predecible, pero que es posible elaborar tendencias razonablemente factibles de ser veraces en el plazo definido.

Por lo que se refiere a los contenidos mismos de los escenarios, estos son más cualitativos que cuantitativos, por lo que, también, se presentan algunos pronósticos tendenciales sobre las variables centrales de la actividad turística, proyecciones que no reemplazan ni objetivizan los escenarios, sino que ofrecen una imagen complementaria de lo que podría eventualmente pasar en los próximos 20 años. Cabe recordar que la elaboración de modelos cuantitativos de proyección responde al manejo de variables calibradas para entrar en un modelo cerrado, mientras que los escenarios responden al manejo de razonamiento cualitativo sobre lo que se considera como posible.

5.2. Escenarios al año 2020

Para distinguir ambos escenarios, lo calificaremos de la siguiente manera:

Escenario de permanencia/evolución: Este escenario corresponde, como se verá, por el cuadro síntesis de las variables que ofreceremos a continuación, a una lenta transformación del modelo turístico actual, con la permanencia de las tendencias dominantes del turismo de masas.

Escenario de cambio/reorientación: este escenario remite a una transformación más radical de las tendencias, aprovechando las condiciones favorables del entorno internacional y nacional, con la consolidación de las reorientaciones del modelo turístico, que hoy aun aparecen como emergentes.

ESCENARIOS DEL TURISMO EN MÉXICO PARA 2020

ESCENARIO DE PERMANENCIA/ EVOLUCIÓN	ESCENARIO DE CAMBIO/ REORIENTACIÓN
Visión prospectiva conservadora de mantenimiento de las tendencias	Visión prospectiva dinámica hacia el cambio
Poca atención a las megatendencias internacionales y nacionales de cambio, consideraciones tradicionales sobre el modelo turístico nacional	Focalización de las políticas hacia el aprovechamiento óptimo de las tendencias de cambio buscando un mejor posicionamiento en el mercado internacional
Desincorporación progresiva del Estado que deja el mercado resolver la evolución del modelo turístico	Posición más agresiva del Estado que considera que debe mantener vigilancia sobre las mega tendencias y aprovechar los elementos positivos
Participación tradicional del Estado, y desaparición de las instancias tradicionales de promoción, impulso y orientación del modelo turístico (Secretaría de Turismo, FONATUR...)	Participación renovada del Estado como orientador y “facilitador” pero sin inversiones directas
Expansión del turismo de masas hacia destinos tradicionales o nuevos megaproyectos	Diversificación creciente del modelo turístico mexicano, con la consolidación de segmentos nuevos, basados en atractivos competitivos de México, como el ambiente natural y su biodiversidad, el patrimonio cultural-arquitectónico, sus tradiciones, etc.
Fuerte competencia internacional de otros destinos, principalmente del Caribe, que compiten favorablemente con México y le restan mercado	México gana espacios y mejora su posición como receptora de turismo internacional, ya que aprovecha atractivos que no tienen los destinos cercanos del Caribe limitados a los atractivos playeros tradicionales
Crecimiento lento de la captación de divisas, por la pérdida de competitividad y la evolución de la demanda hacia sectores de bajos ingresos norteamericanos que siguen aceptando el modelo masivo de playas	Diversificación creciente de las fuentes de divisas turísticas, y aumento de su captación a través de proyectos alternativos de calidad para segmentos de alta capacidad de pago del mercado norteamericano, europeo y asiático.

Concentración y dependencia casi única del mercado norteamericano, con riesgos de desplome en función de posibles desacuerdos políticos o de cambios geopolíticos no previsibles aun (por ejemplo, la apertura radical de Cuba y la reorientación de los flujos turísticos americanos hacia ese destino).	Captación en alza de segmentos de mercado europeo, asiático y del resto del mundo, interesados en la biodiversidad y “sociodiversidad” de México. Reducción del riesgo en la estructura del mercado, la captación de divisas, etc.
Progresiva cooptación de las actividades turísticas por empresas multinacionales, que se manejan en el mundo global del turismo de masas, ofreciendo a México como un destino entre muchos.	Expansión de una nueva clase empresarial turística, que incluye pequeños y medianos empresarios nacionales y extranjeros asociados, trabajando en red, y jugando con las ventajas de la tecnología para lograr economías de asociación
Funcionamiento por grandes operaciones turísticas basadas en las economías de escala y centradas exclusivamente sobre los atractivos de playa	Funcionamiento creciente sobre base de pequeñas operaciones que aprovechan economías de variedad; integración progresiva de los megaproyectos del pasado a la dinámica de diversificación
Escasa toma en cuenta del mercado nacional, considerado como secundario en el modelo que persigue, esencialmente, la captación de divisas	Revalorización intensiva del mercado nacional, interesándole a los atractivos nacionales, y asumiendo la importancia del desarrollo regional y de la generación de empleo.
Problemas permanentes en la balanza turística, por la tendencia de los segmentos nacionales medios y altos a buscar alternativas turísticas al exterior	Consolidación del interés de los sectores medios y altos en los valores de México, con la consecuente reducción de la presión sobre la balanza de pagos
Creciente afectación ambiental no regulada de los megaproyectos turísticos, reacciones negativas de los grupos defensores del ambiente, puesta en riesgo de la operación de los proyectos, mala imagen internacional de México por su desatención a la ecología	Proyectos respetuosos del ambiente. Ecoproyectos como parte de los destinos y actividades alternativas. El turismo coadyuva a la política ambiental ayudando a preservar el ambiente en proyectos turísticos y crear una conciencia ecológica; óptima imagen de México como destino por su lucha a favor del ambiente desde el turismo

Concentración de proyectos en zonas alejadas de algunas regiones, desequilibrios regionales y urbanos crecientes, fuerte tendencia a que los proyectos se vuelvan enclaves sin políticas de matización de efectos negativos	Dispersión de microproyectos a lo largo de todo el territorio, inclusive en zonas que no parecían aptas antes (p.e. zonas desérticas o de selva). Intenso efecto positivo para las comunidades locales, reversión de la tendencia al enclave
Desinterés y hostilidad creciente de la sociedad civil organizada hacia el turismo por sus efectos negativos sociales, ambientales y económicos	Participación creciente de la sociedad civil organizada en la generación de proyectos y la valorización regional y social de los efectos positivos del turismo
Enfrentamiento Estado-Sociedad civil en torno al turismo	Cooperación creciente, democratización de las instancias oficiales de apoyo al turismo
Desligamiento entre turismo y actividades recreativas de la población local, entre otros en centros turísticos	Crecimiento de la interpenetración de turismo y recreación en un modelo complejo de aprovechamiento del tiempo libre socialmente relevante
Imposibilidad de asociar el turismo de masas estandarizado, con los intereses y la producción local en las áreas turísticas	Crecimiento de la interacción de los proyectos con la base productiva y cultural, "empoderamiento" de las comunidades locales
Disociación turismo-valores sociales en México, crecientes conflictos sobre sistema de valores	Mejor integración del tiempo libre en la sociedad mexicana, formación de valores hedonistas integrativas
Fragilidad de los proyectos turísticos al control de grupos delictuosos, particularmente por el interés de estos en blanquear recursos.	Desligamiento absoluto de los proyectos de las actividades ilícitas, por el control social comunitario, la pequeña escala, etc.

6. Papel que deberán desarrollar agentes públicos y privados del turismo

El nuevo modelo de desarrollo nacional adoptado por México a partir de la globalización implica, en principio, la redefinición y adecuación de ámbitos de participación de los diferentes actores que influyen en el desarrollo de las actividades productivas, así como el establecimiento y concertación de conceptos rectores y de una visión estratégica común dada la cada vez más evidente capacidad de operar con relativa independencia por parte de los diferentes actores que participan en la actividad.

Por otro lado, dado que lo internacional será cada vez más un elemento condicionante de lo nacional, será necesario partir de la base de que el gobierno mexicano tendrá menor grado de libertad en la fijación de sus políticas, a la vez de que el sector privado enfrentará una competencia más extensa, por lo que sus condiciones de operación tendrán que adecuarse a lo que ocurra a nivel internacional.

En este marco algunas de las modalidades que presentará la participación de los actores que inciden en el desarrollo del turismo serán:

6.1 Sector público

Entre algunas de las funciones principales del Sector Público Federal en este proceso, destaca para el turismo la creación de un clima adecuado para los negocios:

- Propiciando una macroeconomía estable, sin grandes fluctuaciones.
- Fomentando la creación de infraestructura y servicios públicos, - aunque con la tendencia a la privatización, cada vez será menos el Estado quién directamente construya infraestructura y administre los servicios públicos-.
- Proponiendo políticas de largo alcance, marcos legislativos y normativos en materia de inversiones, transporte, migración, financiamiento, utilización responsable del medio ambiente, flexibilidad laboral, tenencia de tierras, formación de recursos humanos y seguridad jurídicas necesarias para su operación.
- Impulsando la participación organizada de la sociedad y especialmente, de los empresarios, quienes jugarán un papel cada vez más activo y determinante en la promoción y operación del turismo.

- Cumpliendo como mediador de los intereses de los diferentes sectores, estableciendo equilibrios que aseguren la competitividad del turismo en México en el largo plazo y considerando los intereses de la sociedad en este proceso.
- Actuando como promotor y facilitador del proceso turístico, en vez de agente que impone políticas imperativas y reduce el margen de innovación de los agentes turísticos.

Los gobiernos locales tendrán un papel más determinante en el desarrollo turístico del país ya que los procesos de descentralización y los nuevos escenarios democráticos (alternancia) implicarán una mayor responsabilidad en la atención a las zonas turísticas en términos de seguridad, servicios públicos, dotación de infraestructuras, conservación del patrimonio, etc. con una visión de largo plazo y equilibrando las presiones del crecimiento del turismo con las necesidades de las poblaciones locales.

6.2 Sector privado

Por su parte el sector privado será responsable de la inversión, promoción, operación y funcionamiento del turismo. Esto implica una clase empresarial más organizada, coordinada, propositiva, con visión integral, de largo plazo y con conciencia social y ambiental.

Los nuevos empresarios estarán destinados a jugar papeles importantes en el diseño del esquema de desarrollo turístico hacia el futuro que se pueden ubicar en dos grandes categorías: A) micro, pequeños y medianos empresarios orientados a atender los nichos de mercado emergentes: turismo de aventura, ecoturismo, arqueoturismo, “bed and breakfast”, SLH (“small luxury hotels”), etc., B) empresarios comunitarios: ejidatarios e indígenas que habitan zonas de gran valor turístico natural o cultural que en el marco del desarrollo sustentable, serán actores significativos del proceso de desarrollo.

La nueva realidad establece una diferencia significativa con el modelo seguido, en el cual las grandes decisiones se tomaban entre las autoridades federales y los grandes empresarios hoteleros, inmobiliarios y transportistas (principalmente del sector aeronáutico).

La importancia de estos nuevos actores será cada vez más evidente en la medida en que se descentralicen las decisiones y presupuestos hacia las regiones turísticas, y se revaloricen los atractivos naturales y culturales.

La gran empresa turística seguirá teniendo un papel determinante que jugar pues la capacidad instalada requiere de mantenerla y de mejorar su rentabilidad. Por su peso específico en cada centro turístico este tipo de empresas –en particular las líneas aéreas y los hoteles-, cumplirán una función muy importante de articulación

de pequeñas y medianas empresas que presten servicios de recreación, recorridos, circuitos, etc.

6.3 Organizaciones no Gubernamentales.

La participación de la sociedad organizada en diversos temas será fundamental en el ámbito de la presión que ejercerán hacia el desarrollo de políticas y estrategias de conservación y cuidado de los recursos; la protección a los consumidores de servicios turísticos; así como en la creación de redes sociales capaces de planear y transferir tecnología de forma horizontal.

Este tipo de organizaciones cumplirán una labor de interlocución importante entre las comunidades receptoras, los empresarios y los gobiernos locales.

Comunidades Marginadas.

La marginación de las comunidades rurales, especialmente indígenas, seguirá siendo una preocupación fundamental del Estado. El tema de su integración al turismo es complejo pero deberá considerarse, ya que muchas zonas indígenas pueden tener un alto valor desde el punto de vista turístico.

La propuesta de integrar las comunidades indígenas a la actividad turística se ve favorecida por las condiciones que se están creando en el mercado: Los nuevos viajeros buscan experiencias más auténticas en las que tengan un contacto directo con comunidades diferentes. Este factor se convierte en un estímulo fundamental para elegir un destino y en un importante elemento de satisfacción. La fragilidad de los esquemas sociales de las comunidades indígenas que han mantenido sus costumbres, debido al aislamiento en que se han desarrollado, hace necesaria la evaluación del impacto que generará el turismo a partir del intercambio cultural con los visitantes y el ingreso de nuevas fuentes de recursos, que necesariamente afectarán sus formas de organización y vida comunitaria.

III. Panorama Nacional, Internacional y Pronósticos del Turismo al 2020

Esta sección sobre pronósticos se desarrolló usando datos históricos de varias fuentes entre ellas: INEGI, SECTUR, OMT, la oficina de turismo de los E.U.A. (ITA), FMI, Redes y CrossBrook. La compilación de datos históricos se hizo para cada uno de los componentes del turismo mexicano y para la información económica que se usó para alimentar el modelo econométrico de previsión. Los resultados obtenidos se presentan en forma resumida en esta sección. Las tablas de resultados y los gráficos descriptivos correspondientes, se presentan en la sección de anexos.

El turismo mexicano se segregó en los siguientes componentes:

- Turismo Doméstico
- Turismo Internacional. Este grupo está a su vez dividido en
- Turismo Receptivo.
- Turismo Fronterizo.
- Turismo de Excursionistas.

1 Pronósticos generales de turismo al año 2020

El turismo mexicano presentó varias características en 1999, entre ellas, cabe mencionarse:

El 50% del turismo internacional fue receptivo, y el 50% fue fronterizo.

Si se suman las llegadas internacionales y las domésticas de 1999, el día típico turístico tuvo 747,000 llegadas turísticas, con un gasto medio diario de \$63 millones de dólares.

Hubo 99 millones de llegadas internacionales en 1999 y se espera que lleguen a 175 millones en el 2020. Durante el mismo periodo, 113 millones de mexicanos llegaron al extranjero en 1999 y se prevé que lleguen a 195 millones en el 2020.

El gasto medio del turista extranjero fue alrededor de \$602 en 1999, y se espera que llegue a \$710 en el 2020.

El turismo contribuyó con el 7.3 del Producto Interno Bruto mexicano en 1999. A medida que México continúe su marcha hacia la industrialización y el desarrollo económico, y a pesar del crecimiento del sector turismo, su proporción del PIB bajará paulatinamente del 7.3% en 1999 al 6.8% en el 2010, y al 6.7% en el 2020.

En orden de importancia, el mercado mayor para México es el de los E.U.A. seguido por América Latina, Europa y Canadá. Este patrón continúa en nuestro escenario base hasta el año 2020. Esto implica que dada la inercia natural del mercado, las llegadas de turistas internacionales a México continuarán creciendo con la tendencia establecida así como también crecerán los gastos correspondientes.

- Un total de 22 millones de turistas internacionales llegarán a México durante el año 2000, aumentando a 37.7 millones hacia el año 2020.
- Los E.U.A. triplicarán el número de turistas al interior de México entre 1995 y el 2020.
- El Mercado egresivo de Latinoamérica a México crece más rápidamente que el de los E.U.A., sin embargo, los turistas latinoamericanos no pasarán de 1.2 millones en el 2020.
- La mayor proporción de los gastos de turistas en México le corresponde a los E.U.A. Los norteamericanos gastarán 4.9 mil millones de dólares en el 2000 y 10.5 mil millones de dólares en el 2020.

- Canadá, a pesar del TLCAN y de la relativa cercanía a México es de los mercados egresivos más pequeños. Los Canadienses aumentarán de 197 mil en 1995 a 635 mil en 2020.
- Dado el tamaño económico de la Unión Europea, muy pocos Europeos visitan a México. El número de llegadas de europeos aumentará de 445 mil en el 2000 a un millón en el 2020.
- El turismo fronterizo aumentará de 11.1 millones en el 2000 a 16.4 millones en el 2020.
- El turismo de crucero aumentará de 2.8 millones en el 2000 a 7.9 millones en el 2020 y los excursionistas fronterizos tienen la mayor proporción de llegadas a México. Sin embargo, su gasto medio seguirá siendo bajo.
- El turismo fronterizo contribuye más a los ingresos por turismo que Canadá y Latinoamérica. Los gastos de Canadienses fueron 149 millones de dólares en 1995 y aumentarán a 480 millones en el 2020
- Los turistas de América Latina gastaron 295 millones de dólares en el 95 y se espera que gasten 979 millones en el 2020.
- En México, el turismo doméstico es mucho mayor que el turismo receptivo. Sin embargo, los gastos medios del turista doméstico son demasiado bajos. En el 2000, se esperan un total de 180 millones de llegadas, aumentando a 270 millones en el 2020.
- El turismo doméstico produce más ingresos que cualquier otro segmento. En el 95, el turismo doméstico produjo 8.8 mil millones de dólares en ingresos, en el 2020, el turismo doméstico producirá 46.5 mil millones de dólares.

1.1 Turismo Internacional

El turismo internacional a México crece con una tasa de entre el 2.5% y el 3% de 21.4 millones en 1999 a 37.7 millones en el 2020. Esta categoría genera gastos de \$6,321 dólares en 1999 y \$14,086 en el 2020.

El turismo internacional a México está compuesto de:

- **Turismo Receptivo**, o turismo de pernocta al interior del país. Esta categoría incluye los siguientes países y regiones: E.U.A., Canadá, Europa, América Latina, y Otras Regiones.
- **Turismo Fronterizo**, o llegadas a México por la frontera.

- **Turismo de Excursionistas.** Los excursionistas no pernoctan en México y su impacto económico se limita a los gastos durante una estadía de horas dentro del territorio mexicano.

1.2 Turismo Receptivo

El turismo receptivo creció a una tasa del 5% en 1999, sin embargo, de acuerdo con nuestro escenario base, el resto del periodo (hasta el 2020) verá tasas de crecimiento un poco más bajas, fluctuando entre el 4.4% y el 2.9%.

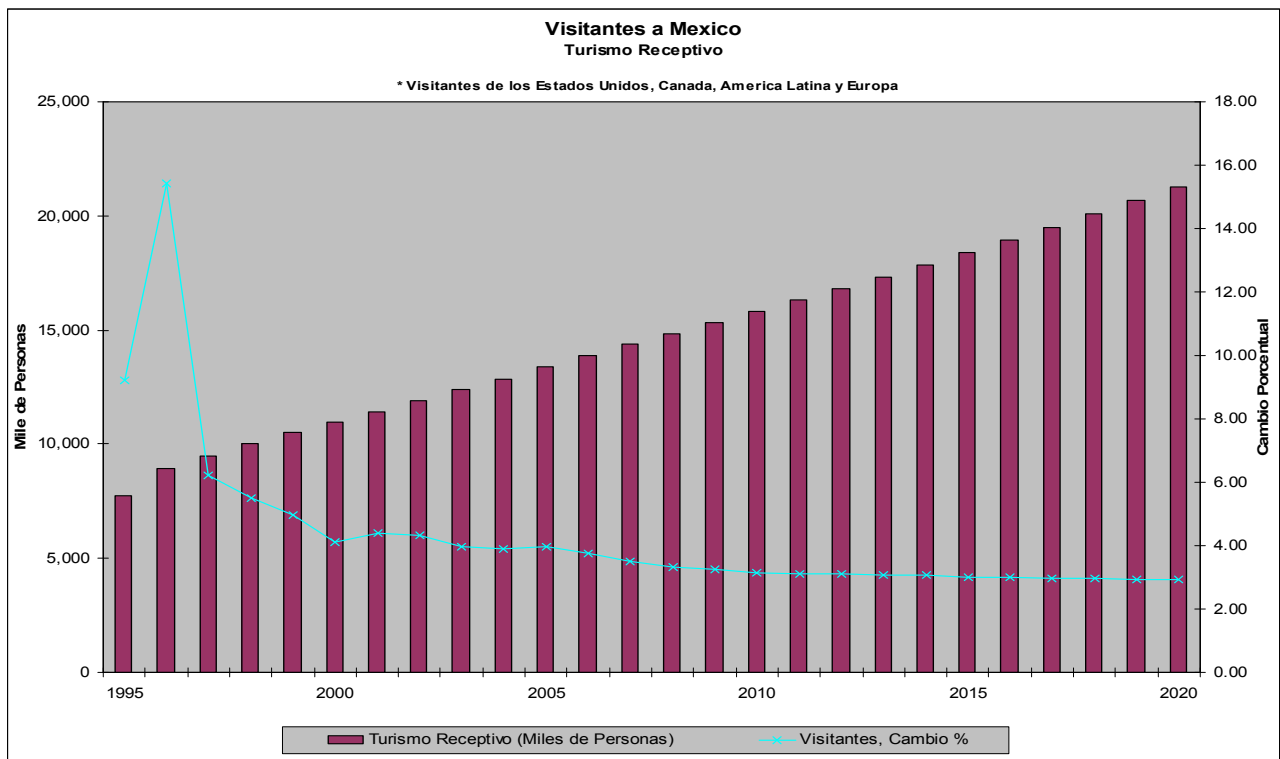
RESUMEN DE PRONÓSTICOS

En el año 2000, se espera que el turismo receptivo llegue a 10.9 millones de llegadas. Si el escenario optimista se realiza, el número de llegadas sería 12.1 millones, si el escenario pesimista se cumple, solo habrían 9.7 millones de llegadas. Al final del periodo, en el año 2020, el escenario base indica una expectativa de 21.2 millones de llegadas, el optimista 22.4 millones, y el pesimista 20 millones.

En el año 2000, los gastos de turistas llegarán a un tope de \$5,980 millones de dólares, estos gastos se duplican en los próximos 20 años, y al final del periodo, en el 2020, llegaran a \$13,195 millones de dólares. Dentro de este marco de análisis, el tope optimista será de \$6,700 millones de gastos en el 2000, y \$13,942 en el 2020. El escenario pesimista (basado en un intervalo de confianza) resultaría en gastos de \$5,234 en el 2000, y \$10,076 en el 2020.

El turismo receptivo medido por el número de llegadas a México se espera que crezca paulatinamente. Sin embargo, a pesar de que los E.U.A. son la fuente de turistas más grande, este mercado crecerá a unas tasas anuales inferiores que las de Canadá, Europa y América Latina.

VISITANTES A MÉXICO



El mercado internacional de más importancia para el turismo mexicano será el de los E.U.A. Le seguirán en orden de importancia América Latina, Europa, Canadá y otras Regiones

PRONÓSTICOS DE TURISTAS POR PAÍS DE ORIGEN

	Unidades	2000	2010	2020
Estados Unidos	Miles	9,673.7	13,817.7	18,355.1
	<i>Cambio %</i>	4.1	3.0	2.8
Canadá	Miles	323.3	446.9	635.5
	<i>Cambio %</i>	4.9	3.2	3.3
Europa	Miles	445.8	718.3	1,017.5
	<i>Cambio %</i>	3.6	4.4	3.3
América Latina	Miles	497.9	826.0	1,264.5
	<i>Cambio %</i>	3.8	4.8	4.1
Otras Regiones	Miles	47.8	60.7	74.0
	<i>Cambio %</i>	0.6	2.5	2.0

1.3 Turistas Internacionales

Comparando los mercados emisores, se prevén alrededor de 9.6 millones de llegadas de estadounidenses a México en el 2000. Durante el marco de los 20 años, el número de llegadas de ese país se duplica. En el 2020 la expectativa es de 18.3 millones de llegadas.

América Latina crece más rápidamente durante los 20 años. En el 2000, un total de 497 mil llegadas proceden de Latinoamérica. En el 2020, esta cifra será 1.26 millones de llegadas.

Europa ocupa el tercer lugar en la clasificación. Llegadas de esta región aumentan de 445 mil en el 2000, a 1 millón en el 2020.

El otro país miembro del tratado de Libre Comercio ocupa el cuarto lugar de nuestra lista de mercado del turismo internacional a México. En el 2000, 323 mil llegadas serán de Canadá. Las llegadas de este país no alcanzarán el millón en 20 años. Para el año 2020, solo 635 mil canadienses llegarán a México.

En términos del volumen de gastos de turistas en México, los E.U.A. es el mercado más importante y continuará siéndolo durante los próximos 20 años. En el 2000, gente procedente de los E.U.A. gastará un total de \$4,907 millones de dólares. Estos gastos crecerán a \$7,590 millones en el 2010 y a \$10,537 millones en el 2020.

GASTO TOTAL DE TURISTAS EN MÉXICO POR MERCADO EMISOR

	Unidades	2000	2010	2020
Estados Unidos	Millones de Dólares	4,907.5	7,589.5	10,537.1
	<i>Cambio %</i>	5.6	3.5	3.2
Canadá	Millones de Dólares	236.3	332.1	479.7
	<i>Cambio %</i>	5.4	3.3	3.5
Europa	Millones de Dólares	492.4	829.5	1,199.9
	<i>Cambio %</i>	4.0	4.7	3.4
América Latina	Millones de Dólares	344.6	616.3	979.3
	<i>Cambio %</i>	4.5	5.4	4.4
Otras Regiones	Millones de Dólares	43.9	53.7	63.7
	<i>Cambio %</i>	0.5	2.1	1.7

Europa ocupa el tercer lugar en la clasificación por volumen de llegadas. Sin embargo, en cuestión de gastos, esta región ocupa el segundo lugar con gastos de \$492 millones en el 2000, \$829 y \$1,199 en los años 2010 y 2020 respectivamente.

Los latinoamericanos gastarán \$344 millones en México en el 2000, \$616 y \$979 millones en los años 2010 y 2020 respectivamente.

En el resumen de gastos medios, se observa un patrón muy diferente al de llegadas. El Mercado turístico proveniente de Europa tiene el mayor gasto medio. En el 2000 se espera que europeos gasten más de \$1,000 por viaje a México (sin incluir pasaje aéreo) en el año 2020 sus gastos medios se esperan que lleguen a \$1,179 o solo \$75 más que en el 2000.

GASTO MEDIO DE TURISTAS EN MÉXICO POR MERCADO EMISOR

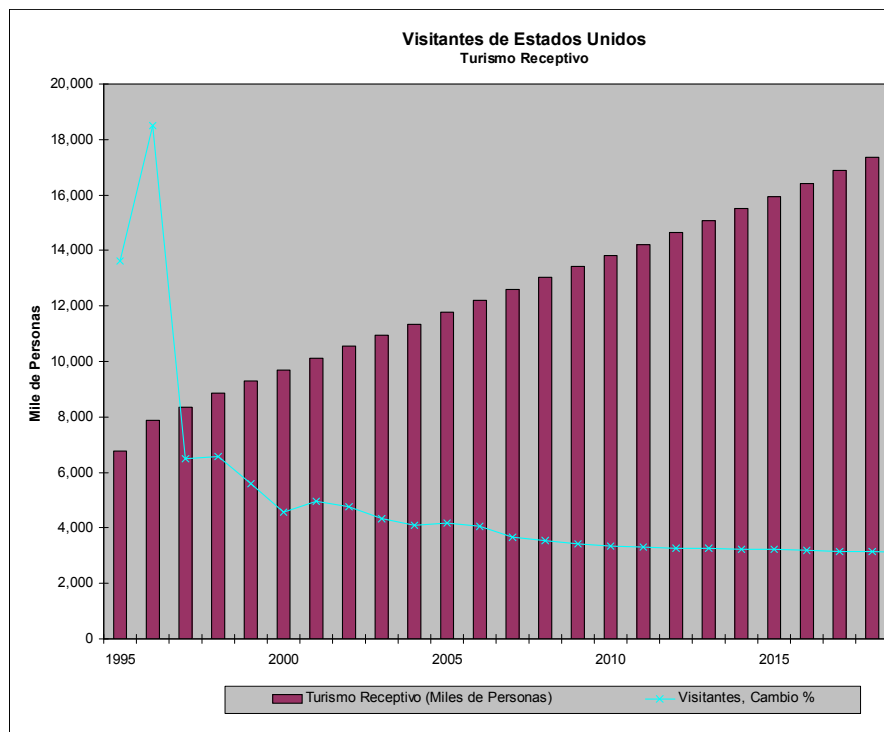
La tendencia de los gastos medios es de un incremento leve durante el periodo del 2000 al 2020 para todos los países y regiones.

RESUMEN DE LOS PRONÓSTICOS DE GASTO

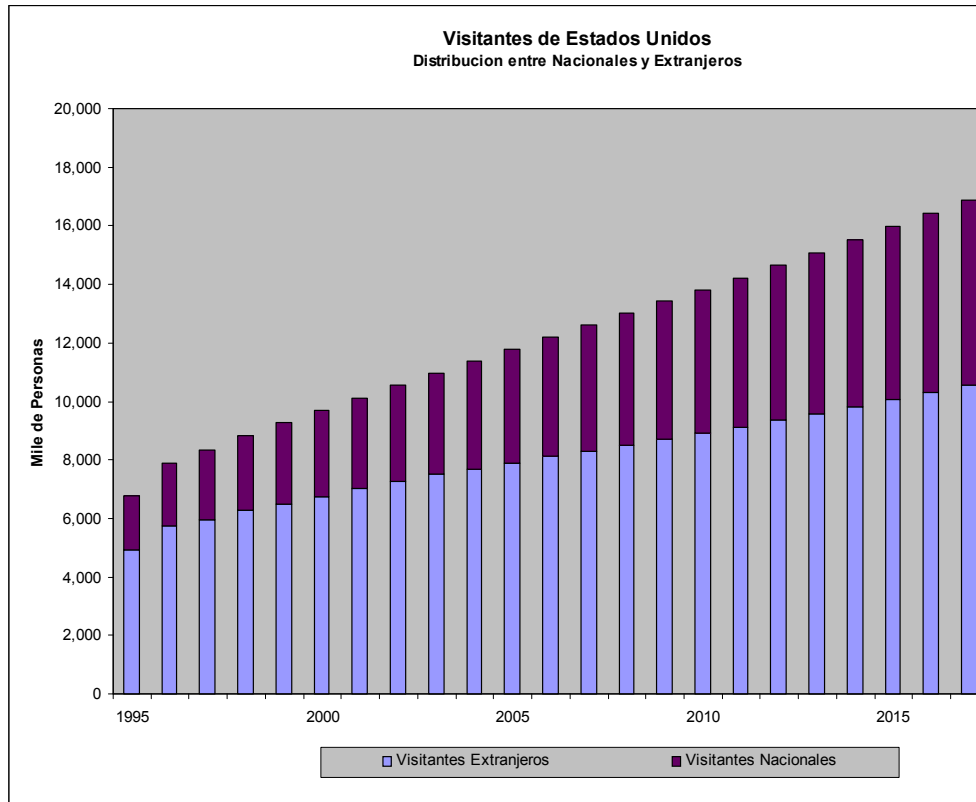
Resumen							
GASTO							
	Unidades	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Turistas Internacionales a México	Millones de Dólares	4,687.6	6,634.4	8,382.8	10,125.8	11,998.9	14,086.4
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	3.5	6.9	4.7	3.8	3.4	3.2
Turismo Receptivo	Millones de Dólares	4,051.0	6,024.8	7,728.6	9,421.1	11,236.9	13,259.6
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	3.5	7.9	5.0	4.0	3.5	3.3
Estados Unidos	Millones de Dólares	3,265.0	4,907.5	6,288.5	7,589.5	8,978.8	10,537.1
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	3.2	8.2	5.0	3.8	3.4	3.2
Canadá	Millones de Dólares	149.0	236.3	286.5	332.1	404.2	479.7
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	-6.2	9.2	3.9	3.0	3.9	3.4
Europa	Millones de Dólares	303.3	492.4	639.5	829.5	1,009.1	1,199.9
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	8.3	9.7	5.2	5.2	3.9	3.5
América Latina	Millones de Dólares	294.7	344.6	466.1	616.3	786.2	979.3
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	10.3	3.1	6.0	5.6	4.9	4.4
Otras Regiones	Millones de Dólares	39.1	43.9	47.9	53.7	58.6	63.7
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	0.0	2.3	1.7	2.3	1.8	1.7
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	636.6	609.7	654.2	704.7	762.0	826.8
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	3.6	-0.9	1.4	1.5	1.6	1.6
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1,490.1	1,904.0	2,164.9	2,442.1	2,718.9	3,023.0
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	-1.3	4.9	2.6	2.4	2.1	2.1
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1,382.7	1,750.0	1,954.9	2,174.5	2,392.6	2,631.9
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	-2.1	4.7	2.2	2.1	1.9	1.9
Pasajeros en Crucero	Millones de Dólares	107.4	154.0	210.0	267.7	326.3	391.0
	<i>Cambio Medio Anual %</i>	11.8	7.2	6.2	4.9	4.0	3.6
							46,522.0
							4.4

El turismo receptivo proveniente de los EUA tenderá a tasas de crecimiento entre el 3 y el 4% a partir del año 2001. La participación en este tipo de los nacionales residentes en EUA, llegará a ser de cerca de una tercera parte del total.

TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE LOS EUA

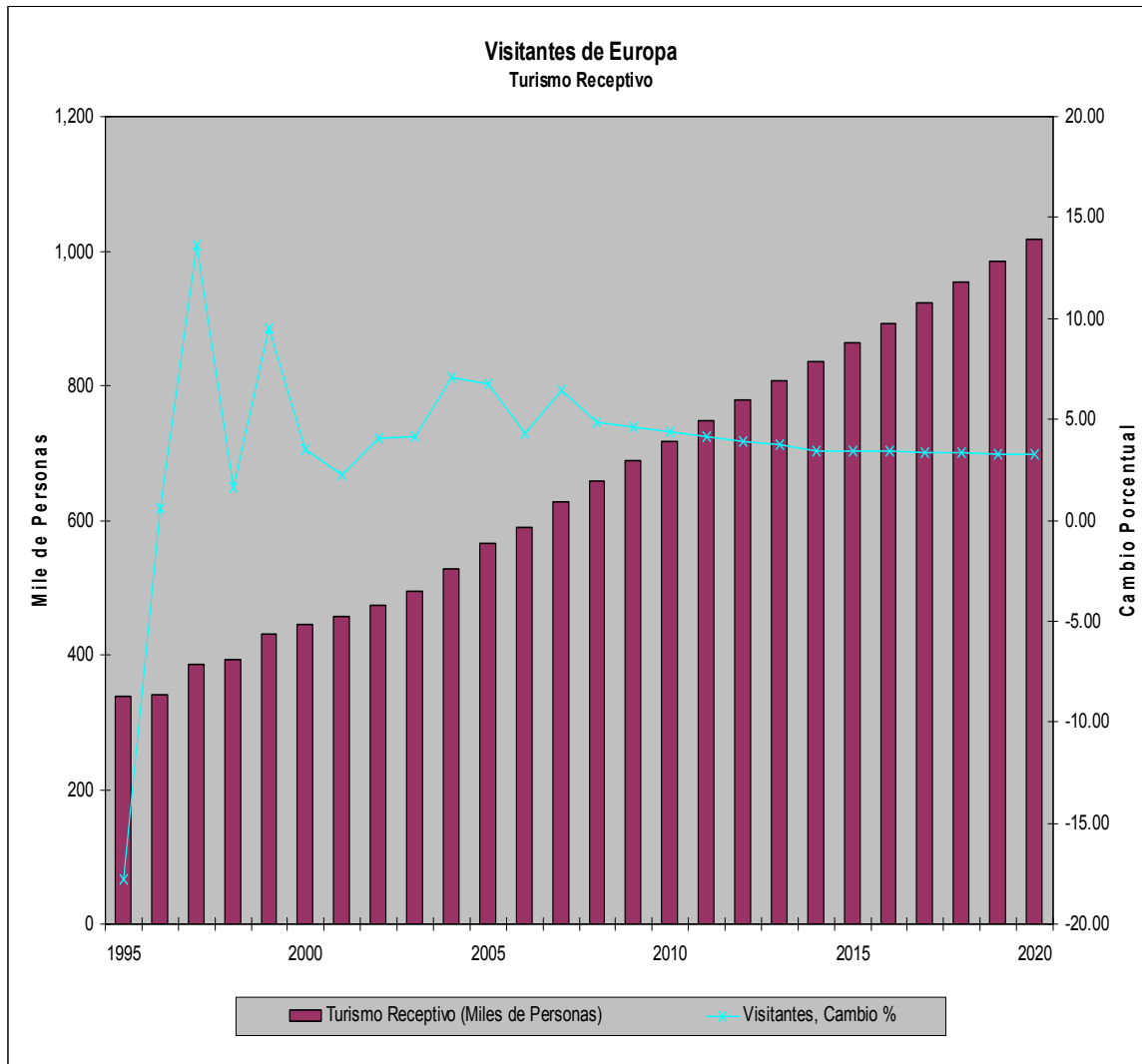


VISITANTES DE ESTADOS UNIDOS



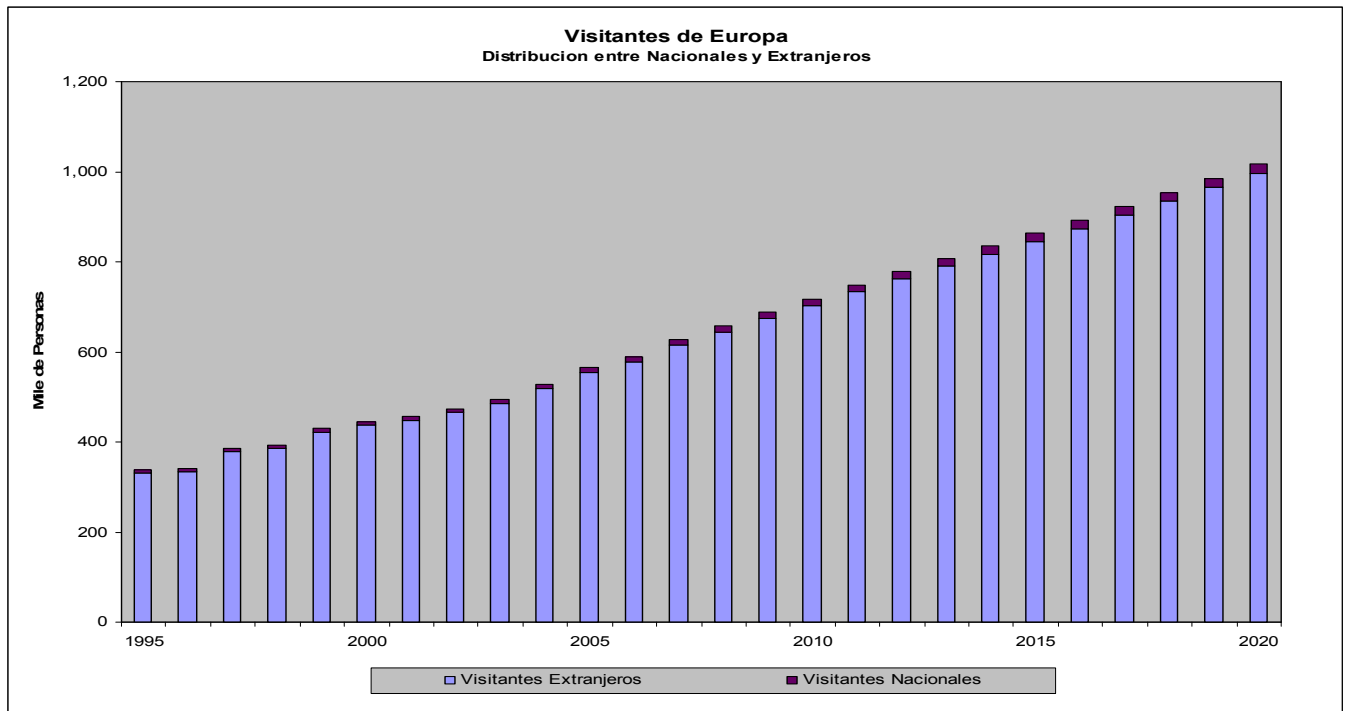
El Mercado europeo por ejemplo, crecerá a más de un tres por ciento después del año 2001. Claro que la base es demasiado pequeña para tener un impacto significativo en las llegadas y/o ingresos.

TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE EUROPA



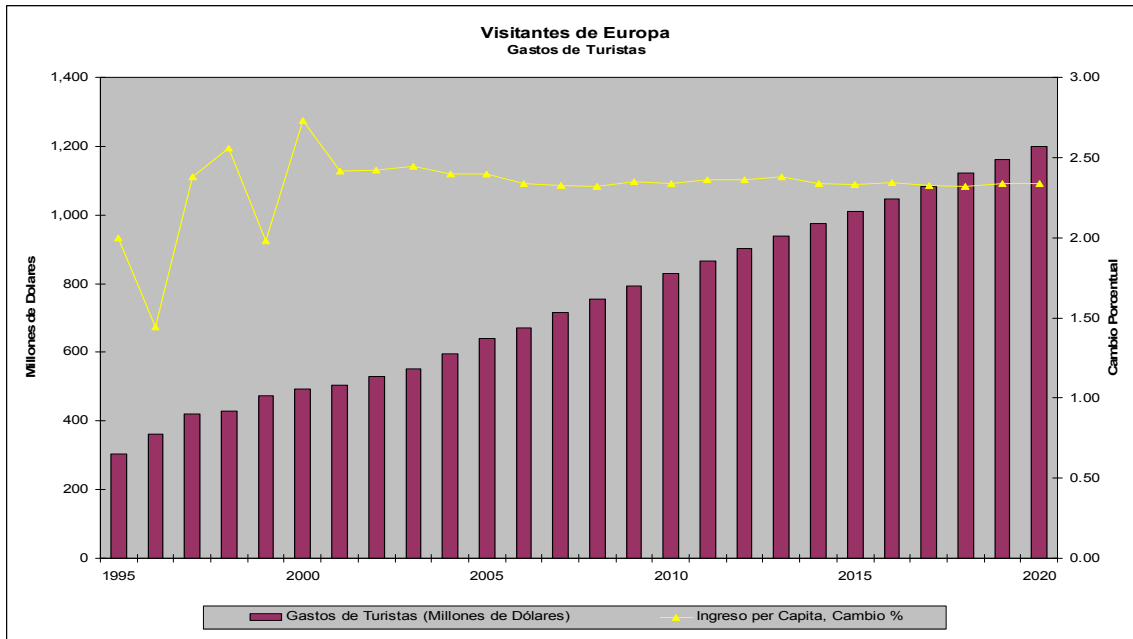
Como reflexión del poco número de Mexicanos en Europa, del alto costo relativo para viajar de Europa a México, la proporción de nacionales mexicanos que viajan a México de Europa es también estadísticamente insignificante.

VISITANTES DE EUROPA DISTRIBUCIÓN NACIONALES Y EXTRANJEROS



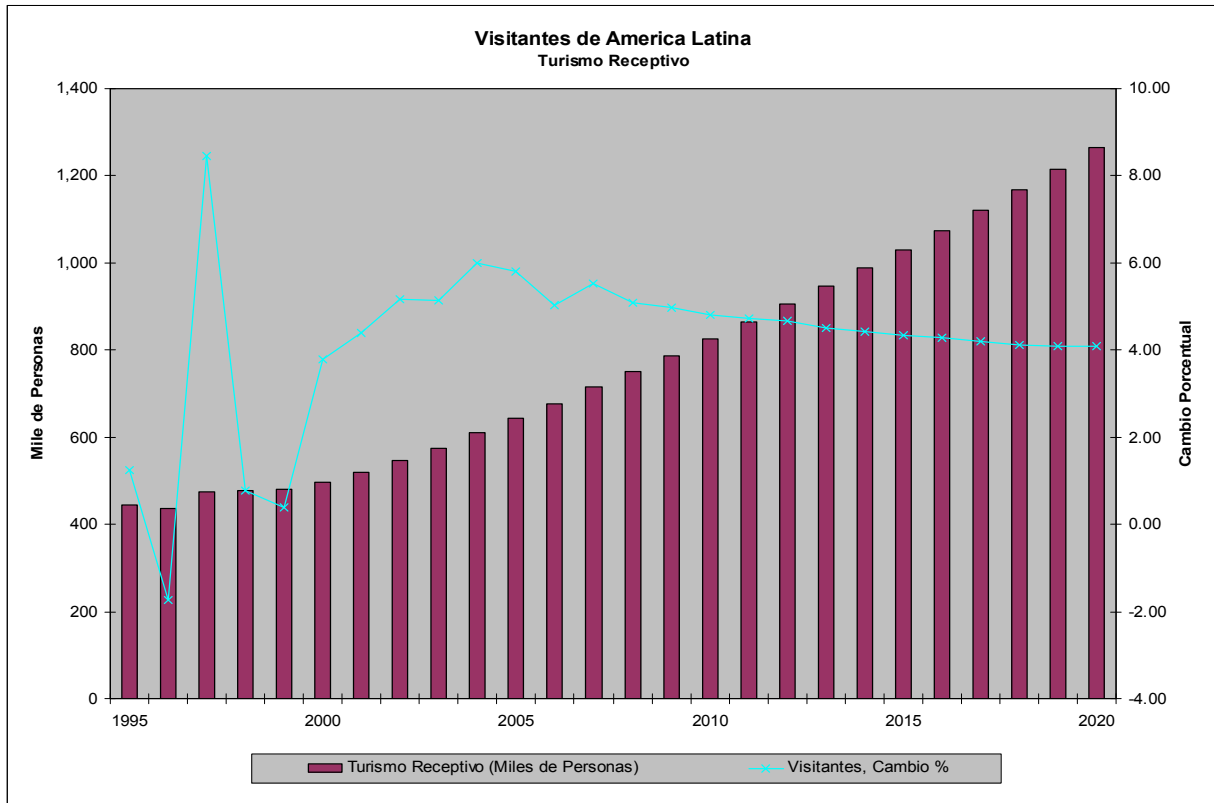
Los gastos de los visitantes europeos son característicos de un nivel de gasto medio más alto que el de los E.U.A. La tasa de crecimiento de gastos es también, mayor que la de los E.U.A., indicando que los viajeros del país del norte tienen patrones de viaje diferentes. En parte, el ingreso disponible puede ser más alto para los europeos que van a México, en parte, puede ser que el turismo del país del norte sea de características diferentes (más turismo de masas, menos tiempo de estadía, etc.).

GASTO POR TURISTA DE VISITANTES DE EUROPA



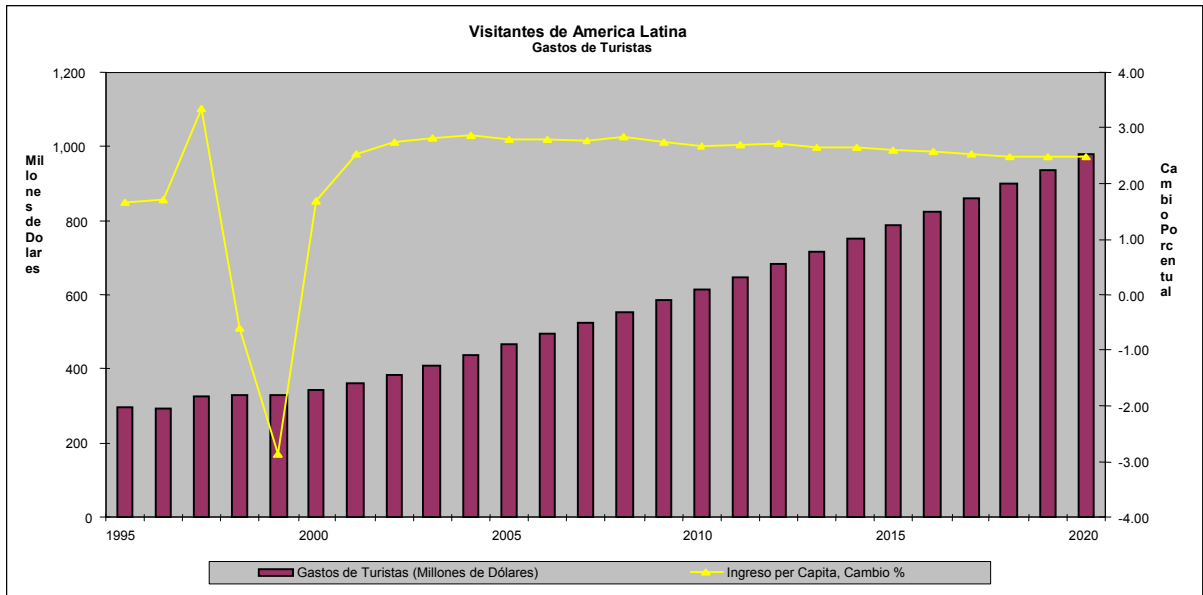
Los patrones migratorios indican la ausencia de Mexicanos en América Latina y por esta razón, las llegadas de América Latina a México se caracterizan por la casi ausencia de nacionales de México viajando de América Latina. Sin embargo, la tasa de crecimiento de llegadas de esta región a México, se espera que incrementen alrededor de un 4% anual durante la mayor parte de los próximos veinte años.

TURISMO RECEPTIVO PROCEDENTE DE AMÉRICA LATINA



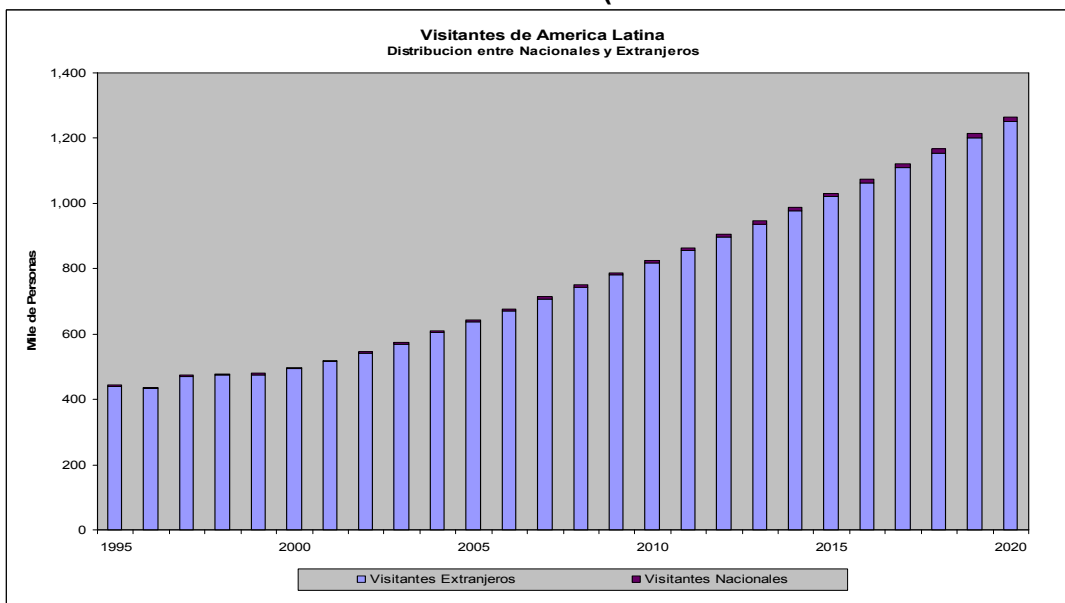
Los gastos de latinoamericanos se espera que incrementen, pero a niveles más bajos, indicando en parte, un poder adquisitivo menor que el de E.U.A. o Europa.

GASTO DE VISITANTES DE AMÉRICA LATINA



Los visitantes latinoamericanos a México incrementarán su pequeño volumen a tasas anuales mayores del 4% durante el periodo del 2001 al 2020.

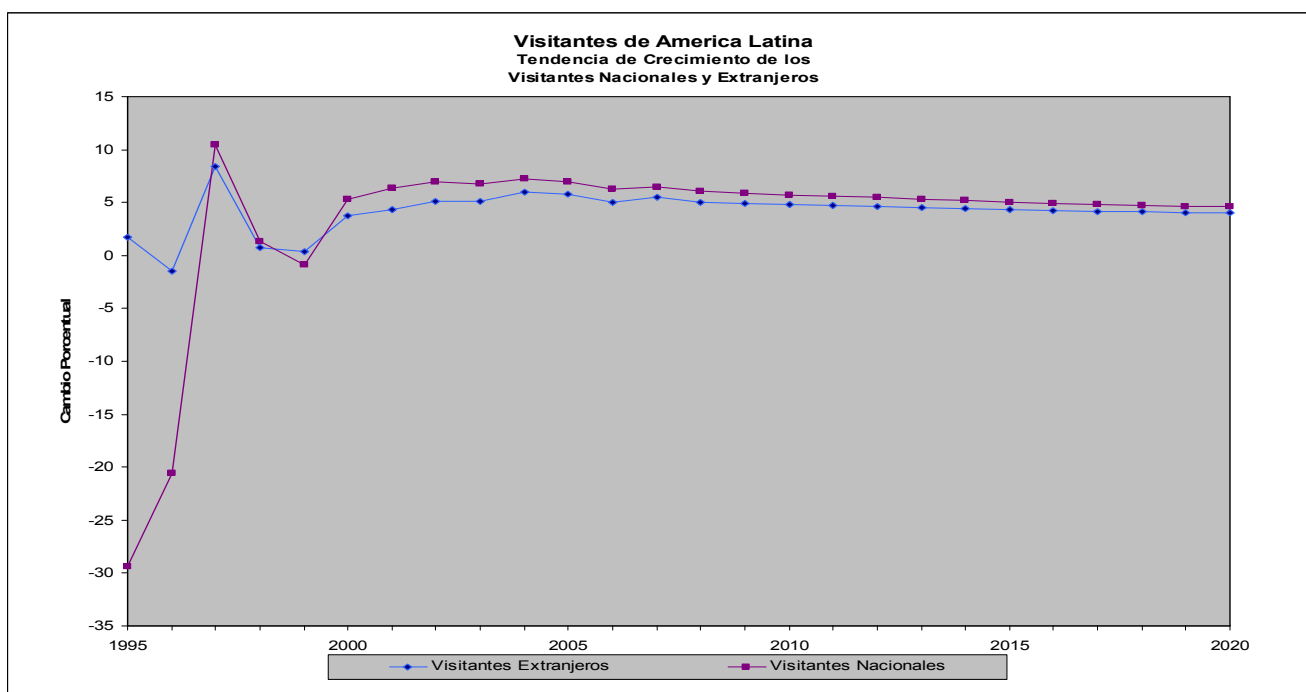
VISITANTES DE AMÉRICA LATINA (NACIONALES Y EXTRANJEROS)



Los visitantes latinoamericanos a México incrementarán sus gastos con tasas de crecimiento entre el 4.3% y el 7% anual durante los próximos 20 años. Sin embargo, como la base es tan pequeña, el impacto económico de los visitantes del resto de América Latina en México es casi insignificante estadísticamente.

Algo interesante, es la tendencia de los visitantes extranjeros y nacionales a México. El patrón es muy similar, dando campo a supuestos como el que la mayoría de los mexicanos en América Latina residen allá con familiares que no son ciudadanos mexicanos.

TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE AMERICA LATINA



1.4 Turismo Fronterizo

El turismo fronterizo se caracteriza por un gasto medio bajo. En 1999 el gasto medio de los 11 millones de turistas fronterizos fue \$54.80 por persona. Este gasto medio tiende a reducirse durante el periodo previsto, de tal forma que sólo llega a \$50.40 en el 2020 cuando 16 millones de personas cruzarán la frontera con fines turísticos.

1.5 Turismo de Excursionistas

El turismo de excursionistas se caracteriza por el alto volumen de llegadas pero el bajo nivel de gasto medio. En 1999, 2.6 millones de excursionistas llegaron en barco de crucero y 75 millones por la frontera. La proyección para el 2020 indica que llegarán 7.9 millones de pasajeros de cruceros y 119 millones por la frontera. El gasto medio por llegada es alrededor de \$23 dólares, cifra que no fluctuará mucho durante los próximos 20 años.

Cabe advertir que en este estudio se habla del número de llegadas turísticas no del número de personas que viajan con ese propósito. De manera que una persona puede hacer dos o más viajes y se contaría como dos o más personas haciendo un viaje (o llegada turística) cada persona.

1.6 Turismo Doméstico

Para el turismo doméstico, se usaron dos fuentes de datos. Una fuente es Redes y la otra es Sectur. Se incluyen ambos resultados porque los datos suministrados por Sectur dan un promedio de gasto que se considera demasiado optimista, y un número de turista-viajes que consideramos demasiado pesimista. Las encuestas de Redes y la de Sectur tienen una diferencia crítica. Por ejemplo, tomando 1999, de acuerdo con Redes, hubo 173 millones de viajes turísticos con un gasto de \$14,877 millones de dólares (para un gasto medio de alrededor de \$86 dólares por persona-viaje). Usando la encuesta de Sectur, en el mismo 1999, hubo 96.5 millones de viajes turísticos con un gasto de \$31,976 millones de dólares (para un gasto medio de \$331 US por persona-viaje).

Analizando los resultados del turismo doméstico usando los parámetros de la encuesta de Redes, se observa que durante el periodo de 1999 al 2020:

El turismo doméstico es económicamente, el más importante para México. Los gastos del turismo doméstico fluctúan entre el 69% y el 76.8% de los gastos totales del turismo (doméstico e internacional, o sea, entre \$14,800 millones en 1999 y \$46,500 millones en el 2020).

El turismo doméstico fluctúa entre 173 millones y 270 millones de llegadas (entre el 87% y el 89% respectivamente) de todas las llegadas turísticas en México.

La tendencia turística sugiere que el turismo doméstico continuará siendo el renglón más importante *ceteris paribus*. Sólo un cambio de política turística podrá

alterar esta previsión (ver la sección de escenarios donde se analizan algunas alternativas).

El gasto medio por viaje turístico-doméstico fluctúa entre \$85.9 dólares y \$172 dólares entre 1999 y el 2020.

Analizando los resultados, usando los parámetros proporcionados por Sectur para el mismo periodo, se observa:

El número de llegadas turísticas es de 96.5 millones en 1999 y llega a 150 millones en el 2020.

El gasto medio incrementa de \$331 por viaje en 1999, a \$663 en el 2020.

EL gasto total del turismo doméstico se triplica durante el periodo, aumentando de \$31,976 millones de dólares en 1999, a \$99,992 millones en el 2020.

1.7. Balanza de Pagos y PIB Turístico

El saldo del turismo en la cuenta corriente de la balanza de pagos tiene una dirección durante los próximos veinte años. Los visitantes internacionales a México incrementan sus gastos de \$6,177 millones de dólares en 1995 a \$17,109 millones de dólares en el 2020. Los visitantes de México al exterior aumentan sus gastos de \$3,179 millones de dólares a \$17,201. Como resultado, el impacto en la cuenta corriente de la balanza de pagos pasa de \$3,000 millones en el 95, a un déficit de 92.5 millones en el 2020. Cabe advertir que este es el escenario base *ceteres paribus*. Entre las razones por las cuales la tendencia de gastos se invierte podrían ser: La maduración del producto turístico mexicano, el desarrollo económico de México permitiendo a sus nacionales la facilidad de viajar al extranjero y la integración de la economía global.

PRONÓSTICOS DEL SALDO DE LA BALANZA DE PAGOS Y DEL PIB TURÍSTICO

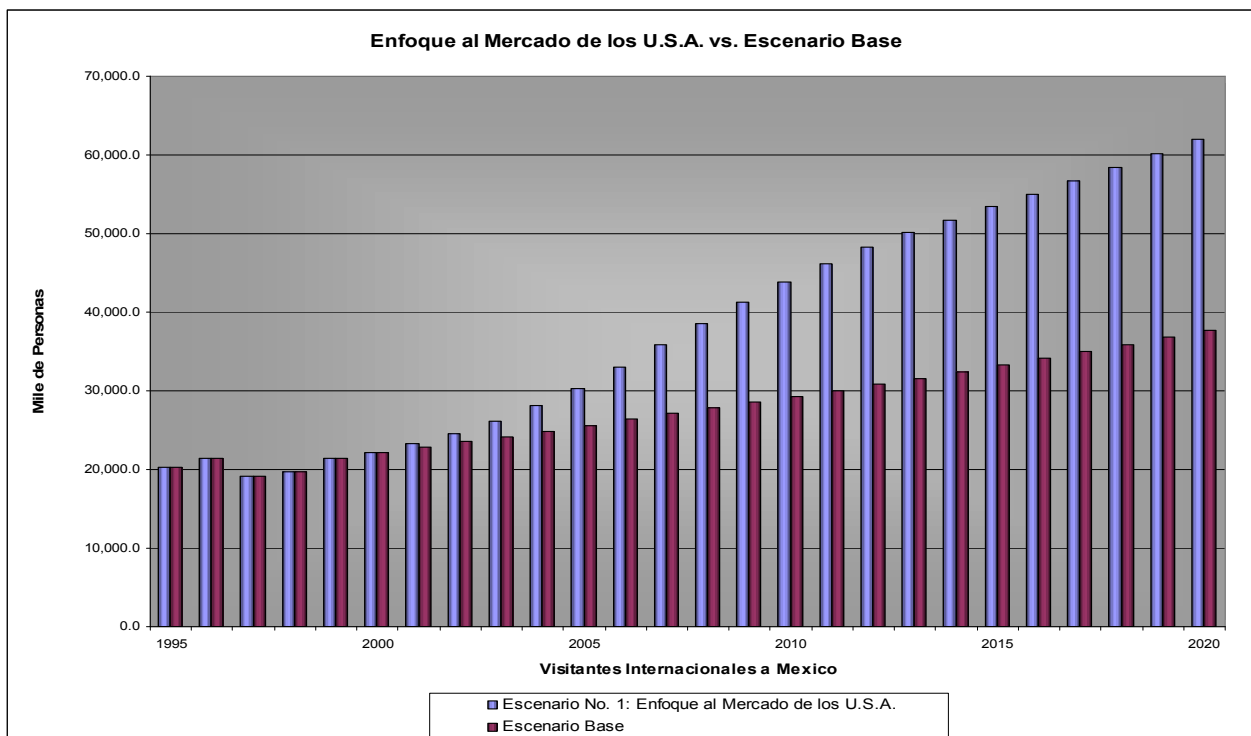
El análisis hecho para este reporte incluye la parte prospectiva mencionada en las páginas anteriores, y una serie de escenarios basados en supuestos cualitativos. Estos supuestos se cuantificaron para obtener una idea de las variaciones en llegadas, y gastos en comparación con el escenario base. La asignación de valores a los supuestos fue basada en la experiencia en asuntos turísticos del equipo de investigadores, y en diálogos con investigadores del tema. Uno de los escenarios, el de la inseguridad o inestabilidad social es respaldado por una advertencia publicada por el Departamento de Estado de los E.U.A. En ella, se describe la situación de inseguridad social en México y se advierte del peligro de robo y secuestro en México.

2. Escenarios Turísticos

2.1 Escenario Enfoque a los E.U.A.

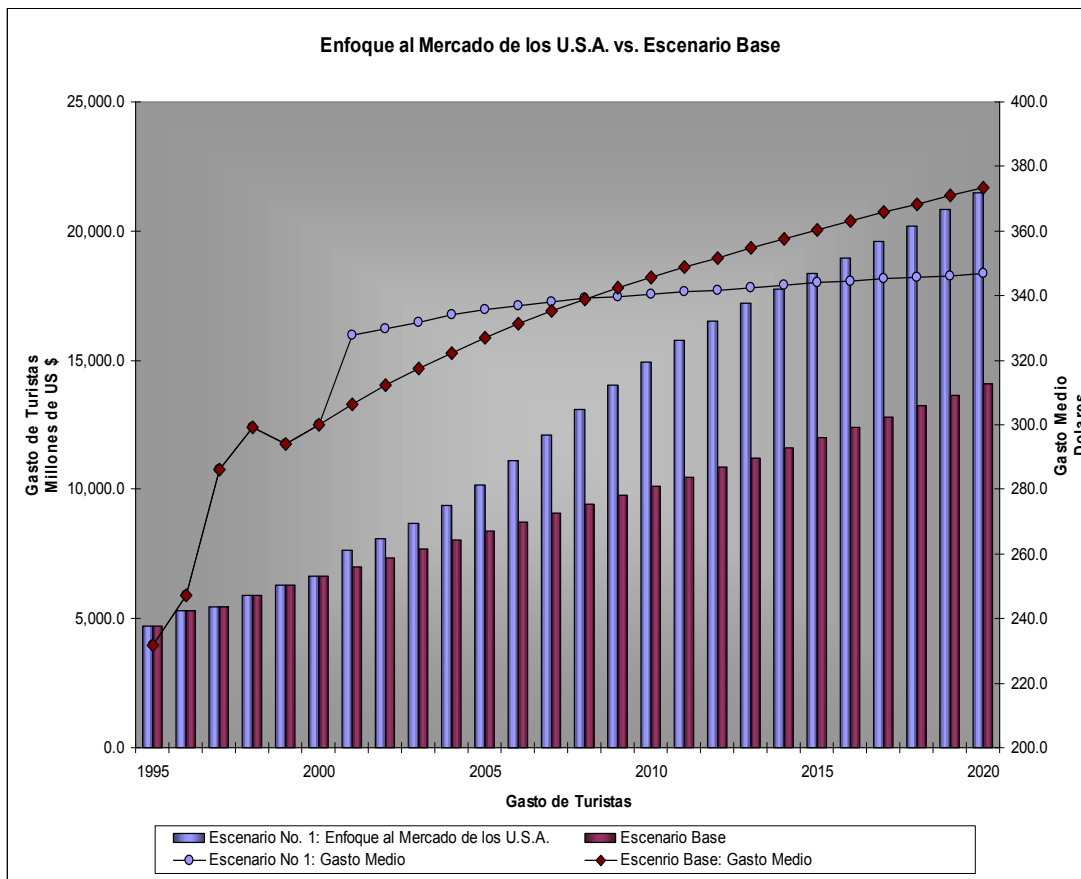
Esta estrategia requiere un enfoque a estados de los E.U.A. Comparando esta estrategia con el escenario base, se aprecia que después del año 2005, el incremento anual de llegadas se acelera hasta ser casi 50% mayor que el escenario base en el 2020.

ENFOQUE AL TURISMO DE LOS EUA



Algo interesante ocurre con relación al gasto medio. Adoptando la estrategia de enfoque a los E.U.A: resulta en un gasto medio inferior al escenario base .

ENFOQUE AL MERCADO DE LOS EUA VS. ESCENARIO BASE



A priori, el resultado es paradójico. Sin embargo, enfocando la estrategia hacia los E.U.A. podría resultar en incrementos de llegadas a México de tal magnitud, que las llegadas del turismo fronterizo podrían eclipsar al turismo receptivo. De tal forma que, entre más aumente el turismo fronterizo, más altos serán los ingresos por turismo, pero menor será el gasto medio (resultado del muy bajo gasto medio del turista fronterizo). En el gráfico se puede observar que en el año 2000, el gasto medio del escenario de enfoque es \$306 y el del escenario base \$300 dólares por persona. En el año 2020, el gasto medio del escenario de enfoque es de \$346 mientras que el de base es \$373. Pero, si nos enfocamos hacia el turismo receptivo, el gasto medio sería \$507 en el año 2000 y llegaría a \$645 en el 2020.

2.2 Análisis del Escenario de Enfoque a los E.U.A.

El crecimiento económico de los Estados Unidos continúa desafiando predicciones anuales. El reporte Global Development Finance publicado en Mayo, 2000 reconoce este hecho (p 9). El crecimiento económico sostenido continuará en el corto plazo y a pesar de la preocupación de muchos analistas, es probable que continúe, aunque a un ritmo un poco más lento y con altibajos temporales durante los próximos 20 años. La economía de los Estados Unidos lleva varios años con una tasa de desempleo baja, con incrementos significativos en ingresos disponibles, en la acumulación de riqueza por la bolsa de valores, un increíble nivel de confianza de los consumidores, e incrementos. Las mejoras en los niveles de productividad se convierten en un factor principal en el apoyo del crecimiento con tasas de inflación bajas manteniendo costos laborales bajo control.

La industria de alta tecnología y el sector servicio se han revolucionado. La tecnología alta es responsable, en gran parte, por incrementos en la productividad, inversión en equipo de capital y por el crecimiento del PIB en los últimos años. La globalización y la integración mundial se aceleran con el desmoronamiento del muro de Berlín. Un resultado de esta evolución es el crecimiento sostenido de los E.U.A. y el aumento en el nivel de confianza de los consumidores. La guerra fría se congela evitándose así los gastos nacionales para mantener un poder militar preventivo. Como resultado de la tranquilidad internacional y de la expansión económica impulsada por la productividad, del mercado turista egresivo, el 90% de los turistas que llegan a México son procedentes de los E.U.A. El 10% restante viene de Europa, América Latina, y el resto del mundo. Esta información es sorprendente, ya por otra parte este turismo viene de pocas regiones de los U.S.A. La mayor parte del mercado potencial de turistas norteamericanos no ha visitado a México. Si se considera el poder adquisitivo de la población del país del norte, la inversión en mercadeo y propaganda tiene un rendimiento potencial más grande y eficiente que en otros países o regiones del mundo.

El 60% de turistas de los E.U.A. a México reside en dos estados. El resto de los turistas a México reside en 4 o 5 estados más. El turismo a México del resto de los E.U.A. es insignificante. Así que el mercado más cercano (hay menos de cinco horas de vuelo de cualquier aeropuerto mayor a México) de gran poder adquisitivo está sin explotarse. Los E.U.A. tienen un potencial que justifica una política agresiva para crear la demanda turística con destino a México como se propone en este escenario.

La OMT pronostica una tasa anual de crecimiento modesta en la llegada de turistas internacionales a las Américas del 3.8% entre 1995 y el 2020 (Turismo

Panorama 2020 Nuevas Previsiones de la Organización Mundial del Turismo, Diciembre 1999). Cabe anotar que más del 75% de las llegadas en las Américas fueron intrarregionales en 1995 (Panorama, 1999). La perspectiva para el año 2020 es de un 62% de llegadas intrarregionales. A pesar de que las llegadas intrarregionales como proporción de las llegadas totales decrece, el valor absoluto aumentará. Redes opina en este estudio, que un enfoque a estados de los E.U.A. podría revertir la tendencia decreciente de las llegadas intrarregionales. Sin embargo, aunque no se revierta esta tendencia, México puede captar una proporción mucho mayor de las llegadas intrarregionales.

El éxito relativo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) asegura una integración económica aún mayor para México hacia el año 2020. El TLCAN consume el 89% de las exportaciones Mexicanas (Julio Faesler en México 2030 p. 240). Un resultado de una integración mayor podrá hacer que los residentes de los U.S.A. vean a México como una extensión de ese país (diferente a otros países Latinoamericanos con problemas políticos y/o sociales). Esto significa que el mercado potencial para el turismo receptivo Mexicano continuará siendo los U.S.A. durante los próximos 20 años. El enfoque selectivo a estados del país del norte se presenta como una estrategia de poco riesgo y con gran potencial.

Una prospectiva del TLCAN es su expansión hasta cubrir todo el continente Americano (Faesler, p. 243). Aún si se cumple esta visión, hay varias razones por las cuales un enfoque a estados del país del norte se justifique. Entre ellas:

- El hecho que la economía estadounidense produce el 20% del PIB mundial.
- El ingreso per-cápita de los EUA será alrededor del triple del mexicano.
- La población de los EUA. pasa de los 275 millones de personas (con el mercado de consumidores más grande del continente americano).

Este escenario implica un plan radical de ataque al mercado de los EUA. El presupuesto disponible para mercadeo y gastos de promoción se concentrarían en aquellos estados que cumplen con los siguientes requisitos:

Tienen una tasa de crecimiento económico prospectivo más alta durante el periodo (se hará una clasificación de los pronósticos de los estados en orden descendiente).

Son estados nuevos para el mercado mexicano. Se escogerán estados que actualmente no son parte del turismo egresivo a México.

Son estados que tienen potencial para el mercado egresivo (a pesar de poder tener un crecimiento económico muy rápido, Hawaii y Alaska no tienen potencial a priori).

El escenario en el cual se desarrolla un plan maestro para crear la demanda del turismo a México en otros estados requiere varias consideraciones:

La selección de los estados con más potencial turístico para México limitada a 5 estados con el fin de implantar un plan de 2 años intensivos de propaganda. Seleccionando más de cinco estados diluiría los recursos disminuyendo el impacto del programa.

Los pronósticos claves para la selección de estados deben incluir: crecimiento económico, producción, tasa de desempleo y análisis económico, incluyendo comentarios de análisis demográficos y de consumo.

Se estima que se debe obtener información de unos diez estados para evaluarlos y decidir en orden de prioridad cuál será su crecimiento económico durante el periodo del enfoque.

Información estadística de inmigración de los puertos de entrada a México se debe procesar para ir construyendo bancos de datos que permitirán evaluar el éxito del proyecto (información pre y post programa de enfoque a los estados de EUA).

La seguridad personal del turista debe comenzar por hoteles, y lugares públicos.

Luego de seleccionar los estados de enfoque. El plan debe asegurar que se obtengan estadísticas para evaluar el rendimiento del programa.

A medida que un estado “nuevo” llegue a un nivel de generación de turistas (punto de graduación), la prioridad de enfoque se puede reducir, añadiendo otros estados y relegando los estados “graduados” a un enfoque menor.

Al grupo de estados seleccionados en orden de prioridad de acuerdo con su crecimiento económico proyectado, se pueden ir añadiendo otros estados en cualquier momento durante el periodo del plan. De tal forma que el plan de enfoque sea un enfoque dinámico. Conviene aquí sugerir que se nombre un comité ejecutivo con poder de decisión para cambiar el enfoque de un estado a otro u otros.

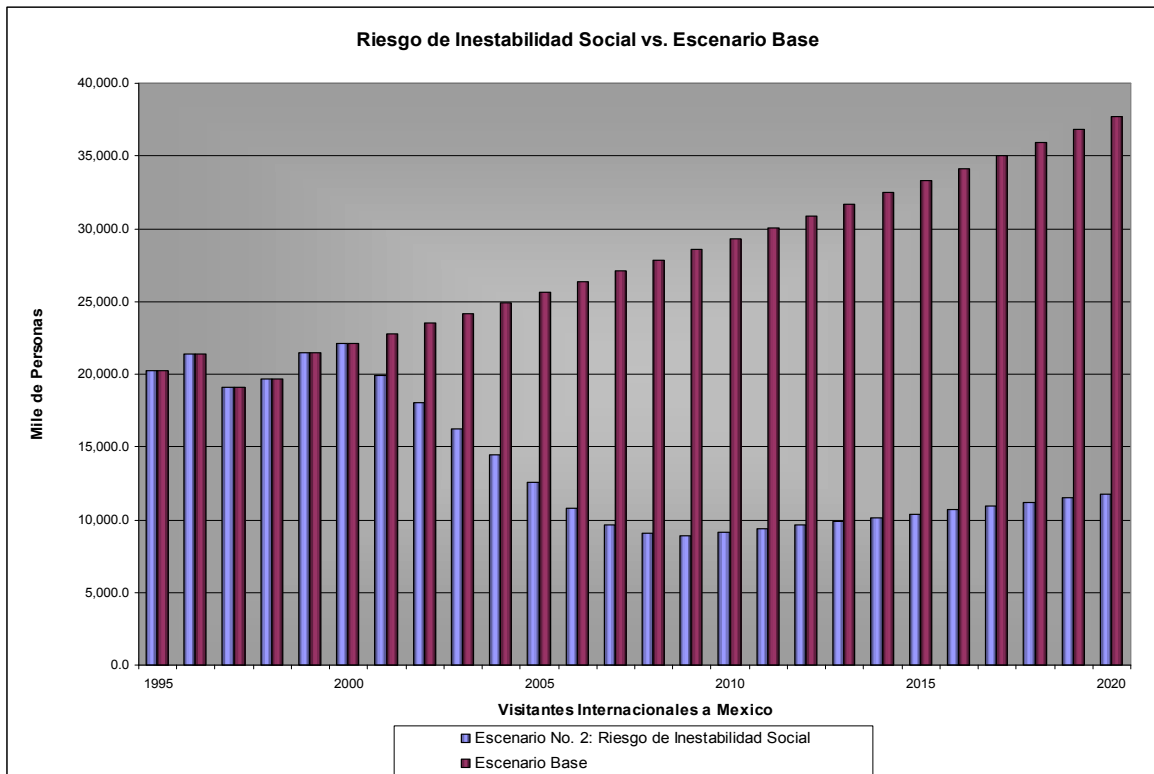
El plan de acción continuará hasta cuando el mercado madure y el rendimiento marginal disminuya. Esto implica un plan que puede fácilmente durar de 15 a 20 años.

Este enfoque produciría resultados que, a priori, parecen ser inconsistentes cuando se compara el escenario base con el del enfoque a los EUA. El gasto medio de escenario de enfoque a los EUA resulta menor que el gasto medio del escenario base. Como se puede apreciar en la gráfica adjunta, el gasto medio de turistas procedentes de los Estados Unidos aumentará de \$500 dólares en el año 2000 a \$645 en el 2020, mientras que el gasto medio del turismo fronterizo aumentará de \$54.80 a \$60 durante el mismo periodo. El número de llegadas del turismo fronterizo aumentan de 11.1 millón en el 2000 a 32.9 millones en el 2020, mientras que el número de llegadas al interior de México de 11 millones en el 2000 a 29 millones en el 2020. Una consecuencia de este crecimiento es un gasto medio decreciente. Esto no quiere decir que el gasto total no crezca. En realidad, el gasto total de turistas al interior aumentará (si se toma este enfoque) de 4,900 millones de dólares en el 2000 a 16,800 millones en el 2020. Durante el mismo periodo, gastos totales del turismo fronterizo aumentarán de \$609 millones a 1,978 millones de dólares.

2.3. Escenario Crisis e Inestabilidad

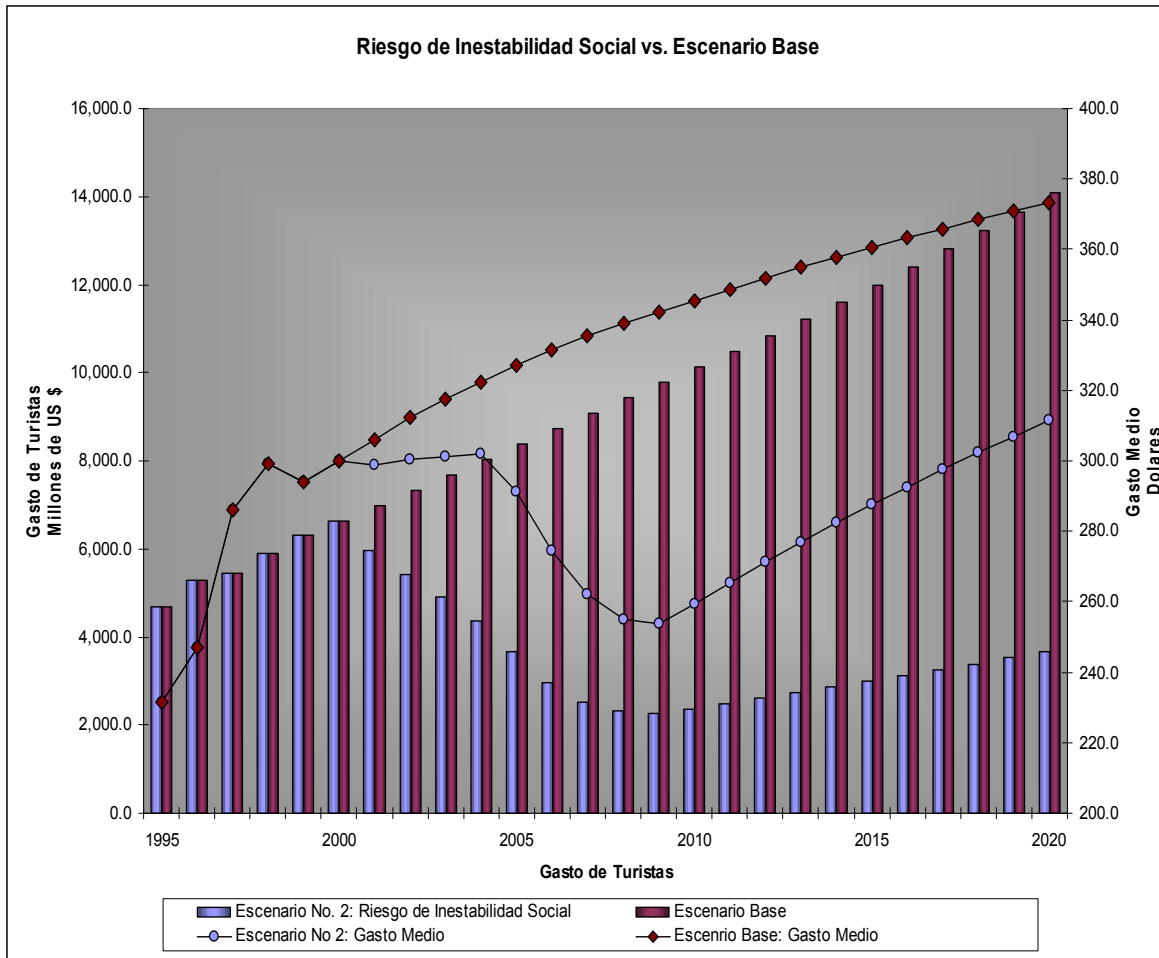
Este escenario se creó teniendo en cuenta que la estabilidad política y social, y la seguridad individual son indispensables para el desarrollo y mantenimiento del sector turismo. Los reportes de prensa y hoy en día el acceso a Internet hacen diseminar información que puede ser catastrófica para el turismo receptivo de México. Este escenario contiene un elemento de seguridad interna que puede, y debe ser controlada por México y otro elemento de inseguridad causada por eventos internacionales, en especial por la política anti-drogas de los EUA.

INESTABILIDAD Y CRISIS



Este escenario tiene consecuencias graves no sólo para el turismo a México, pero también para la economía del país. Si este escenario se convierte en realidad (o pesadilla), el impacto será de tal magnitud que en el año 2020 la expectativa sería de unos 11.7 millones de visitantes internacionales (comparados con el escenario base de más de 37 millones en el mismo año). La caída de visitantes internacionales comenzaría en el 2001 y continuaría decreciendo hasta el 2009 cuando se toca fondo y menos de 9 millones de visitantes llegarían a México. El turismo en este escenario no se recuperaría dentro del periodo de análisis un máximo de 11 millones de visitantes irían a México en el 2020, este número es menos de la tercera parte de los 37.7 millones previstos en el escenario base.

RIESGO DE INESTABILIDAD SOCIAL VS. ESCENARIO BASE



El gasto medio en este escenario, rebaja a un mínimo de \$254 en el 2009 y logra recuperarse un poco terminando el 2020 a un nivel de \$311 regresando así al nivel del año 2001 cuando el gasto medio esperado es de \$312. Sin embargo combinando gasto medio más bajo con la rebaja de visitantes internacionales, los ingresos esperados serían menos de la tercera parte del escenario base.

2.4 Análisis del Escenario de Inestabilidad y Crisis

En la sección Algunas Tendencias Nacionales del capítulo FUTUROS DEL TURISMO, se mencionan algunas de las tendencias de la sociedad Mexicana que, de no corregirse, podrían crear inseguridad interna e incertidumbre en el ámbito

internacional afectando tanto el turismo receptivo como el doméstico. Entre los puntos mencionados, cabe recalcar:

La población Mexicana llegará a entre 130 y 150 millones en el año 2030. Este crecimiento de la población requiere crear alrededor de un millón de empleos nuevos cada año (paginas 13 –14 y 17).

Cerca del 80% de los egresos totales de los hogares del país corresponden al 20% más rico de la población. Se estima que existen 40 millones de pobres y 15 millones en pobreza extrema. La clase media se ha contraído debilitando el mercado interno (pagina 16).

La inseguridad y el crimen organizado han crecido de manera importante en años recientes. El primero en parte por la difícil situación económica de mucha de la población del país y en parte por la incapacidad y corrupción del sistema judicial, que derivan en un alto grado de impunidad. El segundo, en particular la infiltración del narcotráfico en las esferas del poder, difícil de documentar salvo por los casos más notables, por la importancia del mercado al que sirve (pagina 20).

La preocupación por la seguridad personal se ha notado en anécdotas obtenidas directamente por investigadores de este proyecto. Entre ellas, personas de la clase alta rehusan asistir a eventos nocturnos por temor. La policía, sobre todo en áreas turísticas (Zona Rosa) no se percibe como una fuente de apoyo. Se menciona que la policía ha impuesto multas arbitrarias y pagables (en horas) a ellos mismos y en el mismo lugar reteniendo personas y/o autos durante el periodo de gracia esperando el pago.

La seguridad interna también será afectada por los focos guerrilleros en diferentes secciones del país. La impunidad y proliferación de grupos diferentes tendrá dos consecuencias, una es la amenaza a las instituciones sociopolíticas que definen el propósito y la existencia misma del grupo guerrillero. La otra consecuencia, es el conflicto casi inevitable entre grupos guerrilleros compitiendo por hegemonía o por recursos militares o financieros.

La guerrilla podría aliarse con los narcotraficantes y establecer áreas de control (para secuestros, cobrar “impuestos” y “contribuciones” monetarias para financiar actividades).

La falta de un sistema policial de confianza dará paso a la creación de grupos paramilitares. El primer paso de este proceso ya esta en marcha. Personas de la clase media a la alta, ya contratan choferes con fines de protección, guardaespaldas, carros blindados y equipos protección personal son contratados por personas de un nivel económico más alto, Dentro de este modelo, se

agruparán recursos (guardaespaldas) para obtener mayor protección. Este es un comienzo de la carrera contra la inseguridad social que engendra los grupos paramilitares. Como se puede observar, parte de este proceso ya ocurre en México.

Complicando la confrontación de los grupos guerrilleros entre ellos mismos, entre ellos y las fuerzas militares del gobierno, y entre la guerrilla y los grupos paramilitares, está el crecimiento de grupos criminales sin fin político o social pero con fin de lucro. Ya han ocurrido casos de criminales con fin de lucro a cualquier costo (cortando orejas, etc.) que no se detienen ante nada para obtener pago del rescate. La proliferación de niños ambulantes, viviendo en parques sin padres, madres o supervisión alguna, son candidatos a participar o formar parte del crimen sin fin político.

También otro grupo de bajo ingreso económico que podría crear una reputación terrible en ciertas áreas turísticas son vendedores de souvenirs, artesanías y proveedores de servicios como paseos en bote, peinados especiales, etc. Estos grupos pueden (si no existen normas y legislación) acosar a los turistas domésticos e internacionales creando situaciones incómodas para las víctimas.

Grupos de comerciantes pueden ser anexados políticamente por el movimiento sindical para obtener poder de negociación con las instituciones políticas y privadas. Las huelgas esporádicas pueden convertirse en huelgas paralizadoras creando problemas para los turistas domésticos e internacionales. El impacto de huelgas en áreas turísticas puede ser muy costoso para los viajeros y para el turismo mexicano.

Los E.U.A. pueden presionar a México para combatir el tráfico de la cocaína, heroína, etc. Intentos para enviar mexicanos acusados del tráfico en drogas a los E.U.A. podrían causar el comienzo de una guerra del Estado contra los "narcos." Los narcos usarían recursos financieros para crear y proteger sus intereses. Como efecto, habría un aumento significativo de asesinatos, petardos, secuestros, etc. Cooperación entre la policía y/o el ejército y los narcos crearían una reputación de anarquía que afectaría el turismo por muchos años.

Ya en algunos círculos se habla de la "Colombianización" de la sociedad mexicana donde se le pierde la confianza al poder del gobierno para mantener el contrato social de comportamiento (con focos de anarquía) en diferentes regiones.

La percepción de inseguridad personal en México ya se rumora en algunos ámbitos internacionales. Los secuestros y asaltos cometidos en la ciudad de México ya han comenzado a aparecer en las publicaciones fuera del país. Los hoteles aconsejan a los huéspedes a no tomar taxis, o salir de noche. En resumen, esta situación puede adquirir "masa crítica" o puede haber un catalizador

(una serie de dos o tres crímenes, que atraigan la atención de la prensa internacional) y el impacto al sector turismo puede fácilmente durar más de 5 años.

El problema de la seguridad en México ya pasó de algo incipiente a un asunto de preocupación gubernamental internacional. Se anexa un fragmento (en inglés) de una sección tomada de la página de Internet del Departamento de Estado de los EUA. En ella se analiza la situación y los peligros que pueden encontrar los turistas internacionales en México. Se debe mencionar que esta página es accesada por turistas potenciales alrededor del mundo. Así que el impacto de esta clase de información no debe descartarse.

Basados en este escenario, en el año 2002, un total de 5.428.000 personas cambiarían sus planes de viaje para evitar llegar a México. De continuar este escenario durante los próximos 20 años, solo 11,782,300 personas visitarían a México en el 2020. Este escenario es un extremo que bien puede ocurrir. Sin embargo, parte de este escenario ya se vive en México. Habrá un costo alto para corregir la inseguridad social actual, pero el costo de no hacerlo se encarece cada día un poco más. Al final, el costo para el país será mucho más alto si no se ataca esta situación.

Un ejemplo de esto es la información que distribuye el Departamento de Estado en su sitio de internet::

CRIME INFORMATION: Crime in México continues at high levels, and it is increasingly violent, especially in México City, Tijuana and Ciudad Juárez. Low apprehension and conviction rates of criminals contribute to the high crime rate. Other metropolitan areas have lower, but still serious levels of crime. Travelers should leave valuables and irreplaceable items in a safe place, or not bring them at all. All visitors are encouraged to make use of hotel safes when available, avoid wearing obviously expensive jewelry or designer clothing, and carry only the cash or credit cards that will be needed on each outing. Travelers are discouraged from bringing very large amounts of cash into México because officials may suspect money laundering or other criminal activity. Any U.S. citizen victims of crime in México are encouraged to report the incident to the nearest police headquarters and to the nearest U.S. consular office.*

* home page at <http://travel.state.gov>.

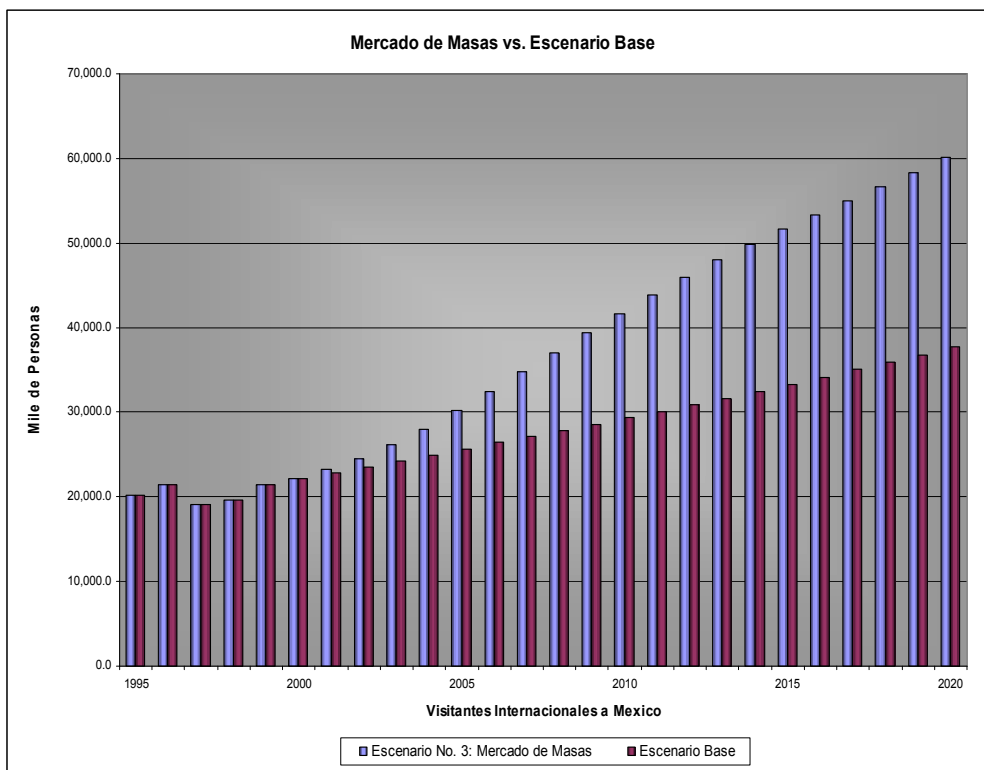
2.5. Escenario Enfoque al Mercado de Masas

Este escenario se enfoca a presentar a México como lugar de los destinos llamados Mar, Sol y Arena. La idea es atraer grupos de nivel económico de la clase media y clase media baja.

El producto se hace disponible para mayor cantidad de consumidores sobre todo de los E.U.A. la idea de turismo de nichos, ecoturismo, turismo de larga estadía se evita. El mercado de esta opción está compuesto por jóvenes celebrando grados de secundaria, los estudiantes universitarios celebrando vacaciones de primavera o de pascua, y los “beer belly” (clase media baja, trabajadores de poco ingreso).

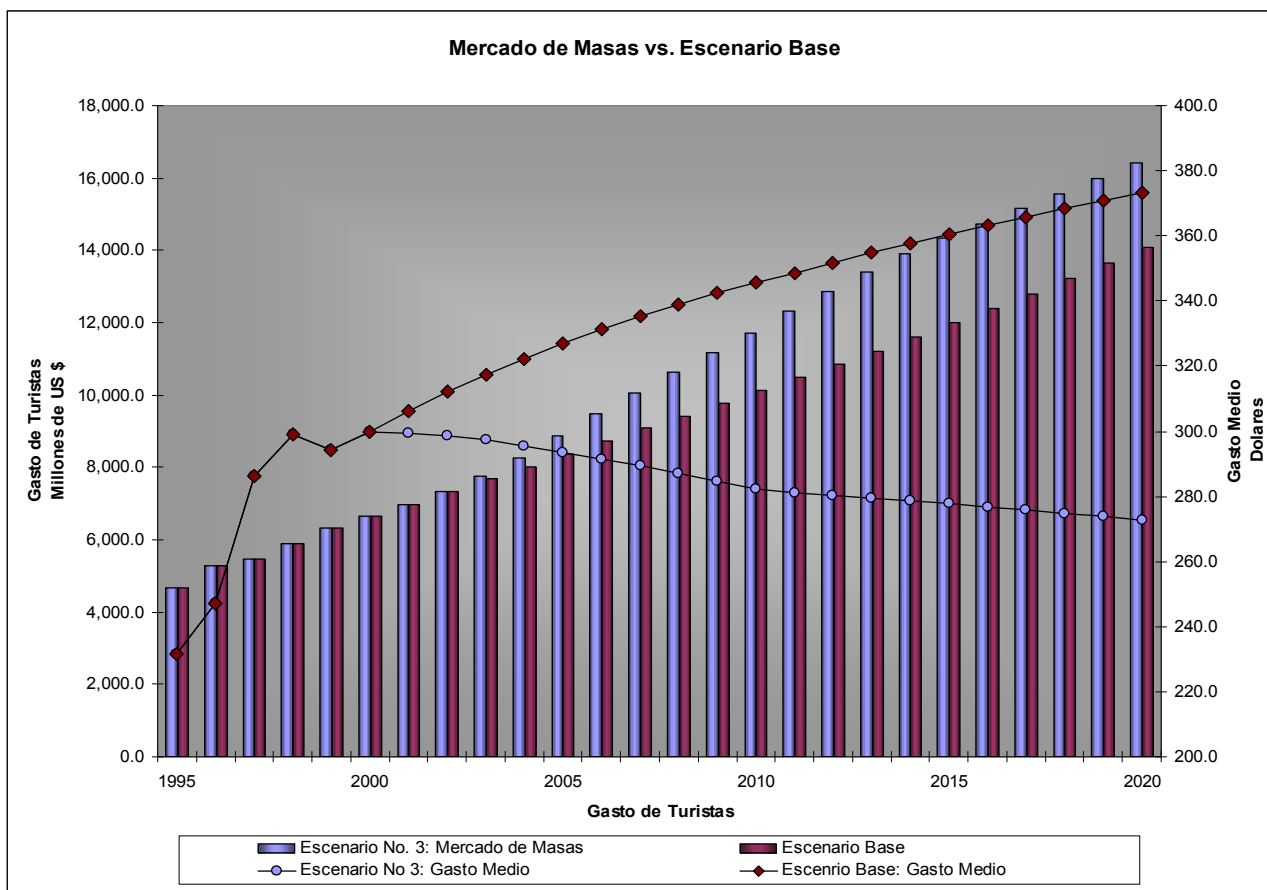
En este escenario, el año 2001 sería el inicio de la estrategia, así que los resultados comenzarían en el 2002. La invasión de visitantes internacionales comienza a acelerarse y la expectativa para el año 2020 llega a 60 millones de visitantes, cifra casi el doble de los 37 millones esperados en el escenario base.

ENFOQUE AL TURISMO DE MASAS



A pesar del volumen, el impacto de esta invasión (sin mencionar problemas de sustentabilidad, costo ecológico, costo cultural y de identidad nacional) no se refleja en incrementos de gasto medio. Dadas las clases económicas escogidas (por definición de masas) para esta estrategia, el gasto medio sería mucho más bajo que el escenario base. En el año 2000, el gasto medio sería idéntico, \$300 en el escenario base y en el de mercado de masas.

MERCADO DE MASAS VS. ESCENARIO BASE



Sin embargo, el mayor volumen de visitantes (60 millones en el 2020) hace que los ingresos por gastos de turistas sean \$16.4 mil millones de dólares en el 2020 comparados con \$14 mil millones en el escenario base. Hay que tener en cuenta, que para lograr este aumento en ingresos en el 2020, deberían llegar 23 millones de visitantes más que en el escenario base.

2.6 Análisis del Escenario de Masas

Dada la cercanía de varios estados y el gran porcentaje de población. El mayor impacto de este escenario sería en el turismo fronterizo.

Aunque el turismo de masa implica cantidad y precios bajos, los ingresos por esta clase de turismo pueden aumentar aunque los gastos per capita rebajen un poco.

Para que el enfoque al mercado de masas sea efectivo, las actividades y la infraestructura turística deben incluir el tipo de vacaciones que esta clase de consumidor aprecia. Por ejemplo, casinos con apuestas bajas, máquinas tragamonedas, almacenes para la venta de licores sin impuestos, bares alrededor de áreas turísticas y de hoteles, albercas con bares o al lado o en medio.

Transporte y transferencias del aeropuerto al hotel y viceversa se podrían hacer sin costo al cliente. Una sobrecarga en la tarifa diaria del hotel podría financiar este plan.

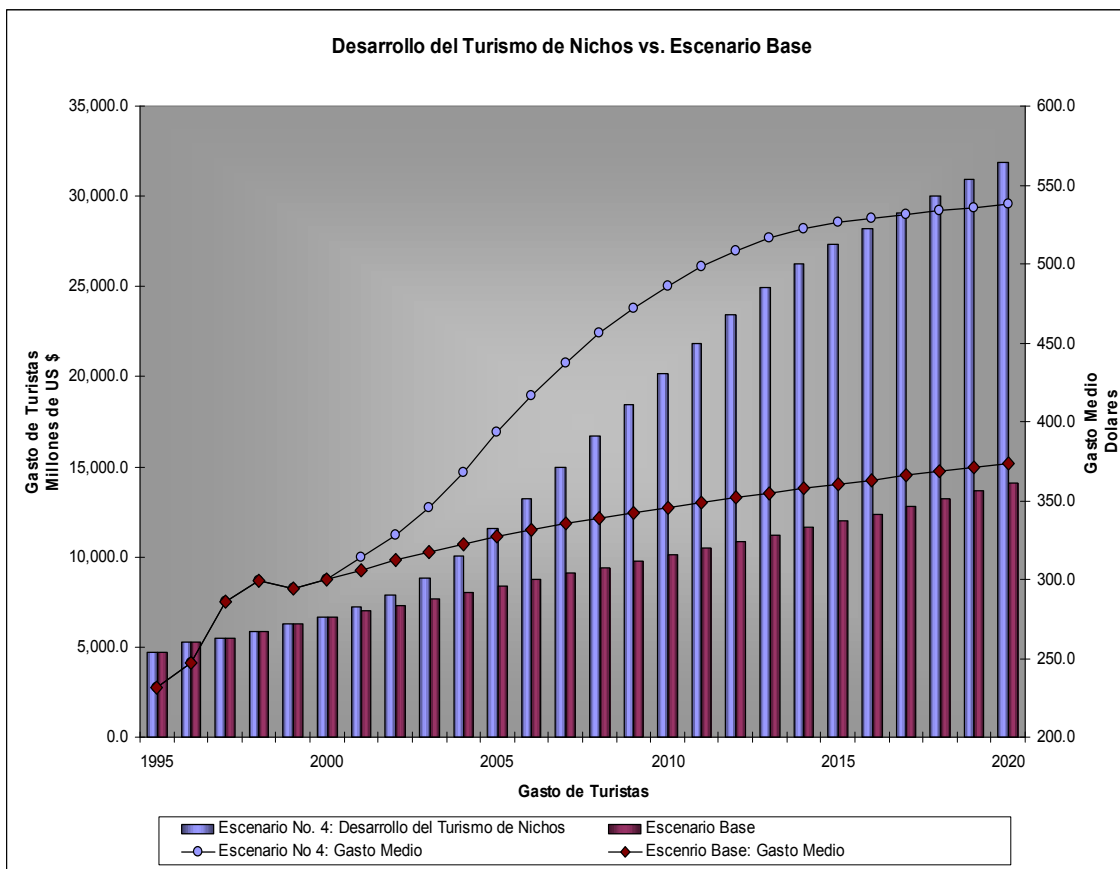
2.7. Escenario Enfoque al Mercado de Nichos Turísticos

Este escenario se enfoca a mercadear la diversidad topográfica, del medio ambiente, ecológica, antropológica y cultural de México. A pesar de dar un buen rendimiento en cuestión de ingresos, el mercado de nichos es frágil y requiere bastante inversión en capital humano, infraestructura y apoyo a cada nicho por separado. Economías de escala pueden no existir dentro de este escenario. Cada nicho puede ser muy delicado requiriendo costos de atención al turista más altos que en cualquier otro escenario.

Aún con los costos requeridos, el potencial turístico es inmenso. Abrazando esta estrategia, en el año 2020 llegarían 22 millones más de visitantes a México para un total de 59 millones (comparado con los 37 millones del escenario base).

El turismo de nichos comenzaría a dar frutos a partir de un año del comienzo de enfoque. En este reporte se supone que el enfoque se inicia en la temporada del 2000 al 2001. Sin embargo, las expectativas serían semejantes si se comienza en el 2001 o 2002. El gasto medio del visitante de nicho llegaría a \$538 dólares en el 2020 comparado con \$373 en el escenario base. El total de ingresos por este enfoque sería de \$31.9 mil millones de dólares comparados con los \$14 mil millones de dólares del escenario base.

ENFOQUE AL TURISMO DE NICHOS



2.8 Análisis del Escenario de Nichos

A pesar de estar más cerca del mercado emisor de los E.U.A. que Costa Rica, Belice, y otros destinos de nichos, México no ha explotado áreas de gran crecimiento turístico, entre ellas:

- Alpinismo, los volcanes y las montañas de México se prestan para establecer este nicho. No sería un rubro tan importante al sector como Nepal donde alpinistas pagan hasta \$60,000 dólares por escalar una montaña. Sin embargo, este nicho daría participación a la gente local compartiendo así los beneficios del turismo.

Ecoturismo, es otra área en la cual México tiene los recursos naturales pero no se han explotado.

Parques submarinos. Como parte del mar del Caribe y del Golfo de México, hay arrecifes que poseen la belleza natural para atraer buceadores de todo el mundo. La falta de mercadeo, y de alguna infraestructura (carreteras, acceso, o rampas para botes) hacen que estos recursos no se exploten.

Turismo Cultural/arqueológico. La riqueza cultural que posee México la tienen pocos países alrededor del mundo. Aunque hay áreas arqueológicas, este nicho se ha abandonado. Áreas de ruinas prehispánicas se han convertido en mercados de gente local, pero el daño ecológico al área no es considerado, ni se preserva el carácter de las ruinas.

Áreas del Pacífico pueden ser consideradas para deportes acuáticos como "surfing". Áreas del Atlántico pueden servir para regatas internacionales.

Posadas históricas, usando mansiones antiguas para dar la experiencia de vivir en otras épocas (ejemplo de las posadas de Portugal donde monasterios abandonados se han reconstruido y convertido en hoteles).

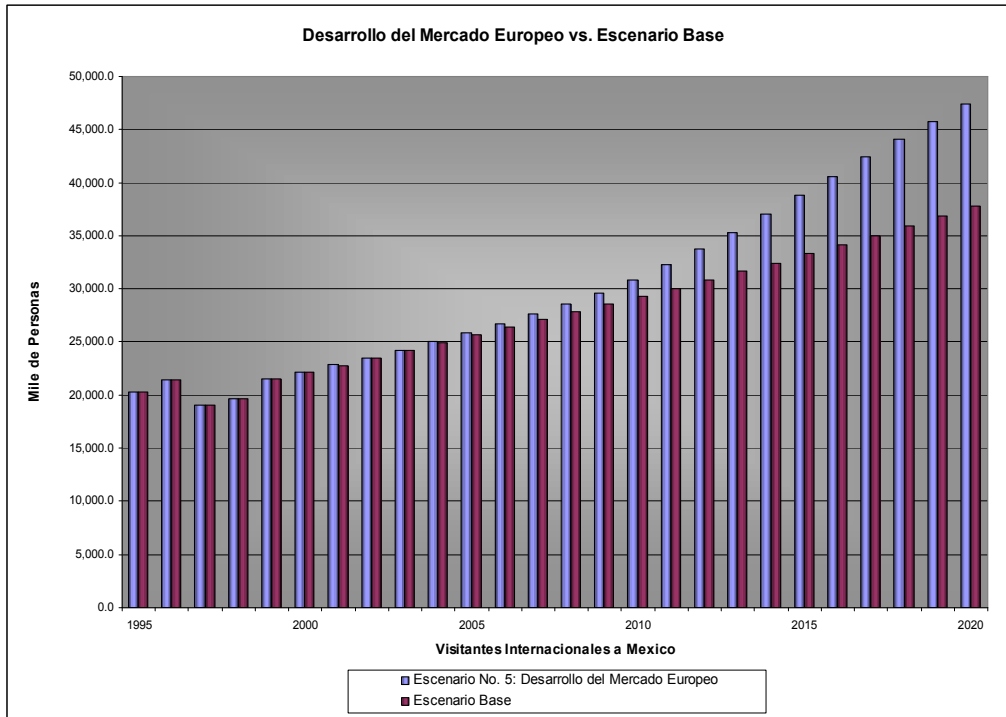
El turismo de nichos todavía está en su infancia. Pero, el cambio demográfico mundial tendrá más y más grupos de gente que no irá al turismo de playa. Estos nichos pueden complementar ese turismo.

El año 2020 será aún más fuerte en cuestión de turismo de nicho. El auge de esta clase de turismo, a nivel mundial, beneficiaría a México. Un total de 59 millones de personas llegarían a México a practicar el turismo de nicho.

2.9. Escenario Enfoque al Mercado Europeo

El mercado emisor europeo es poco significativo para México. Los europeos viajan en números importantes a países del Caribe incluyendo algunos de habla hispana como la República Dominicana. El mercado europeo por lo general tiene estadías más largas que el norteamericano y además, el gasto medio tiende a ser más alto.

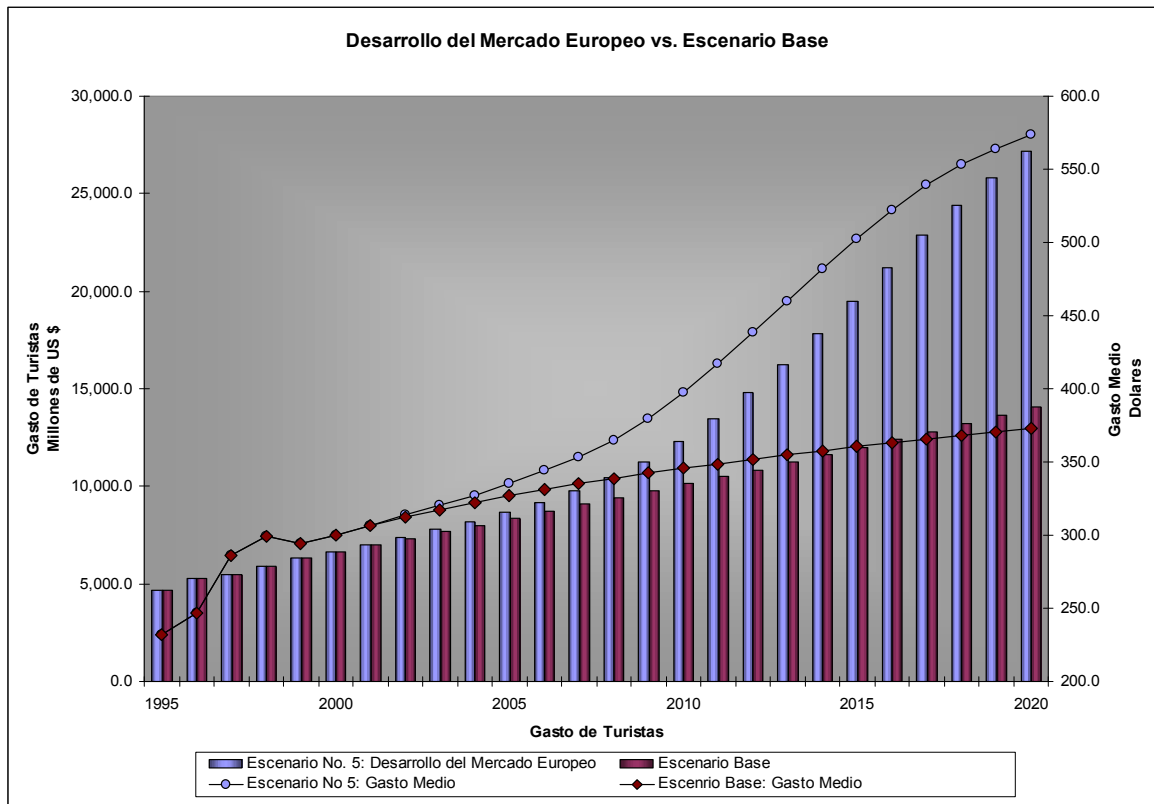
ESCENARIO ENFOQUE AL MERCADO EUROPEO



El enfoque al mercado europeo sería menos costoso que el mercado de nichos. Pero así también, el número de visitantes incrementaría proporcionalmente. El enfoque a Europa atraería unos 10 millones más de turistas en el año 2020 comparando con los 37 millones del escenario base.

El gasto medio del visitante europeo llegaría a \$573.9 dólares por persona en el 2020 comparando con los \$373.3 del escenario base. Los ingresos totales atrayendo el mercado de Europa serían \$27.1 mil millones de dólares casi el doble de los \$14 mil millones de dólares del escenario base.

DESARROLLO DEL MERCADO EUROPEO VS ESCENARIO BASE



2.10 Análisis del Escenario de Enfoque al Mercado Europeo

Como este mercado es tan bajo en números absolutos, la posibilidad de incrementarlo rápidamente es muy factible. El viajero europeo exige niveles de servicio mucho más altos que el turismo de masa. Si este enfoque se adopta, habría necesidad de establecer normas de servicio para esta clientela, programas de entrenamiento para capacitar personal en los idiomas más importantes. Turismo urbano cultural es parte del perfil del turista europeo. Así que los museos, exposiciones de arte, incluyendo las ventas de obras de arte en parques como el Bosque de Tlalpan y San Ángel podrían ser atractivos para este mercado. Sin embargo, el sistema de transporte debe ser seguro y confiable, camiones especiales para turistas podrían circular la ciudad e incluir a Xochimilco.

Enfocando el presupuesto al turismo receptivo de Europa implicaría entrenar a los proveedores de servicios al turista. El sistema de señales viales, mapas en

idiomas diferentes se deben hacer disponibles. El uso de Internet podría hacer información disponible a turistas potenciales. Reservaciones, descripciones de servicios y en el futuro, inspecciones virtuales de los hoteles y áreas turísticas se pueden hacer disponibles en Internet.

Enfocándose al turismo Europeo, comenzaría a dar resultados en el 2002 cuando 40.000 más europeos viajarían a México gastando \$55 millones de dólares. En 2005, 200.000 personas adicionales viajarían a México gastando \$272 millones de dólares. En el 2020, un total de 47.3 millones de personas vendrían a México o sea 9.6 millones de personas procedentes de Europa. Los gastos de los turistas europeos podrían llegar hasta \$13,109,100.

El turista europeo es muy consciente de la necesidad de seguridad personal. Noticias, o aun la percepción de inseguridad puede hacer que este mercado baje a niveles mínimos. El nivel de gastos puede ser alto, pero hay que proveer servicios y seguridad personal, o se corre el peligro de perder este mercado (sobre todo después de haber gastado millones de dólares en mercadeo).