

Introducción al turismo

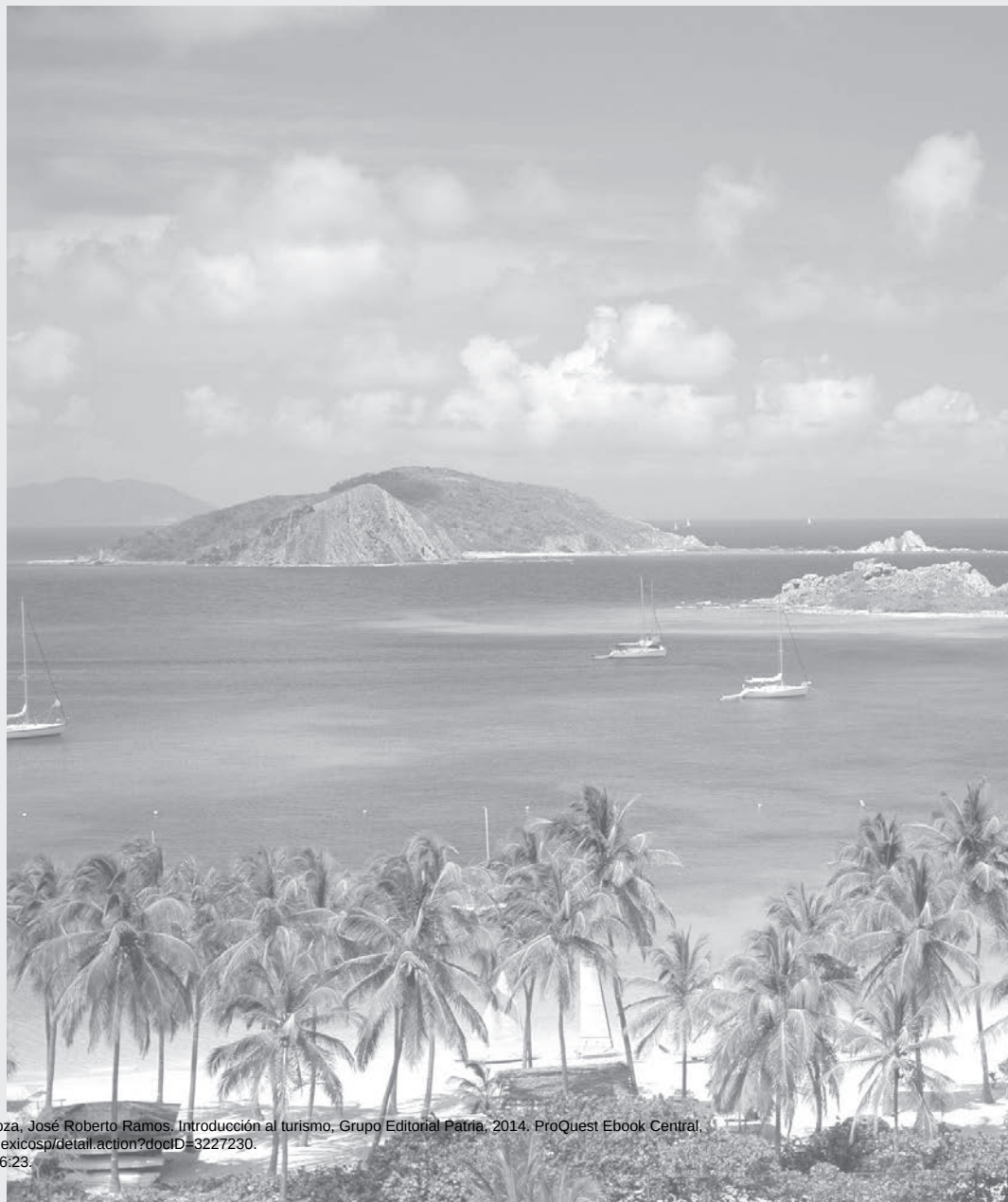
- Enfatiza la necesidad de contar con el acervo histórico-cultural relacionado con el turismo.
- Profundiza la comprensión y diferencias de los términos generales utilizados en el sector.
- Estudia la relación e impacto del turismo y su industria con los distintos enfoques que le rodean.
- Identifica las instancias de turismo nacionales e internacionales más relevantes en relación con México.
- Aborda el tema del profesional de turismo.



Objetivos de aprendizaje

Metas:

1. Contar con un acervo de conocimientos acerca de la historia del turismo en México y el Mundo.
2. Definir el concepto de turismo.
3. Identificar la gran diferencia entre turismo, viajes y otros conceptos afines.
4. Explicar la importancia de conocer la terminología y conceptos de turismo.
5. Identificar y enumerar los componentes de las líneas del tiempo del turismo.
6. Comparar e interpretar las diferentes ópticas del turismo y su impacto.
7. Identificar los principales retos a los que se enfrentará la persona, con el hecho de elegir la carrera de turismo en cualquiera de sus áreas.



Presentación

“El turismo es uno de los valores y un referente importante de nuestro país. México está decidido a impulsar y facilitar la productividad, porque al haber éxito en el sector, habrá gente entonces que visite el país, por conducto del turismo. Porque las economías en la medida que transitan hacia la modernidad han venido pasando de economías agrícolas, a economías industriales y luego a economías de servicios. México puede y será una fortísima economía de servicios, ahora cuenta con un equilibrio en nuestra propia composición económica; pero sabemos que en la medida que evolucionen más servicios financieros y turísticos, serán la clave y los motores de nuestra economía en el futuro; por eso, apostamos finalmente a tener un compromiso sólido con el estado de derecho trabajando e invirtiendo en paz en nuestro país”.¹

El **turismo** es fascinante debido a su versátil ámbito de comprensión y desarrollo.

Es **dinámico** por sus múltiples ópticas, sus formas de tratamiento y porque se desarrolla en un marco de interacción siempre cambiante.

A su vez es **complejo** también, porque además de la diversidad de áreas y disciplinas que lo componen, es interesante notar la forma en que se generan, su vinculación entre sí y en su disposición de servicio hacia los turistas.

Estos adjetivos son importantes y ninguno tiene realmente un papel de liderazgo total, lo que permiten la adecuada valoración y comportamiento de las estrechas interrelaciones dentro y fuera del sector turismo y que se traducen en herramientas que permiten una mejor gestión en los diferentes escenarios de administración y política tanto pública como privada. Así que la tendencia general de todos estos campos exige la especialización para el perfeccionamiento, que es una manifestación frecuente actualmente.

Internacionalmente el turismo no tiene fronteras ni límites, lo vemos muy claro desde la oferta de un sitio virgen, hasta incluso en la venta de increíbles y sorprendentes viajes orbitales a la luna.

México es un país grandioso que brinda un territorio muy extenso, con una inigualable diversidad de atractivos con enorme riqueza natural y con una gran biodiversidad.

Su oferta de atractivos va desde los naturales como increíbles paisajes y lugares conformados por lagos, ríos, cascadas, mares, playas, bosques, selvas, desiertos, planicies, montañas, volcanes, cavernas, grutas, flora, fauna, entre otros; hasta la riqueza de un acervo cultural, gastronómico e histórico privilegiado con impresionantes culturas prehispánicas que embelezan a propios y extraños, a las que se han sumado a lo largo del tiempo otras culturas como la española y francesa por citar algunas.

De ahí; hasta la modernidad de nuestros tiempos, que por supuesto han enriquecido nuestro arte, gastronomía, costumbres y lugares, aunado a la sorprendente oferta de proveedores, promotores, enlaces de negocios de los servicios y productos relacionados al sector. Pero aún más importante que esa riqueza, es la que radica en la gente, la hospitalidad mexicana es conocida en el mundo entero y está implícita dentro de la cultura como país.

Es igual de importante denotar temas y fenómenos adversos como terremotos, ciclones, pandemias, cambios climáticos y el tema tan delicado de la seguridad y también tan real; pero se debe considerar que son problemas que afectan a nivel mundial y que nadie puede escapar, incluso México.

¹ Presidente FELIPE CALDERÓN HINOJOSA, Inauguración del simposium de Virtuoso, Ltd. 23 min. - 16 de abril de 2010. Subido por gobierno federal www.youtube.com



Figura 1.1 Pandemias.



Figura 1.2 Volcán.

Con fortuna, se incrementan los planes coordinados de ayuda internacional en materia de información y comunicación de estos contextos, que sin lugar a dudas; ayudan a promocionar más eficazmente, con información veraz, sobre lo que sucede en el mundo y su afectación con respecto a la oferta turística.

La **Organización Mundial de Turismo** a nivel internacional y la **Secretaría de Turismo en México**, son los organismos más importantes, responsables de la educación, formulación de políticas y la introducción de legislación pertinente para garantizar que el turismo de calidad se proporcione a la población. Asimismo, supervisa la aplicación de los programas que están diseñados para llevar a buen término estos objetivos.

“Al turista no le gusta viajar a lugares inseguros pero también es cierto que los turistas saben que existe un cierto riesgo al viajar a cualquiera que sea el destino, los problemas determinados de algunas áreas no están frenando a los turistas, los turistas están cada vez más informados y saben qué es lo que deben o no hacer.”²

Haciendo énfasis que estudiando el Turismo en forma general, es decir, conociendo sus inicios y marcos de referencia, hará más fácil la tarea de su entendimiento en sus prioridades, especialidades y complejidades.

² Taleb Rifai, Secretario General OMT, Organización Mundial del Turismo - OMT. Mensaje 2010. 1 min. -24 de septiembre de 2010. Subido por normadex www.youtube.com/watch?v=5xb8HfUXgUE



- La historia es la herramienta intelectual más poderosa que posee la humanidad, porque a lo largo del tiempo define a cada sociedad en particular, crea una identidad y diferencia. Estas diferencias prosperan en el intercambio.

Es evidente que el turismo ha contribuido a enriquecer el acervo cultural de las distintas regiones del mundo.

En el transcurso de la historia, el turismo se ha motivado obedeciendo a la época, por ejemplo, por movimientos migratorios, religión, guerra, comercio, moda, entre muchos otros.

Conocer el pasado beneficia, porque de no saberlo, conmina a la ignorancia, como acertadamente menciona el historiador Paul Preston: “*Quién no conoce su historia está condenado a repetir sus errores*”.

Explicar el presente del turismo, su importancia y cómo ha llegado a ser hasta hoy nos ayuda, sin lugar a dudas a valorarlo.

Se presenta un compendio de información de diversos autores en el tema, que sugieren algunos acontecimientos importantes en relación al turismo.

Se muestra para su estudio una línea del tiempo del turismo mundial y otra de México dividida por épocas y detallando una breve explicación de cada suceso.

Para su mejor comprensión las etapas del turismo mundial se han dividido en:

Edad Antigua	(3000 a.C. al 476 d.C.).
Edad Media	(477 d.C. al 1453).
Edad Moderna	(1454 al 1789).
Edad Contemporánea	(1790 al 3000).

Es importante añadir que la historia del mundo se entrelaza y hay periodos que comparten eventos; la razón consiste en el tiempo que puede tardar un mismo suceso en consolidarse. De cualquier forma se trató de fecharlos en forma correcta y cercana a fin de entender su consecución en la historia, —considerando por supuesto la información de los expertos—.

También se requiere hacer hincapié en dos situaciones:

- **Primera.** El contexto de historia universal planteada para este libro, es el de la Historia Occidental.
- **Segunda.** En el presente material no se realiza la cronología de la Historia entendida en sus parámetros universalmente aceptados. Sino que para su comprensión y conforme a la vasta información sobre la evolución histórica del turismo mundial, se decide subdividir el rubro de la Edad Contemporánea y además, otorgarle un nombre a esa subdivisión, quedando como a continuación se describe:

Edad Contemporánea	(1790 al 3000)
Revolución Industrial	1790 al 1949
Segunda mitad del Siglo xx	1950 al 1999
Siglo xxi	2000 al 3000

En el entendido anterior, se procede para su desarrollo.

Líneas del tiempo del turismo mundial



Figura 1.3 Líneas del tiempo del turismo mundial. Elaboración propia

Copyright © 2014. Grupo Editorial Patria. All rights reserved. Grupo Ec

Edad Antigua 3000 a.C. al 476 d.C.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL I



Figura 1.4 Edad antigua. Elaboración propia

No hay una connotación propiamente de turismo

- **Los sumerios.** Creación de la moneda y con ello se incrementa el comercio. Se desarrollan **incipientes viajes**.
- **Los griegos.** En la antigua Grecia, la gente hizo sus primeros **viajes con motivo** de asistir a los Juegos Olímpicos. Tanto los participantes y espectadores solicitaban alojamiento y servicio de alimentos.
- **Herodoto.** Padre de los escritores del turismo, describe viajes realizados en su época.
- **Imperio romano.** Los romanos visitaban templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Al inicio, los viajes se desarrollaban para el comercio militar, razones políticas o para la comunicación de mensajes desde el gobierno central hacia sus territorios. Después enviaron a sus arquitectos y artesanos a viajar para traer nuevos diseños y construir sus grandes palacios y tumbas. **Los romanos con riqueza viajaban a los balnearios de Grecia y Egipto, con propósitos ya de turismo.**
- **Bahías.** Se ubicaban villas vacacionales en las bahías que son los lugares considerados como **antecesores de los centros vacacionales de playa actuales.**
- **410 a.C., viajes por sabiduría.** Sócrates hablaba con sus discípulos sobre la necesidad de viajar para obtener conocimientos.

- 334 a.C., **Efeso**. Gracias a la instalación de un gobierno democrático una multitud de turistas arriban a Efeso (lo que ahora es Turquía) con lo que se convirtió en un importante centro comercial y una de las ciudades más famosas del mundo antiguo.
- 476 d.C., **caída del imperio romano**. Los bárbaros hacen que decaiga el imperio romano, las vialidades se destruyen, por ende; no permite el tránsito de los viajeros, viajar resulta peligroso porque los caminos estaban a merced de asaltantes. Los viajes disminuyeron hasta la Edad Media.

Edad Media 477 d.C. al 1453

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL II



Figura 1.5 Edad Media. Elaboración propia.

En esta época surge el tipo de viaje de peregrinaciones religiosas

Ya habían existido este tipo de viajes pero no con tal magnitud, todo ello se debió a la extensión del cristianismo y el islamismo. Lo cual también llevó a crear mesones con diferentes formas de servicios y mapas para estos caminantes.

477, inicio de la Edad Media

El deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Al inicio de la Edad Media eran las personas las que comienzan a **viajar en grupos de peregrinaje por motivos religiosos** y quienes recorrían grandes distancias para visitar lugares como: Canterbury, Santiago de Compostela y Tierra Santa.

Guías de viajero

Se menciona también de la existencia de **guías de viajero** con información detallada de los lugares que se cruzarían y el tipo de hospedaje que encontrarían.

1095–1291, las Cruzadas

Las Cruzadas **contribuyeron a revitalizar** el comercio y por fortuna **los viajes**. Favorecieron el traslado de soldados, peregrinos y mercaderes que transitaban los caminos de la Europa medieval.

1282, primer gremio de posaderos

Los propietarios de las principales **posadas de Florencia**, fundaron el primer **Gremio de Posaderos**, para transformar el hospedaje en una actividad comercial. Hasta antes de ello, se había considerado como una acción de caridad. También **se les permitió importar y vender vinos**, en consecuencia ya se contaba con licencias de funcionamiento por periodos de tres años.

1290, actividad del hospedaje

Gracias al gremio de posaderos, la actividad del hospedaje se convirtió en un negocio productivo. Para este año, el gremio de hospedaje estaba ya formado por un total de 86 posadas.

1362, Venecia

Esta ciudad destacaba por los grandes atractivos turísticos que ofrecía al viajero. Era apreciada por su belleza, riqueza, organización de atractivos eventos y espectáculos, destinados a agasajar a los mercaderes con el fin de lograr su preferencia, a grado tal que **se creó un decreto del Senado de este sitio**, para destinar fondos a estas actividades turísticas.

Edad Moderna 1454 a 1789

Aparecen los **primeros alojamientos** con el nombre de **hotel** (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). En aquel tiempo las grandes personalidades viajaban acompañadas de su comitiva en ocasiones muy numerosa, con lo que no era posible alojar a todos en el palacio, razón por la cual se crearon este tipo de alojamientos.

1492, embarcaciones realizadas a fines del siglo xv y principios del siglo xvi

Ésta fue una gran época para las expediciones marítimas españolas, británicas y portuguesas, ya que se despertó la curiosidad por conocer nuevos pueblos y lugares, lo que dio origen a **una nueva era en la historia de los viajes**.

1500–1850, bases del turismo moderno

En el siglo xvi, se establecen las **bases del turismo moderno** y se continúan hasta entrado el siglo xix.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III

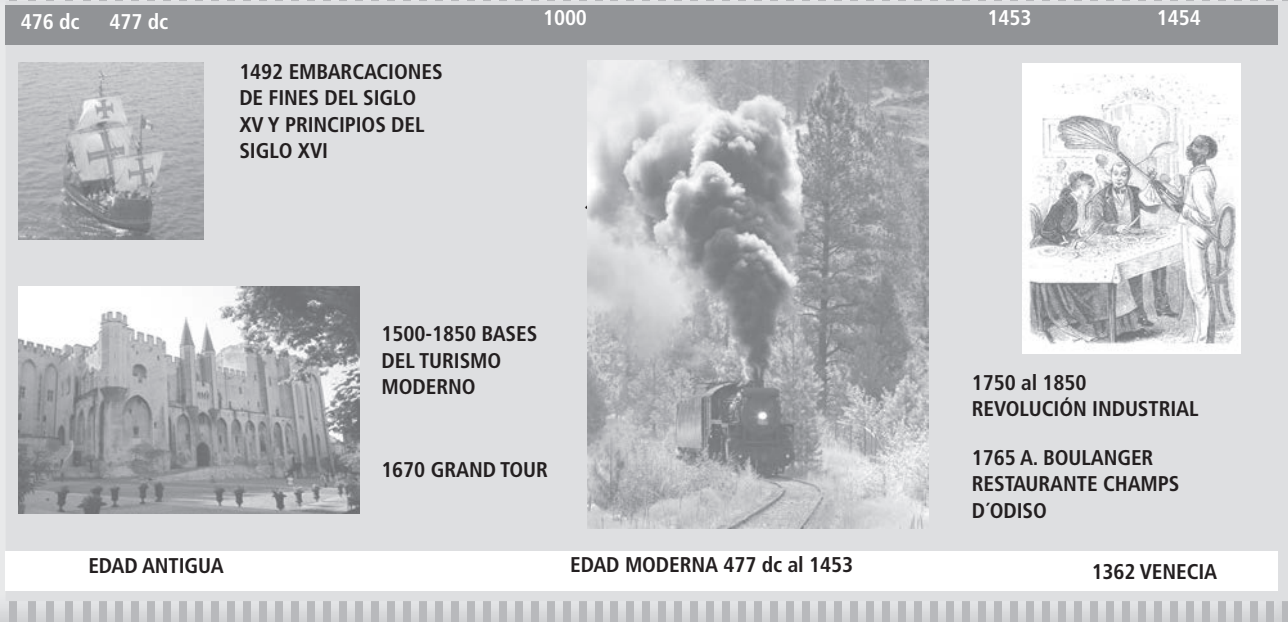


Figura 1.6 Edad Moderna. Elaboración propia.

Con el crecimiento de Inglaterra el comercio dio lugar a la aparición de un nuevo tipo de turistas que viajaban para ampliar su experiencia y conocimiento.

1670, Grand Tour

A los aristócratas jóvenes cuando terminaban sus estudios, se les recomendaba viajar a Francia, Italia y Alemania para completar sus conocimientos y obtener experiencia personal. Éstos tenían una duración cercana a 2 o 3 años. Esto fue conocido como el **Grand Tour**, que se convirtió en necesidad para la formación de futuros administradores y dirigentes políticos.

De este vocablo **grand tour** se deriva la palabra turismo, y se comienzan a desarrollar centros vacacionales, por ejemplo, el de Bath en Inglaterra y Baden en Alemania, entre otros.

Entre los principales lugares visitados y las rutas utilizadas durante la realización del Grand Tour se encuentran particularmente con más afluencia las ciudades de: Florencia, Venecia, Génova, Bolonia, Roma y Nápoles.

Revolución Industrial 1750 a 1850

La Revolución Industrial en Europa creó la base para el turismo de masas. La gente que trabajaba en la agricultura se fue a las fábricas, por ende creció la riqueza, la educación de la clase media y el aumento del tiempo libre lo que originó una demanda de actividades de turismo vacacional.

Restaurante de A. Boulanger

En el año de 1765, un francés **A. Boulanger**, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de **restaurantes** porque recomfortaban. El restaurante llamado **Champs D'odiso**, cobraba precios suficientemente altos, lo que lo convirtió en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad, acudían para mostrar su distinción.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Revolución Industrial 1790 a 1949

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III

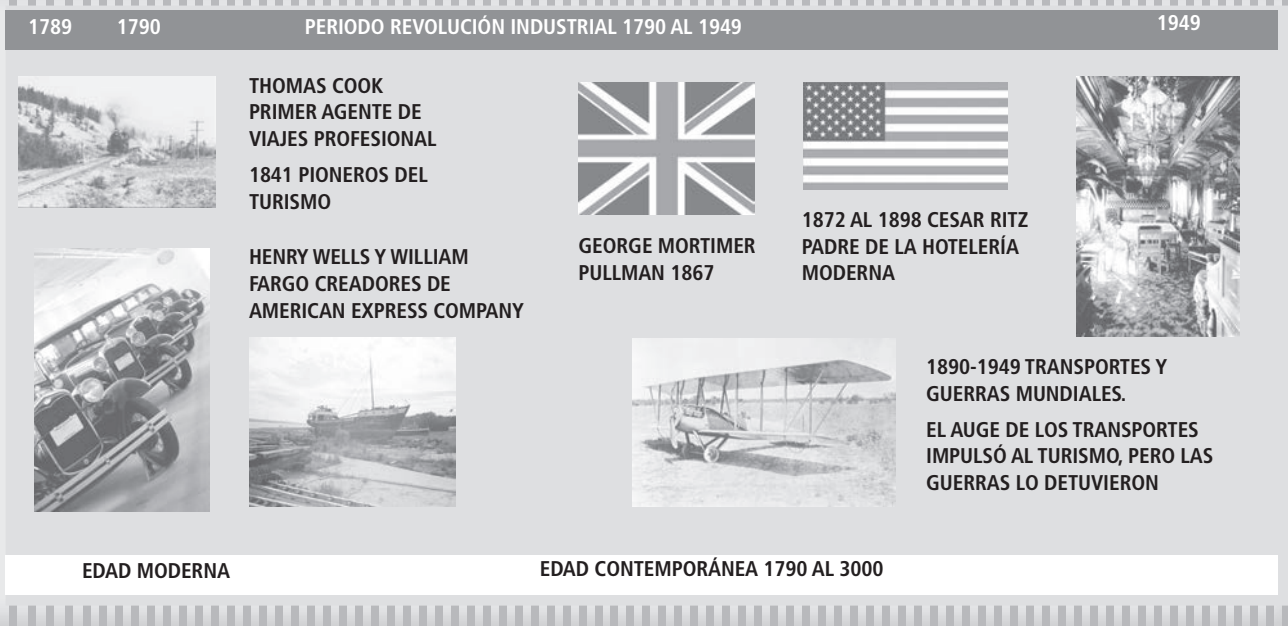


Figura 1.7 Edad Contemporánea. Periodo Revolución Industrial. Elaboración propia.

Debido a la Revolución Industrial, se alteran las formas de las comunidades, existen momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. A lo largo de esta época surgen una serie de personajes que, por su actividad, se pueden considerar como los fundadores de esta nueva actividad.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas

Dominando el mercado marítimo a mediados del siglo XIX, éste fue el mejor momento del transporte marítimo y de las compañías navieras, lo que aumentó las corrientes migratorias europeas hacia América.

Comienzan a surgir productos turísticos

Sin ser conocidos como tales, en aquella época **se iniciaba como el turismo de montaña o salud**, pues la gente iba a donde se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha, etc.).

1841, pioneros del turismo

En 1841 el inglés **Thomas Cook** crea el primer viaje organizado de la historia. A pesar de haber sido un fracaso económico se considera un rotundo éxito, porque sienta el precedente del paquete turístico; ya que se dio cuenta de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener con esta actividad; fundando así en 1851 la **primera Agencia de Viajes del mundo Thomas Cook and Son**. En 1867 inventa el bono o **voucher**, documento que permite su utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo

En EUA en 1859, **crearon la agencia de viajes American Express**, inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y después se convierte en una de las agencias más grandes y exitosas del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el **travel-check** (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

George Mortimer Pullman, 1867

Estadounidense, creador de la **Pullman Company**. Organiza los **grandes hoteles móviles (coche-cama)** que sobre rieles de acero, se hacen los viajes de 4 y 6 días por todo el territorio estadounidense. En 1867 presentó su **primer hotel sobre ruedas, el President**.

1872 a 1898 Cesar Ritz

Cesar Ritz se considera el padre de la hotelería moderna.

Desde joven ocupó diversos puestos en los hoteles más sobresalientes de entonces. Fue un revolucionario de la administración porque mejoró los servicios del hotel, creó la figura del sumiller o sommelier (experto en vinos que sugiere a los comensales el vino apropiado para la ocasión). Introdujo el cuarto de baño dentro de las habitaciones. Es quien convierte los hoteles decadentes, en los mejores de Europa. **Cesar Ritz inicia con la hotelería moderna** en el Grand Hotel Nacional de Lucerna, en Suiza.

Auguste Escoffier

Otro iniciador, **primer chef reconocido como tal**, trabajó junto a Cesar Ritz.

1890 a 1949, transportes y guerras mundiales

Los transportes eran ya motivo de turismo; pero tras finalizar la Primera Guerra Mundial comenzó la **fabricación en masa de autobuses y automóviles**. En esta época las playas y los ríos

se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión de hélice es sustituido por el de reacción, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando lentamente, pero acaba imponiéndose posteriormente sobre las compañías navieras.

Segunda Guerra Mundial

Con la crisis económica mundial de 1929 se limita el desarrollo del turismo, hasta entrado 1932; pero la Segunda Guerra Mundial lo paraliza absolutamente y sus efectos se extienden hasta el año 1949; sin embargo, crea el impulso de mejoras en comunicaciones y transportes.

Hoteles Hilton

En 1943 fue el primero en ofrecer sus hoteles con el concepto de costa a costa. Y la primera cadena hotelera internacional fue también de Conrad Hilton, al inaugurar su hotel en San Juan, Puerto Rico en 1949.

El turismo de elite predominó en todo su esplendor hasta la década de 1950-59. Habiendo alcanzado el mundo mejores economías, dio paso al turismo de masas periodo que continua desde la década de 1960-69 hasta la de 1990-99. Teniéndose cubiertas las necesidades de turismo de todas las clases sociales, éste se dirige a un mercado segmentado donde ahora se produce una oferta de variedad y experiencias diversificadas conforme a las necesidades, gustos e intereses del visitante.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Segunda mitad del siglo xx 1950 a 1999

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL IV



Esta época se caracteriza por el desarrollo, lo que es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del viaje en el mundo occidental.

Era de la estandarización del producto turístico

Los grandes agencias de viajes lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se **utiliza el vuelo charter**, (vuelos en los que se alquila un avión a una aerolínea con el fin de no ceñirse a los horarios de las rutas comerciales, o el alquiler de un avión con el fin de llevar a un grupo de personas en exclusiva); con lo que se atiende una mayor demanda, abarata el producto y lo populariza. Al inicio de este periodo que comienza en la década de 1950-59, había 25 millones de turistas, y al finalizar para 1973 había 190 millones.

1950 a 1979. *Boom* turístico

La razón por la que se le conociera de esa forma, fue por los cambios tan grandes en la sociedad; por ello, el turismo internacional crece más rápidamente de lo que lo había hecho en toda la historia. Se crean nuevas corrientes que a su vez originan nuevos estilos de vida y benefician al sector turismo, a partir de la década de 1950-59 se comienza a tener la base de la oferta turística.

Se creó más oferta de hoteles, restaurantes, agencias de viajes o líneas de transportación y muy diferentes sitios para vacacionar. Los destinos de playa son los más concurridos.

De 1970 a 1978, la crisis energética y la subsiguiente inflación, se resiente más en el transporte y da lugar a un nuevo periodo de crisis para la industria turística. Por ello se apuesta a una mejor oferta y demanda abaratando costos y precios; pero esto supone desafortunadamente una reducción de la calidad.

Clasificación formal de hoteles

En 1979, *Hotelleriesuisse (Swiss Hotel Association)*, esta organización privada, presentó la **clasificación formal de los hoteles**, crea el primer y único sistema que es considerado internacionalmente como ejemplar en todo el mundo y ha sido repetidamente utilizado como base para el desarrollo de sistemas de clasificación personalizada (por ejemplo, Alemania, Austria).

En esta época se comienza a legislar sobre el sector turismo.

Benidorm

Durante el periodo de los años de 1970 a 1990 se observa el surgimiento de una serie de **centros turísticos**, algunos de ellos **muy planificados** como el caso de Benidorm, España y otros surgidos espontáneamente.

Cancún

México, por su parte, inicia la construcción de varios centros turísticos financiados por instituciones internacionales. Entre los más importantes en este periodo destacan Cancún, en las costas del llamado Caribe mexicano, el cual **se realizó con préstamos del Banco Interamericano de Desarrollo**, e Ixtapa, en la costa del Pacífico, cercano al puerto de Acapulco, con financiamiento otorgado por el **Banco Mundial**. Estos centros turísticos se inauguraron a mediados de la década de 1970-79.

Programa de viajero frecuente

A fines del 1979 y principios de 1980 nace el **primer programa moderno de Viajero frecuente o Cliente frecuente**, que es un signo de lealtad a la marca que se tiene como proveedor, a veces se otorgan estufendos descuentos o trato especial en los servicios ofertados. El primer programa de viajero frecuente moderno fue creado en *Texas Internacional Airlines* en 1979 y fue superado por sus recursos informáticos por sus competidores más grandes *Advantage* en mayo 1981.

En el periodo concretamente entre 1970 y 2000, el **turismo se consolida definitivamente** como un derecho adquirido por la sociedad.

La década de 1980-89 fue llamada los **años de auge en el turismo**, porque hubo un fuerte crecimiento del sector.

1980 a 1989 *baby-boomers*

Se crea el término de *baby-boomers* que define a las personas retiradas o con mayoría de edad y que tienen dinero disponible para gastar; estos viajeros se distinguen por la búsqueda de una variedad de viajes emocionantes, con opciones tales como las de aventura, ecoturismo o turismo de lujo, entre otros.

Tour operadores o agencias mayoristas

Hubo una importante expansión en el sector lo que condujo a la **internacionalización de empresas hoteleras y a la creación de tour operadores o agencias mayoristas** (términos que se tratan en el capítulo de sistemas y estructuras de las empresas turísticas), lo que se convierte en un motor económico de muchos países.

Experiencias

El visitante cada vez más ansioso de tener **nuevas y mejores experiencias**, busca nuevos productos, servicios y destinos turísticos; lo que crea una fuerte competencia en el sector. Con ello se empiezan a aplicar **técnicas de marketing** (mercadotecnia).

Concorde

Nuevos y mejores aviones como el **Concorde** y trenes como el Túpolev, existen en el mercado y **se consolidan los vuelos charter**.

Escuelas

Se instituyen muchas **escuelas** que se especializan en el área turística, a nivel mundial.

Acontecimientos sociales mundiales muy importantes como por ejemplo: la caída del Muro de Berlín en Alemania en 1989, dieron paso a la apertura de países como Rusia y la República Checa para convertirse en nuevos destinos turísticos, tanto para vacacionistas como para turismo de negocios. Cada país comienza a ofertar mayores sitios al turismo mundial.

1990 a 1999. Tecnología sofisticada

Es la etapa de madurez del sector que continúa en desarrollo pero en forma más moderada y planeada. **Se mejora la calidad, hay una diversificación en el producto turístico.**

El turismo ya se considera **como parte fundamental de la agenda política** de muchos países, con lo que se genera mejor promoción, planeación y comercialización del ramo turístico.

Turismo sustentable

Nace el **turismo sustentable** que son todas aquellas actividades turísticas respetuosas y participativas con el medio ecológico, cultural, social y con los valores de una comunidad, que permiten disfrutar de un positivo intercambio de experiencias y necesidades entre residentes y visitantes.

La industria de la aviación se enfrenta a los altos costos operativos incluyendo salarios, publicidad, diesel, los derechos de aeropuertos, entre otros.

Escuelas especializadas

Comienza a existir una **profesionalización del turismo** porque las escuelas se tornan más especializadas y calificadas, asimismo la industria turística se preocupa con mucho más ahínco por la capacitación de sus empleados.

Compartiendo información

Los agentes de viajes ya pueden reservar todo tipo de servicios, hoteles, entradas a espectáculos, cruceros, etc., desde la comodidad de su oficina a través de equipos de cómputo y telefonía móvil que permiten comunicarse con centrales de reservaciones internacionales.

Además se vuelven más especialistas en sus servicios; ya que proporcionan un valor agregado cuando se reserva a través de ellas, debido a que ofrecen la coordinación total del viaje y otorgan a sus clientes los llamados ascensos, grandes experiencias, servicios de trato especial, reservaciones especiales en algún lugar deseado: como **persona muy importante** (VIP, *Very Important Person*), u obsequiando algunas amenidades o beneficios (*amenities*), etc., porque aprovechan las fuertes relaciones de negocios que tienen con sus proveedores, quienes en muchas ocasiones son los que regalan o promocionan este tipo de preferencias para el cliente y que la agencia aprovecha para generar captación de mercado.

Quioscos

Se crean los **quioscos de servicios en los aeropuertos**, que venden alojamiento en hoteles, recorridos turísticos, servicios de autos, entretenimiento, por mencionar algunos.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Siglo XXI 2000 a 3000

El sector turismo en general marcha hacia una tecnología más sofisticada y con un amplio sentido de conciencia ecológica, asimismo existe una oferta de servicios y productos más especializados y detallados, que atiendan un mercado demandante de vivencias y experiencias.



Figura 1.9 Edad Contemporánea. Periodo Siglo XXI. Elaboración propia.

2000 a 3000, venta de viajes increíbles

Gracias a personas como **Sir Richard Branson**, magnate de negocios inglés, se puede tener la posibilidad de hacer **impactantes vuelos espaciales** suborbitales que abandonan la atmósfera terrestre, que se realizan a más de 100 kilómetros de altura de la Tierra, lo que se considera la frontera del espacio. Y también gracias a compañías prósperas y respetadas en el segmento de viajes en todo el mundo se pueden realizar viajes con experiencias únicas e inimaginables.

OMT

El rápido crecimiento del turismo internacional se refleja en el **incremento de los miembros en la Organización Mundial de Turismo**.

Experiencias

Existe una fascinación por el turismo como nunca antes, porque los visitantes se asombran ante las maravillas naturales, ciudades, monumentos históricos, lugares de entretenimiento y desean contar con verdaderas **experiencias turísticas** al ir y conocer esos sitios.

Aviones pequeños o de bajo costo

La **industria aérea** crea competencia al introducir nuevos nichos de mercado de bajo costo.

Sucesos negativos

Los eventos terroristas, guerras en países, pandemias e intensos problemas financieros como la crisis de 2008 hace que el turismo disminuya; pero lo importante es que **augmente la conciencia en la planeación de los viajes.**

Conciencia ecológica

Existe más **conciencia ecológica** por parte de los gobiernos y desarrolladores de infraestructura y servicios turísticos, porque cuando se construye (en cualesquiera que sea la forma) respetando el entorno natural y reservas ecológicas, gana todo mundo.

En construcciones, materiales, *amenities* (amenidades, regalos en miniatura) y artículos turísticos, ya se empiezan a usar reciclables, biodegradables, filtros solares o de agua y energía limpia; esto ayuda al cuidado de los recursos no renovables, a que no se afecte la capa de ozono y se creen efectos invernadero o cambios climáticos no deseados o lo que es peor la extinción de cualquier forma de vida animal o vegetal, todo pensado en pro del ambiente y la ecología global.

Se crean un sinnúmero de organismos internacionales y nacionales que ayudan al desarrollo y beneficio del turismo.

Boleto electrónico

En 2007 se introduce el **boleto electrónico**, el cual se imprime desde cualquier equipo de cómputo o vía telefónica, evitando la preocupación del pasajero por haber perdido o no llegar con su boleto en mano; lo que trae beneficios a la oferta turística; porque se reduce la cantidad de papeleo y el costo de los boletos.

Era de la informática de alta velocidad

Satélites, computadoras, comunicación a distancia, celulares, fax, televisión de cable, videocomunicación, llaves magnéticas o sensores, Internet y la multimedia: Discos compactos, discos láser, DVD (texto, audio, video, gráficos, realidad virtual, mapas, pizarras digitales) incluso con el uso del dinero digital, son las herramientas de información, que actualmente permiten estar plenamente enterados de todo lo que sucede en el acontecer de cualquier ámbito y además ayudan a la labor diaria en la operación de una empresa.

Aunque existen algunos países que no disponen ni de la tecnología más básica, la mayoría se ha introducido en estas áreas y crece en forma significativa.

La industria turística crea mayor contacto con los consumidores a través de **sitios Web y con el acopio de multimedia**, lo que facilita la tarea de proveer información inmediata de sus servicios y con ello la reserva directa con sus clientes.

Tren bala japonés

También el uso de la tecnología como herramienta de cambio ayuda en el sector como por ejemplo en 2011, el **tren bala japonés *hayabusa*** que en español quiere decir *peregrino*, alcanza los 300 km por hora en 6 minutos.

Hoteles y complejos en Dubai

Aunque existen otros lugares y empresas de turismo importantes en el sentido de implementación de tecnología para el servicio del huésped; **Dubai** se ha caracterizado a últimas fechas en construir los complejos, islas artificiales y hoteles con la más avanzada tecnología. Ejemplo: el Hotel *Helix*, con tecnología verde para ahorrar energía, con habitaciones con temperatura y humedad reguladas por una cascada interior. O el complejo de islas artificiales *The World*. Que serán vendidas para cualquier tipo de servicio turístico: hoteles, centros comerciales, restaurantes, campos de golf, apartamentos, parques de atracciones o para los más afortunados, una mansión en su isla privada.

Primer naviera mexicana

El 16 de Febrero de 2011, **Ocean Star Cruises** establece en México una experiencia innovadora llena de glamour, calidad y entretenimiento, características que competen a las navieras de cruceros. Esta compañía mexicana representa una propuesta incomparable al satisfacer los gustos y aspiraciones, costumbres y necesidades recreativas del **público mexicano**, ofreciendo un servicio exclusivo de clase mundial. Su ruta inicial toca los puertos del Pacífico Mexicano más atractivos a nivel internacional: Acapulco, Ixtapa, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas y Chiapas.

Mercadotecnia turística

Se usa en forma común la **mercadotecnia turística**, como un instrumento base para las ventas y promociones hacia los visitantes.

Es una de las plataformas más importantes de esta industria.

Turismo de negocios

En una economía cada vez más globalizada, los viajes de negocios se han convertido, además de los viajes de ocio y descanso; en un punto de apoyo importante y muy lucrativo para la industria turística. Se empieza a fomentar el **comportamiento cíclico del visitante** hacia los destinos turísticos en esta actividad.

Mercados de turismo

Se crean **ferias y mercados internacionales** de turismo para el comercio global, que son un impulso a las oportunidades de venta.

Donde ya se hablan de miles de visitantes especialistas en el ramo (expositores y compradores) y público en general, al igual que miles de expositores (vendedores) de diferentes países. En estas ferias se hallan representados tour-operadores, sistemas de reserva, destinos de viaje, aerolíneas, hoteles e incluso empresas de autos de alquiler.

Donde se ha transformado en un punto de encuentro de expertos, en el que también se debaten sobre temas educativos claves, exposiciones sobre los últimos productos, se cierran negocios satisfactorios y se firman convenios comerciales millonarios para el sector del turismo global. **Aquí es donde ahora la oferta y la demanda tienen un lugar correcto.**

Panorama histórico del turismo en México

Mundo prehispánico

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO I



Figura 1.10 Mundo Prehispánico, Colonia, Independencia, Revolución Mexicana. Elaboración propia

Mundo prehispánico

Los viajes en el México prehispánico tenían la misma naturaleza mundial, el comercio, las peregrinaciones o las guerras.

En aquel tiempo la rueda no tenía un uso práctico, no había caballos y en general no existían los animales de carga; por esa razón; los caminos o veredas eran muy limitadas y unían pequeñas ciudades y poblaciones. En la Península de Yucatán existían los caminos llamados en maya *sacbé*, aún reconocidos en la actualidad.

Coacallis

Para 1525, surgen en México los primeros establecimientos de hospedaje denominados por los mexicas: *Coacallis*.³

Se trataba de construcciones de un solo piso situados normalmente cerca de los mercados o a la entrada de las poblaciones. Había *Coacallis* que recibían al pueblo en general y otros que estaban reservados para clases superiores. La diferencia consistía en el tipo de material de su construcción, sus acabados, así como los baños de agua fría. Los *Coacallis* eran propiedad del Estado quien proporcionaba alojamiento gratuito, la alimentación corría por cuenta del viajero.

³ Palabra mexicana que significa *habitación*. Alfaro Maín Sara, *Reclutamiento y Selección de Personal*, 1988. IPN, México.

Época de la Colonia

Al llegar los colonizadores esos caminos quedaron abandonados, entonces se construyeron nuevos caminos que los hacían llegar a las minas de oro o plata, o ciudades y puertos. Estas nuevas rutas se conocían con el nombre de **camino real** y una de ellas, el **Camino Real del Norte** fue recientemente reconocido por la UNESCO como **Patrimonio intangible de la humanidad**. Poca gente transitaba por ellas, por lo anterior; se desarrolló muy lentamente el alojamiento.

Sólo viajaban los nobles en funciones de gobierno o ricos mercaderes; pero en forma costosa y muy arriesgada, y lo debían hacer para atender asuntos de negocios, desplazar sus mercancías o visitar a sus familiares o representantes de alto nivel de los gobiernos de las provincias.

Ruta Veracruz-México

Después de la conquista la ruta que más se frecuentó fue la que unía a Veracruz con la ciudad de México.

Igualmente cuatro años después de la caída de Tenochtitlán en 1525, se funda el **primer mesón colonial en Pinavizapa, Veracruz posiblemente la actual Orizaba**. Siendo propietario Don Francisco Aguilar fue el primer mesonero de la Nueva España, meses después se instaló un segundo mesón en el camino de Medellín a Veracruz, creando la primera cadena hotelera mexicana. La gente con menos dinero se alojaba en los mesones destinados para ellos. Hay un registro de la **primera licencia de mesones** de la Nueva España en la Ciudad de Pinavizapa, Veracruz.

Mesón en México

Don **Pedro Hernández de Paniagua**, fue quien solicitó oficialmente el **primer permiso a la capital de Nueva España para ofrecer en su casa pan y vino**, convirtiéndose en el primer mesón de la Ciudad de México, se situaba en la actual calle de Mesones, donde le siguieron muchos más competidores vecinos de la misma calle.

Al **Mesón Espíritu Santo** ubicado en la esquina de la calle del Espíritu Santo (hoy Isabel la Católica) con la calle del Refugio (hoy 16 de Septiembre) en 1818, le fue agregado un segundo piso y cambió su nombre a **Hotel de la Gran Sociedad**, convirtiéndose en el **primer establecimiento de América** en utilizar la palabra **Hotel**. Funcionó hasta 1898, año en que fue demolido.

Narrativa de libro de turismo

En el siglo XVII, el europeo ilustrado Gemelli Careri fue el **primer turista en hacer un viaje de placer alrededor del mundo** y cuando pasó por México fue bien recibido por los aristócratas de la Nueva España de entonces. Quién en su libro: *Giro en torno al mondo* de 1699, narra su sorpresa por estar frente a las ruinas de **Teotihuacan**.

Independencia

En México en 1805 se inicia el **primer servicio de diligencias por caballo**, cabían 18 personas, nueve de ellas sentadas en el techo de la carroza. Seguían siendo muy deficientes los caminos el primero fue México-Puebla y fue ampliado en 1830 hasta Xalapa, Veracruz. La **primera diligencia internacional** se inauguró en 1867 entre Monterrey y San Antonio.

Primera vía férrea

Fue hasta 1850 cuando se **inaugura la primera vía férrea** de Veracruz a Puebla, diecinueve años después se inaugura la vía México-Puebla.

Hotel o casa de diligencias

De la mano del servicio de transporte aparecen las Casas de la diligencia, donde los viajeros podían dormir una noche antes de iniciar el siguiente recorrido. **El Palacio de Iturbide** en la capital mexicana, es convertido en **casa de diligencias**. Para 1874 se contaba con 50 mesones en todo el país.

Primera guía de viajes mexicana

Juan N. Almonte es quien publica la **primera guía de viajes mexicana** conocida como la **Guía de Forasteros y Repertorio de Conocimientos Útiles**, donde se aconsejaban las rutas seguras ideales para ahorrar tiempo.

Primer ferrocarril

Las diligencias dan paso a los **ferrocarriles**; pero este proceso fue muy lento. Durante la época de Don Porfirio Díaz, se alcanzaron grandes progresos materiales que aunados al impulso que se le dio al ferrocarril, situación que motivó el auge de la industria hotelera y en 1910 con motivo de las fastuosas celebraciones del Centenario de la Independencia, la Ciudad de México, disponía para sus visitantes de 53 hoteles y seis casas de huéspedes.

Revolución Mexicana

Las consecuencias de la Revolución fueron desastrosas, cientos de vías férreas desaparecieron y los caminos eran sumamente inseguros. Lentamente el país va brindando estabilidad lo que permite la producción de autos y con ello la construcción de carreteras que por primera vez conectan a todo el país.

Turismo contemporáneo

1ª. Etapa-Nacimiento	1920-1940.
2ª. Etapa-Desarrollo	1940-1958.
3ª. Etapa-Tecnificación	1958-1999.
Siglo XXI	2000-3000.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO I

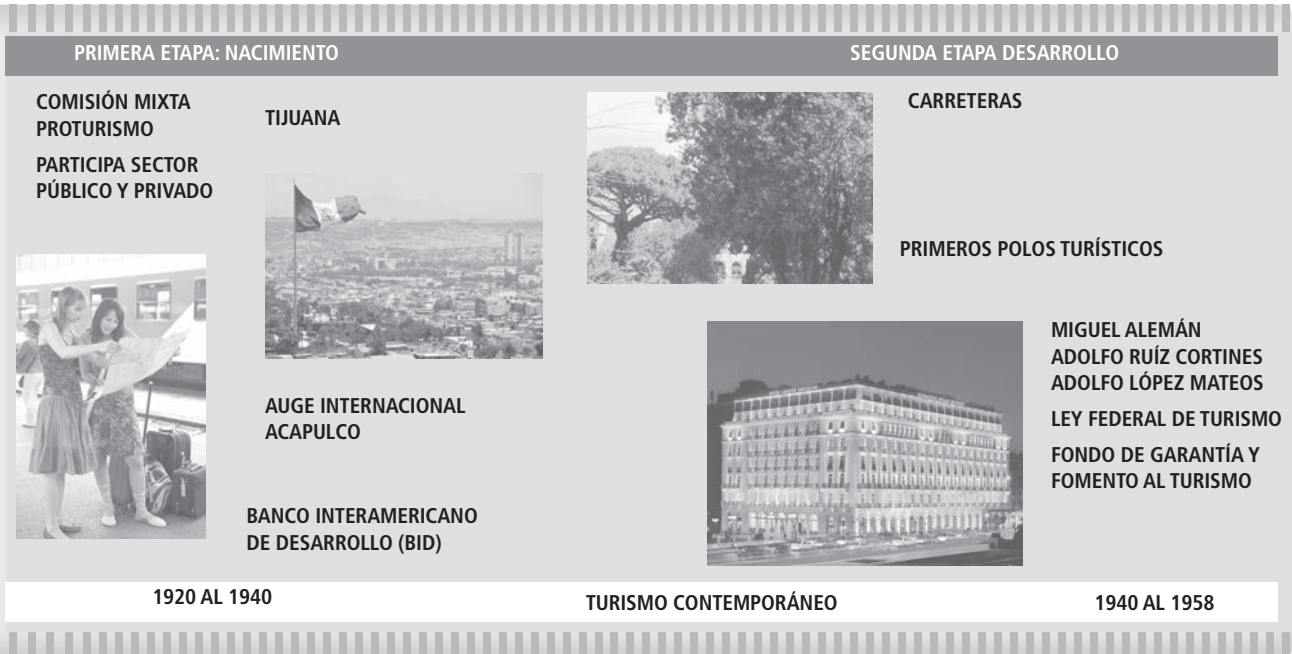


Figura 1.11 Turismo contemporáneo en México, nacimiento y tecnificación. Elaboración propia.

Turismo

“El desarrollo del turismo en México, expertos lo analizan, en la forma como ocurre dentro del plano internacional a partir de 1945 y hasta 1992.”⁴

Turismo contemporáneo

1ª. Etapa-Nacimiento 1920-1940.

Tijuana

En la década de 1910-19, **Tijuana** se convirtió en **el primer destino turístico internacional de México**, porque miles de californianos cruzaban la frontera quienes ingerían alcohol y jugaban en los centros de apuestas que se establecieron en esa ciudad.

Carreteras

Entre las décadas de 1920-29 y 1930-39, se abre la **carretera Laredo-México** que pasa por Monterrey, así como las rutas México-Acapulco, Puebla-Oaxaca, México-Morelia-Guadalupe, Puebla-Tehuacán, Puebla y Veracruz.

⁴ Fernández Fuster, Luis, *Enciclopedia del turismo*, Interamericana, (1985) México.

AMHM y AMA

Para 1922 aparece el primer grupo organizado de servicios turísticos, creada por Don Lucas de Palacio la **Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles**, que más tarde hasta 1941 se convertiría en la **Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles**, y en 1932 se constituye como tal la **Asociación Mexicana de Automovilistas (AMA)** para auxilio mecánico a automovilistas y turistas en las carreteras.

En 1926 la Ley de Migración incluye por vez primera, el concepto de **turista**: extranjero que visita el país por distracción y recreo y su permanencia es menor a seis meses.

Pan American

En 1925 el avión comienza ya a figurar como medio de transporte; pero en marzo de 1929, **Pan American inaugura la primera ruta internacional del Continente Americano: México-Tuxpan-Tampico-Brownsville**, con el primero de cinco aviones Ford Trimotor, recientemente adquirido y bautizado como México. Con estos equipos se introduce el servicio de traslado masivo, ya que tenía capacidad para un sobrecargo y 13 pasajeros.

Comisión Mixta pro Turismo

En 1929 se forma la Comisión Mixta pro Turismo, donde **participa el sector público y privado**, quienes proporcionaban datos y estadísticas que aunque formales eran aún incipientes y éste dependía de la Secretaría de Gobernación. **Hasta 1939 se crea el departamento de turismo y la Comisión Nacional de Turismo.**

2ª. Etapa-Desarrollo 1940-1958.

Miguel Alemán Valdés

Entre 1945 y al final de la Segunda Guerra Mundial el presidente **Miguel Alemán Valdés** tuvo la gran visión en tratar a la industria turística como un fenómeno económico; por ende, fue un **gran constructor e impulsor de esta actividad**. Bajo esta óptica de tratamiento, observó que se podían obtener divisas para dar apoyo financiero a esta industria, este pronunciamiento lo expresaba en la **Declaración Turística o Carta Turística**, donde se daba a conocer que el turismo nacional y extranjero desarrollaba numerosas zonas del país, elevaba los ingresos de los habitantes y estimulaba otros sectores económicos. Lo que originó que se proyectara este sector con una imagen renovada: la de un México contemporáneo. Para 1964, en su libro **15 Lecciones de Turismo**, abordó por primera vez el concepto **CONCIENCIA TURÍSTICA** denotando entre otros factores, el carácter personal del turista y del anfitrión.

Primeros sitios turísticos

Durante su gobierno impulsó la creación de los **primeros sitios turísticos** como Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de México.

Guías de turistas

En 1947 se regula tanto el oficio de guía de turistas, como la actividad de agencias de viaje.

Adolfo Ruiz Cortines

En el periodo presidencial de **Ruiz Cortines** se fomenta el turismo interno dotando de más carreteras. Se mejoraron los aeropuertos, empezaron a operar líneas aéreas internacionales como Air France, KLM, Aerovías Guest y Pan Am, **realizándose el primer vuelo comercial a Europa en 1948 (México-Madrid).**

Cadenas hoteleras

En el sector de alojamiento se menciona un crecimiento continuo y se facilitó el **financiamiento a inversionistas nacionales y extranjeros** para desarrollar este sector, por lo que comienzan a operar cadenas hoteleras como West Internacional y Hilton.

Para 1947 la Secretaría de Economía, crea la **Escuela Técnica Hotelera**, que se convertiría en la **Escuela Mexicana de Turismo.**

LEY FEDERAL DE TURISMO

En 1949 se creó la Comisión Nacional de Turismo y uno de los avances más importantes fue que se promulgó la **Ley Federal de Turismo**; en 1957 se creó el Fideicomiso de Crédito (FOGATUR) Fondo de Garantía y Fomento al Turismo, encargado de impulsar la infraestructura turística; y en 1958 el Departamento Autónomo de Turismo.

Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR)

Se crea en 1956, para estudiar y desarrollar los centros turísticos, estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como el fomento de empresas turísticas, ayudándolas en sus necesidades.

Los presidentes **Adolfo López Mateos** y **Gustavo Díaz Ordaz**, fueron quienes **fortalecieron la identidad nacional** hacia el extranjero, **proyectando una imagen de México** con historia, arte y cultura, promoviendo sus costumbres, tradiciones, arquitectura y apoyo a museos, centros o lugares históricos, remodelaron los atractivos de las culturas prehispánicas y colonial, reconociendo también su importancia en la economía del país.

Adolfo López Mateos

Adolfo López Mateos afirmaba: *“hemos procurado mejorar la calidad de lo que se ofrece al turista; le brindamos nuestros museos, nuestras exposiciones, nuestras danzas, y la expresión de lo que somos...”*⁵

⁵ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. ANTECEDENTES EN TURISMO [Actualización: 23 de marzo de 2006], en http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm

3ª. Etapa-Tecnificación 1958-1999.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO II

TERCERA ETAPA TECNIFICACIÓN

GUSTAVO DÍAZ ORDAZ
PLAN NACIONAL DE
DESARROLLO
TURÍSTICO



BANCO MUNDIAL
FINANCIAMIENTO
PARA DESARROLLOS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DEL ESTADO DE MÉXICO



AUGE INTERNACIONAL
ACAPULCO

BANCO INTERAMERICANO
DE DESARROLLO (BID)



LUIS ECHEVERRÍA
JOSÉ LÓPEZ PORTILLO
MIGUEL DE LA MADRID HURTADO

VUELOS CHARTER

BANCO NACIONAL
DE TURISMO
(FONATUR)



PROMOCIÓN TURÍSTICA
INTERNACIONAL

TURISMO CONTEMPORÁNEO

1958 AL 1999

Figura 1.12 Turismo Contemporáneo en México. Tecnificación. Elaboración propia

Gustavo Díaz Ordaz

Gustavo Díaz Ordaz de forma similar expresaba que el turismo para México, tenía una importancia tanto económica como social. “*El turismo representa un ingreso muy importante de divisas, que contribuye al financiamiento del desarrollo económico y social de nuestro país. Pero además significa una cosa más trascendental, el medio de que el pueblo dispone para transmitir el conocimiento del modo de ser del mexicano, de sus virtudes, de su historia y de su arte...*”⁶

Universidad Autónoma del Estado de México

En 1959 se crean las Cámaras Nacionales de Turismo y la Confederación de Cámaras Nacionales de Turismo, para coordinar y enlazarlas con el gobierno federal y en la Universidad Autónoma del Edo. de México se crea la carrera de Técnico en Turismo.

⁶ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. ANTECEDENTES EN TURISMO [Actualización: 23 de marzo de 2006], en http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm

Plan Nacional de Desarrollo Turístico

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico se crea en 1962 y fue pionero de su género en todo el mundo.⁷

ASA

Se creó el órgano paraestatal **Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA)**, responsable de la operación y administración de las terminales aéreas en el país en 1965.

Acapulco

Para 1970 **Acapulco** debido a su conexión aérea con países como Perú, Australia y Reino Unido entre otros, hace que tenga un auge internacional y con ello se destaca como **sitio de turismo internacional**; lo negativo fue que debido a su saturación comenzó a tener graves problemas de deterioro ecológico.

Durante las administraciones de Luis Echeverría y José López Portillo la atención hacia el sector turismo fue el trabajar en su demanda interna —turismo doméstico—, y se reorientaron las políticas turísticas hacia el mercado nacional haciendo declaratorias de Zonas de Desarrollo Turístico Nacional.

FONATUR

Hacia finales de la década de 1970-79, los tres principales centros turísticos internacionales eran Acapulco, Puerto Vallarta y Cozumel. Aparecen diversas organizaciones fundadas con el objetivo de protección al turismo, hasta 1974 aparece el Fondo Nacional de Turismo (FONATUR), encargado de diversificar la oferta de los centros costeros; de diseñar y promocionar sitios turísticos mexicanos como Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco.

Bancos

Gracias a los créditos que se obtuvieron con el Banco Mundial y con el Banco Interamericano de Desarrollo, así como hubo **grandes aciertos en desarrollos** como **Cancún** en 1975, e **Ixtapa** en 1978, hubo otros de éstos que se desarrollaron de manera incipiente como Puerto Escondido y algunos más fracasaron o fueron suspendidos debido a malos manejos o problemas de finanzas; tal es el caso de Bahía de Banderas y el de Nayarit.

Luis Echeverría. Promoción turística nacional e internacional

Durante la presidencia de Luis Echeverría se amplió la labor de **promoción del turismo nacional e internacional**, aprovechando eventos como el IX Campeonato Mundial de Fútbol, celebrado en 1970, o el Festival Cervantino, que se celebró por primera vez en 1972 y hasta nuestros días.

⁷ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. ANTECEDENTES EN TURISMO [Actualización: 23 de marzo de 2006], en http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm

José López Portillo. Banco Nacional de Turismo

Durante la administración de **López Portillo**, entre 1976 y 1982, se logró la sede del **Centro Internacional de Estudios Superiores de Turismo**, dependiente de la **Organización Mundial de Turismo**; se facultó a la Secretaría de Hacienda para otorgar estímulos fiscales en inversiones turísticas; se **organizó el inventario turístico nacional**; y se **creó el Banco Nacional de Turismo**.

Miguel de la Madrid Hurtado. Vuelos charter

Durante la gestión de **Miguel de la Madrid** se concibe como nuevo polo turístico las **Bahías de Huatulco**, para promover el desarrollo de la región y estimular la economía del estado de Oaxaca, consolida las obras de Cancún, Ixtapa, San José y Loreto y se desarrollo el programa de remodelación del Acapulco tradicional. En esta administración se cancelaron los programas como el Centro de Estudios Superiores en Turismo y el Banco Nacional de Turismo; pero se autorizaron los **vuelos charter**, lo que promovió de manera intensa esta actividad.

Carlos Salinas de Gortari. Programas regionales

Es en 1992 cuando aparece el término **cultura turística** y se realizan los primeros análisis sobre la necesidad de incorporar nuevos elementos a los **esfuerzos de concientización** realizados por varias décadas.

Se crearon nuevos atractivos programas regionales en ciudades coloniales, de turismo ecológico y en centros arqueológicos, como Mundo Maya. Se contribuyó a ampliar la oferta de hospedaje en 1994.

Ernesto Zedillo. Sustentabilidad

Tras una situación sin cambios significativos, se reconoce nuevamente la importancia del sector turístico en México, crea entonces un cambio y determina acciones pertinentes retomando las planeadas por FONATUR en los destinos de playa tradicionales; las ciudades fronterizas de Tijuana y Ciudad Juárez; las ciudades como México, Guadalajara y Monterrey; la región del Mundo Maya y las ciudades coloniales, se intentó fortalecer la competitividad del producto turístico mexicano, se incorporaron conceptos como **sustentabilidad**, se crea la **conciencia ecológica** en el cuidado de los recursos naturales y del medio ambiente, se diversificó la oferta articulando circuitos y corredores a partir de los destinos principales y se amplia la red de carreteras.

Siglo XXI 2000-3000

Vicente Fox Quesada. Política de visas

Instituyó la **Comisión Intersecretarial**, cuyo objetivo fundamental era lograr la mejor coordinación entre las diferentes instancias del Gobierno Federal e impulsar así al turismo, para aumentar la derrama económica. El quería apuntar al turismo sudamericano y europeo; pero **crea una política de visas a países sudamericanos** que endurece la captación de este mercado hacia el mercado mexicano. **Creó proyectos integrales que promovieron la cultura y las riquezas naturales con que cuenta México**.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO II




TERCERA ETAPA TECNIFICACIÓN		SIGLO XXI	ANTECEDENTES INSTITUCIONALES
<p>ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN CARLOS SALINAS DE GORTARI</p> <p>PROGRAMAS REGIONALES DIVERSIFICÓ LA OFERTA</p> 	<p>CONCEPTO DE SUSTENTABILIDAD CONCIENCIA ECOLÓGICA</p> 	<p>VICENTE FOX FELIPE CALDERÓN HINOJOSA</p> <p>IMPULSA ENORMEMENTE EL SECTOR CREA LA POLÍTICA DE VISAS A PAÍSES SUDAMERICANOS</p> 	<p>ANTECEDENTES INSTITUCIONALES</p> <p>CONSEJO NACIONAL DE TURISMO 1939 COMISIÓN NACIONAL DE TURISMO 1949 FONDO DE GARANTÍA Y FOMENTO AL TURISMO 1956 DEPARTAMENTO DE TURISMO 1958 LEY FEDERAL DE TURISMO 1961 LEY FEDERAL DE FOMENTO AL TURISMO 1974 FONDO NACIONAL DE TURISMO 1974 SECRETARÍA DE TURISMO 1974 TIANGUIS TURÍSTICO 1975 DELEGACIONES ESTATALES DE TURISMO 1981 DELEGACIONES DE TURISMO EN EL EXTRANJERO 1984 CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES EN TURISMO 1985 SE DESCENTRALIZA Y FEDERALIZA EL TURISMO 1993 CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO 1999</p>
TURISMO CONTEMPORÁNEO 1958 AL 1999		SIGLO XXI 2000 AL 3000	ANTECEDENTES INSTITUCIONALES

Figura 1.13 Turismo Contemporáneo en México, tecnificación, S. XXI. Antecedentes institucionales. Elaboración propia.

Felipe Calderón. Crea el año del turismo en México

El sector turismo se afectó significativamente desde 2008; debido a la crisis económica internacional, en 2009 con la influenza e incluso lidiar con el fantasma del narcotráfico.

El 8 de Septiembre del 2009, anunció la desaparición de la Secretaría de Turismo para adherirse a la Secretaría de Economía, ya que es parte importante de la economía de cualquier nación.

Sin embargo, a través de grandes esfuerzos hace de su administración, el sexenio del turismo con la consigna de hacer de México uno de los cinco destinos turísticos más visitados del mundo.

Felipe Calderón Hinojosa, se convierte en el primer presidente en unirse a campaña de la OMT y el WTTC sobre viajes y turismo, para señalar la importancia de los viajes y el turismo en el crecimiento y el desarrollo en el mundo.

A partir del 2010, su administración facilitó ser la sede de la Feria Internacional de Turismo de las Américas, con el fin de impulsar la promoción y comercialización de productos y destinos turísticos.

Crea el año del turismo en México en el 2011, mejoró las carreteras, invierte millones de pesos en obra pública e infraestructura turística y urbana en los principales destinos turísticos y rutas de turismo cultural del país.⁸

⁸ Secretaría de Turismo, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, 2010, p. 9.

Evolución del mercado turístico		
En los 50's	60 's a 90's	90's al presente
Turismo de élite	Turismo de masas	Turismo segmentado
Requerimientos	Requerimientos	Requerimientos
Hoteles de lujo en ciudades famosas	Paquetes de viaje "genéricos" a precios bajos	Experiencias inusuales, aventuras, fantasías, sueños
Limosinas para transportarse	Hoteles de clase turista	Viajes temáticos
Buenos restaurantes	Viajes en autobús con guía	Destinos nuevos
Excursiones con guías privados	Resorts de playa	Variedad de productos turísticos
		Alojamientos típicos del destino

Figura 1.14. Fuente: Programa Nacional de Turismo 2001-2006 sector, 1a. Ed. 2001, México.

Aquí se describe otra explicación sencilla, según la Secretaría de Turismo de México, de la forma en que evolucionó el mercado turístico en nuestro país.

Antecedentes institucionales del turismo en México

Consejo Nacional de Turismo	1939
Comisión Nacional de Turismo	1949
Fondo de Garantía y Fomento al Turismo	1956
Departamento de Turismo	1958
Ley Federal de Turismo	1961
Ley Federal de Fomento al Turismo	1974
Fondo Nacional de Turismo	1974
Secretaría de Turismo	1974
Tianguis Turístico	1975
Delegaciones Estatales de Turismo	1981
Delegaciones de Turismo en el Extranjero	1984
Centro de Estudios Superiores en Turismo	1985
Se descentraliza y se federaliza el turismo	1993
Consejo de Promoción Turística de México	1999

Entorno turístico

Se debe comprender al turismo en su aspecto global; por lo que se hace indispensable tener el conocimiento de todas las partes que lo integran.

Conceptos de turismo

Como ciertamente comentan las autoridades en el tema, es comprometido dar un concepto de turismo dado a que se interpreta dependiendo de la orientación del concepto, ámbito de formación o incluso del interés, —entre otros—. Por ello todas las definiciones están expuestas a su discusión; pero aquí se describen las más utilizadas por las máximas autoridades de la materia.

Según la Real Academia de la Lengua Española: Es un neologismo admitido en la lengua castellana, que procede del vocablo inglés *tourism*.

Se encuentra que se deriva de las raíces *tour* y *tourn* procedentes del latín, ya sea del sustantivo *tornus* (torno) o del verbo *turner* (girar) como sinónimo de viaje circular.

No importando el origen de los vocablos turista o turismo, finalmente fueron tomadas del francés *tour*, para ser utilizados en diversos idiomas.

“*El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas*” (Hunziker y Krapf, 1942).

“*Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación*” (Tourism Society of England, 1976).

Como lo manifiesta el ex-Secretario General de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, Sr. Francesco Frangialli, el turismo comprende “*las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado*”.⁹

Según la Secretaría de turismo del Gobierno de México: “*El turismo, es la actividad que involucra el desplazamiento temporal de personas de su lugar de origen (turistas), y la recepción de los visitantes por una cierta comunidad (anfitriones)*”.¹⁰

Acorde a Francisco de la Torre Padilla, nos dice que “*el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas fundamentalmente con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural*”.¹¹

Conforme a lo antes expuesto y como propias definiciones de los autores se desprenden las siguientes definiciones de **turismo**:

Actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar por cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva que el turismo sea diversi-

⁹ Día mundial del turismo. El turismo es riqueza. Evento: 27 de septiembre 2006. <http://www.youtube.com/watch?v=HabHDius88E>

¹⁰ SECTUR. Orientación Vocacional Turística 10 Nov 2010. www.sectur.gob.mx. Educación Turística

—En caché— Similare(s)

¹¹ Óscar de la Torre Padilla, *El turismo, fenómeno social*. (aut.) Fondo de Cultura Económica (1997), 162 páginas

ficado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menores a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y supra estructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que a éste corresponde.

José Roberto Ramos Mendoza.

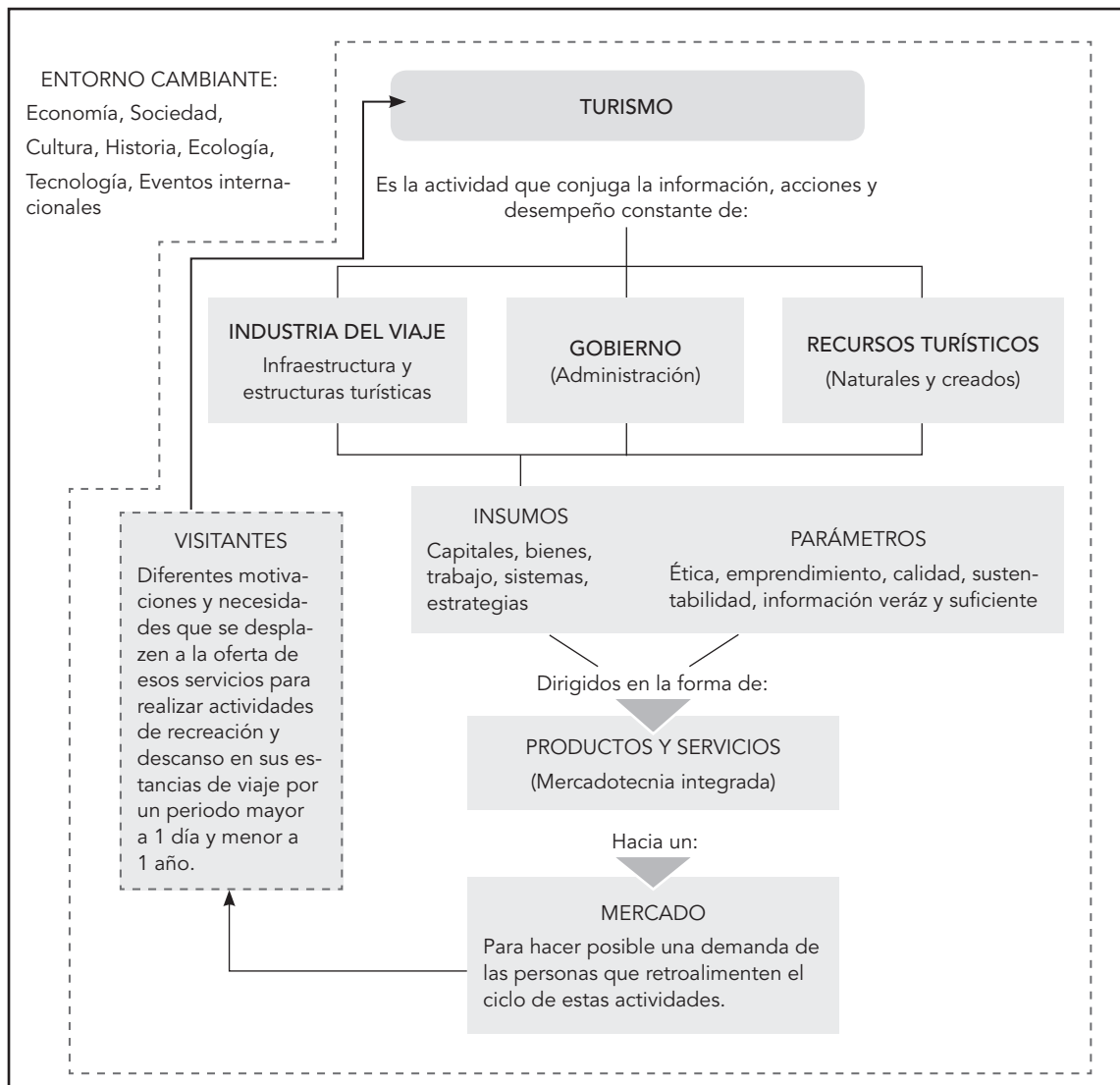


Figura 1.15. Gráfica de definición de turismo. Elaboración propia.

“Comprende la acción de los visitantes de trasladarse del lugar donde radican a otro ambiente distinto, por un tiempo de más de un día y menor a un año; motivados por el descanso, diversión, esparcimiento, (sin motivos de lucro en el lugar visitado), gestionándose por su actividad, convenios de servicios y productos afines al sector, con los cuales se establecen interrelaciones socio-económicas-culturales y de protección al entorno histórico-ecológico, a fin de garantizar en forma eficaz sus expectativas de valor, necesidades y de experiencia y por ende el desarrollo del sector.

El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuáles se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año.”

Perla E. Guerrero G.

Tipos, formas o flujos del turismo

Para motivos significativos de marco teórico, estadístico y de control, la Organización Mundial de Turismo elaboró una serie de “recomendaciones sobre estadísticas” que son conceptos adoptados oficialmente por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas desde 1993, son una fuente práctica de conocimientos específicos para uniformar los criterios para el entendimiento y estadística del turismo.

Algunos de los cuales se ha dispuesto para el desarrollo de este tema, a fin de evitar dudas en ciertos conceptos o teorías turísticas.

En estos conceptos se distinguen las formas de turismo, de los tipos básicos. La diferencia estriba en que los tipos son la combinación de las formas de turismo.¹²

Formas de turismo:

- a) **Turismo interno:** el de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- b) **Turismo receptor:** el de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
- c) **Turismo emisor:** el de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.

Tipos básicos de turismo (combinación de los anteriores):

- a) Turismo interior que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- b) Turismo nacional que incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- c) Turismo internacional que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

¹² Naciones Unidas. Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. edición 2000; pág. 7.

Los tipos, formas o flujos de turismo¹³ con relación a un país dado, se pueden distinguir de la manera siguiente:

- a) **Turismo doméstico o interno:** el de los visitantes residentes, que viajan dentro del territorio económico del país de referencia —residentes visitando su propio país—.
- b) **Turismo receptivo o receptor:** el de los visitantes no residentes, que viajan dentro del territorio económico del país de referencia —no residentes que provienen de un país determinado—.
- c) **Turismo emisor o egresivo:** el de los visitantes residentes, que viajan fuera del territorio económico del país de referencia —residentes del propio país que se dirigen a otros países diferentes—.

Estas formas o tipos de turismo básicas, se pueden combinar de diversas maneras; entonces se generan otras categorías como:¹⁴

Turismo interior	Doméstico + receptivo
Turismo nacional	Doméstico + egresivo
Turismo internacional	Engloba el egresivo + receptivo

Unidades básicas del turismo

Dentro de las unidades básicas del consumo turístico; se encuentra el visitante objeto de estudio del presente capítulo.

Unidades básicas del consumo turístico	
A. Visitante	✓
B. Entorno habitual de una persona	
C. Residencia	
D. Residente en un país	
E. Residente en un lugar	
F. Nacionalidad	
G. Visitantes según clases de turismo	✓
H. Visita del día (excursión)	
I. Visitante del día (excursiones) clasificadas según el lugar de partida ¹⁵	

¹³ Organización Mundial de Turismo. ONU, Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Serie M No. 83, (1994), p. 5.

¹⁴ Organización Mundial de Turismo. ONU, Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Serie M. No. 83, (1994), p. 6.

¹⁵ Organización Mundial de Turismo. ONU, Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Serie M. No. 83, (1994), p. 9.



Figura 1.16. Visitante.

Viajero y visitante

VIAJERO. Es todo individuo que se moviliza de un lugar a otro.

Para la OMT el concepto de viajero tiene un sentido más amplio, ya que abarca a cualquier tipo de persona que viaja incluyendo los que tienen motivos de lucro.

A diferencia de los viajeros, los visitantes sólo se relacionan con el turismo (donde no hay motivos de lucro); es decir, que en la figura del viajero puede incluirse al visitante.

VISITANTE. Es el concepto básico o célula básica del desarrollo de todo el sistema del turismo. La industria en su totalidad depende de él.

Según la OMT lo refiere como:

“Toda persona que viaje, por un periodo no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.”¹⁶



Figura 1.17. Clasificación del visitante.

Clasificación de los visitantes

En los visitantes se distingue:

- **Turista.** Todos los visitantes que pernoctan por lo menos una noche en un lugar que no es su residencia y cuyos motivos de viaje pueden ser por una de las siguientes razones: viaje de placer, distracción, vacaciones, estudios, religión, deporte (competiciones), negocios, reuniones, familia, conferencias, congresos, salud, religión o misión.
- **Excursionista o visitantes de día.** Es la persona en cuyo viaje permanece menos de 24 horas y no pernocta en el lugar visitado. Se incluyen los pasajeros en cruceros.

¹⁶ INEGI-SECTUR, Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003, s.p.http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/4_Turismo.htm#_ftn4

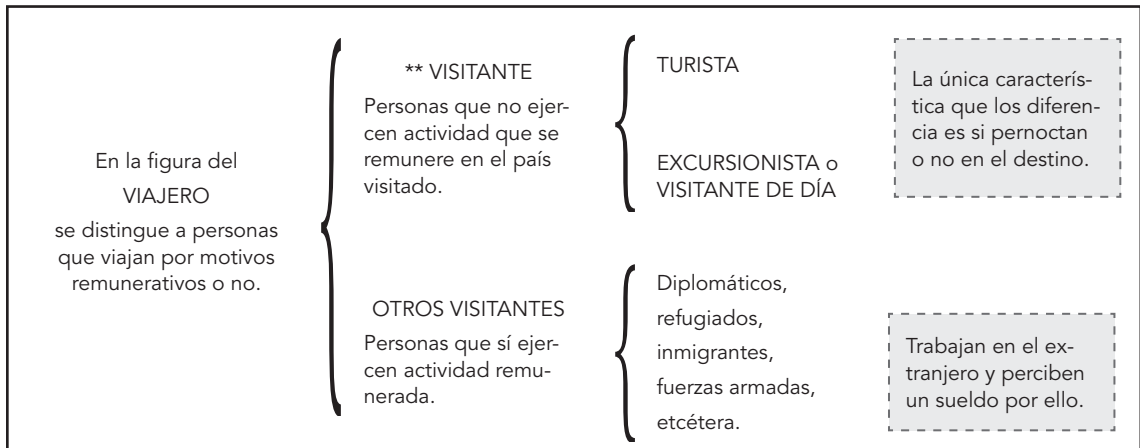


Figura 1.18 Clasificación de los viajeros. Elaboración propia.

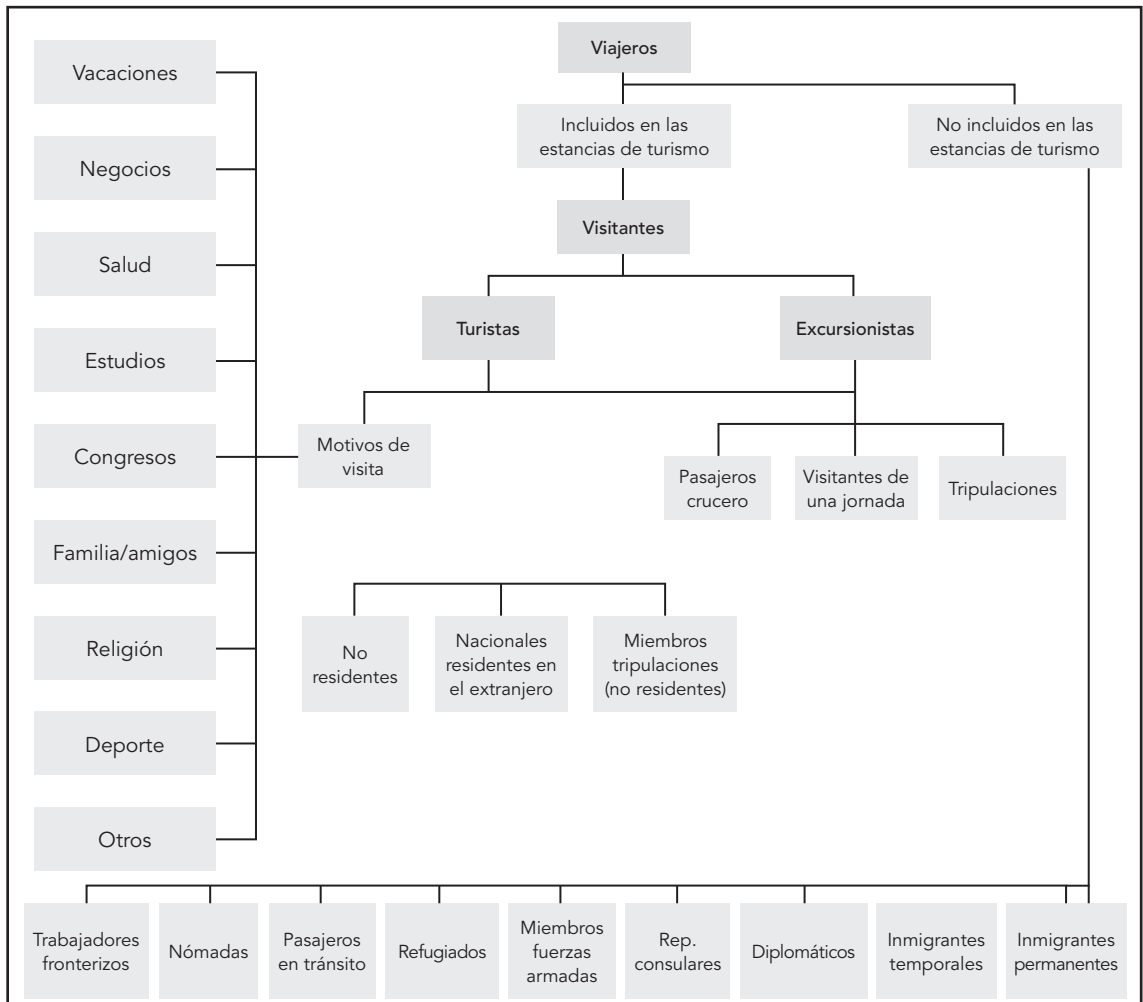
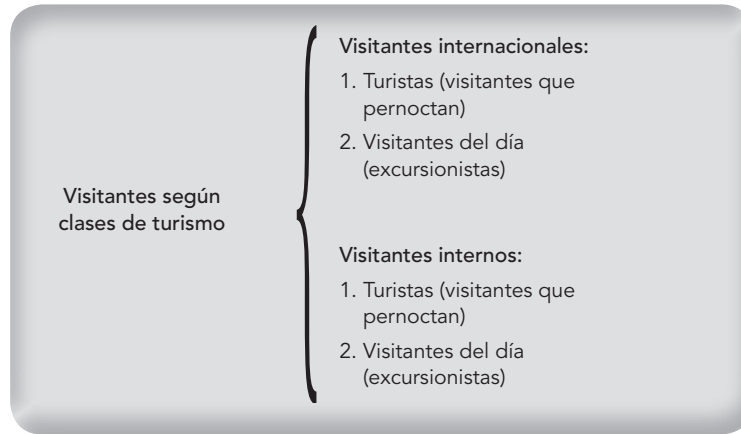


Figura 1.19 Clasificación de viajeros.¹⁷

¹⁷ Holloway, J. Christopher, *El Negocio del Turismo*, 2ª ed., Pitman, 1986, p. 4 (adaptado de metodológica, Guerrero, González, Peralta Elizabeth, and Mendoza, José Roberto Ramos. *Introducción al turismo*. Grupo Editorial Patria, 2014. ProQuest Ebook Central. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexico/sp/detail.action?docID=3227230>.
 Organización Mundial del Turismo, 1978. Traducido por el Instituto de Estadística y Geografía, España).

Y esos visitantes (ya sean turistas o excursionistas), pueden ser tipificados o clasificados de la manera siguiente:¹⁸



- **Visitantes internacionales.** Persona que viaja por un periodo no mayor a 12 meses a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
Éstos pueden ser:
 - *Turistas (visitantes que pernoctan).* Visitantes que permanecen una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.
 - *Visitantes del día (excursionistas).* Visitante que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en cruceros, así como los propietarios o los pasajeros de yates, y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren.
- **Visitantes internos.** Residente de un país que viaja dentro de éste, por una duración no mayor a 12 meses a un lugar distinto al de su procedencia habitual y cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.
Éstos pueden ser:
 - *Turistas (visitantes que pernoctan).* Visitantes que permanecen una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.
 - *Visitantes del día (excursionistas).* Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

A reserva de tratar después el tema del consumo turístico y de los motivos de viaje del visitante (que se enmarcan dentro de la clasificación de la demanda turística). Se aclaran los siguientes conceptos que se manejan dentro de la industria.

¹⁸ Organización Mundial de Turismo, citado en Secretaría de Turismo, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, Tendencias turísticas. México, p. 31.

Conceptos más utilizados en relación al viaje

Para referencia a los conceptos comunes del turismo, se hace acopio en la siguiente gráfica:

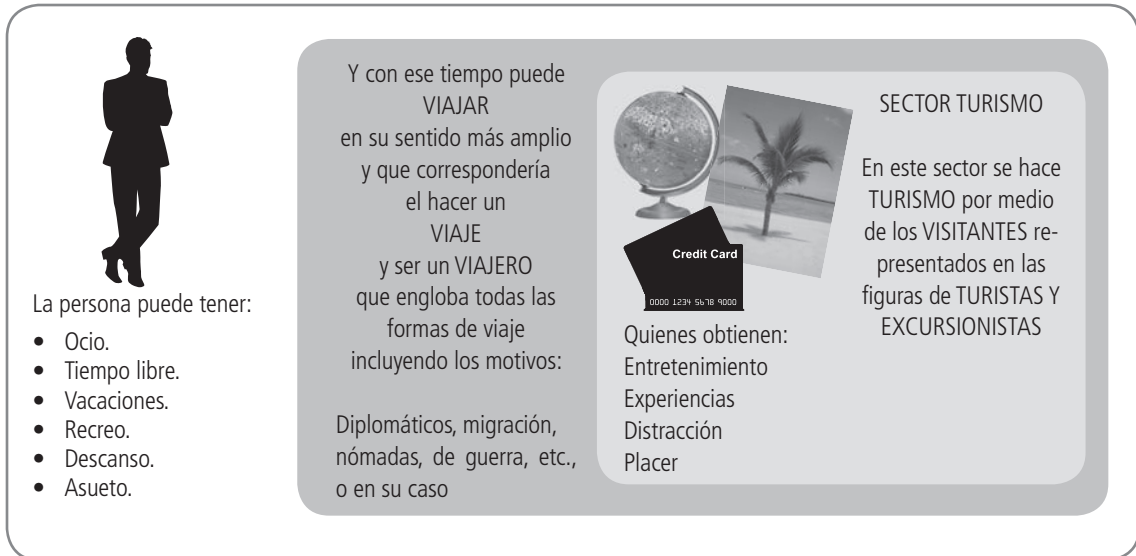


Figura 1.20 Conceptos utilizados en turismo. Elaboración propia.

Lo anterior explica, que la persona tiene como resultado del trabajo: la dotación, asignación o disposición de un tiempo para sí mismo: un tiempo libre, vacaciones, recreo, descanso, asueto, ocio (para poder viajar).

Viajar es un concepto que involucra muchas formas de viaje incluso aquellas acciones remuneradas como ir a la guerra, ser diplomático, inmigrante, refugiado, etc. Quién realiza este tipo de viaje se le conoce como “viajero”.

Si por el contrario esa persona, realizará una actividad no lucrativa, entonces se estará en el campo del turismo; por lo tanto, a ese viajero en este sector se le llama visitante.

El cual está representado por los turistas y excursionistas, quienes dan un amplio sentido o significado a las acciones de: entretenimiento, distracción, placer, experiencias, entre otros.

Esto sirve sólo como marco de referencia para explicar y entender las diferencias entre conceptos; motivos de incompatibilidades o confusiones en muchos estudios de turismo.

Viajar.	Desplazarse de un lugar a otro, generalmente distante, por cualquier medio y por cualquier motivo: negocios, familia, enfermedad, religión, deportes, migración, nómadas, por mencionar algunos.
Viaje.	Acción o efecto de viajar. Traslado que se hace de una parte y hacia un lugar.
Ocio.	“El ocio es una medida de tiempo que se usa habitualmente para significar el tiempo sobrante después del trabajo, el sueño, quehaceres personales y domésticos.” Boniface & Cooper. Pero para temas de turismo se identifica como un sinónimo de descanso.

Tiempo libre.	Es un periodo que enteramente le pertenece a la persona y no debe emplearse o sujetarse a necesidades u obligaciones.
Vacaciones.	Plural de vacación. Descanso temporal de una actividad habitual.
Recreo.	Es empleado para representar la variedad de actividades creativas y productivas que se disfruten, emprendidas durante el tiempo de ocio, como actividades físicas deportivas, culturales, artísticas, sociales, etc. Sinónimo de divertirse, de producir algo nuevo.
Descanso.	Quietud, reposo o pausa en el trabajo o fatiga. Causa de alivio.
Asueto.	Vacación por un día o una tarde.
Entretenimiento.	Acción de entretener. Distraer o pasar tiempo, impidiendo hacer algo. No necesariamente puede ser algo divertido o recreativo aunque se tome como tal. Es sinónimo de diversión, crear ánimo, de mantener.
Distracción.	Apartar la atención de alguien, del objeto a que la aplicaba o a que se debía aplicar. Es sinónimo de entretenimiento y se sugiere más como diversión.
Placer.	Satisfacción, sensación agradable producida por la realización de algo que gusta o complace. Sinónimo de aprobación o goce.
Experiencias.	Conocimiento o acontecimiento de vida adquirido. Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo.
Turismo.	En su sentido más simple, sólo es una serie de actividades recreativas; pero también desplazamientos no relacionados con el recreo, convenciones, ferias, congresos, negocios, etc. Es lo que resulta de ejercer las actividades recreativas que hacen las personas durante sus viajes y estancias a otros lugares distintos de donde viven por un periodo mayor de 24 horas y menor de un año y en forma estricta no deben estar vinculados con motivos de remuneración.

Figura 1.21 Conceptos utilizados en turismo. Elaboración propia.

Clasificación del motivo de la visita (o viaje) por tipos de turismo

La clasificación del turismo puede hacerse en función de lo que se desee; según el motivo, la permanencia, el tipo de viaje, etc.; pero la siguiente clasificación obedece a motivos estadísticos de la demanda turística.

Fue conveniente denotar este tema; aunque sea en forma enunciativa porque se relaciona intrínsecamente con el visitante: turista o excursionista. Recalcando que el tema de demanda turística será tratado en un capítulo posterior.

Esta clasificación es fundamental para identificar el comportamiento del visitante en materias de consumo y gasto, o para cuantificar las actividades turísticas. Se elaboró con base en la clasificación propuesta por la ONU en 1979, para medir los segmentos clave de la demanda turística, con el fin de efectuar planeación, promoción y comercialización.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo se clasifican en:¹⁹

1. **Según el motivo del viaje o visita.** Se refiere al propósito de la visita hacia un destino determinado:
 - Ocio, recreo y vacaciones.
 - Visitas a parientes y amigos.
 - Negocios y motivos profesionales.
 - Tratamientos de salud.
 - Religión.
 - Otros motivos.
2. **Por duración del viaje.** Dada por los intervalos de tiempo de orientación del viaje, dicha distribución estará siempre en función del tipo de viaje. Se dice de las horas y días de la estancia de viaje.
3. **Por su origen y destino.** Cuando se habla de turismo receptor, es preferible la clasificación de los visitantes por país de residencia. Es para determinar la clasificación por nacionalidad.
4. **Por zona de residencia o de destino en el interior del país.** Se recomienda usar el sistema de clasificación por ciudades o centros turísticos importantes dentro del país, cuando los datos de turismo son de particular interés en pequeñas áreas.

Existen otras clasificaciones que se emplean en la industria y que son las siguientes:

1. Según la forma de viaje:
 - Turismo individual: cuando el turista viaja solo.
 - Turismo de grupo: cuando el turista viaja con dos o más personas, en grupos familiares, laborales o de cercanía, por ejemplo, parejas, grupos de expedición, convenciones.²⁰
2. Según el motivo de viaje. Esta clasificación a su vez puede subdividirse en las diversas formas, según las ópticas en las que se desee estudiar el fenómeno turístico:
 - Turismo convencional o vacacional. Por motivos de educación, placer, descanso o recreación.
 - Turismo especializado. Motivado por las expectativas de interés científico, de emoción y aventura, por mencionar algunos.
 - Turismo de afinidad o interés común. Responde a interés religioso, profesional o filosófico, entre otros.
3. Según el tipo de viaje:
 - Turismo independiente. Es cuando el propio visitante contrata todos los arreglos de su viaje. Puede ser la compra en forma directa o por separado.
 - Turismo organizado o en paquete. Como su nombre lo indica el visitante adquiere en un solo acto de compra a precio global todos los servicios. Se le conoce también como “paquete turístico”.

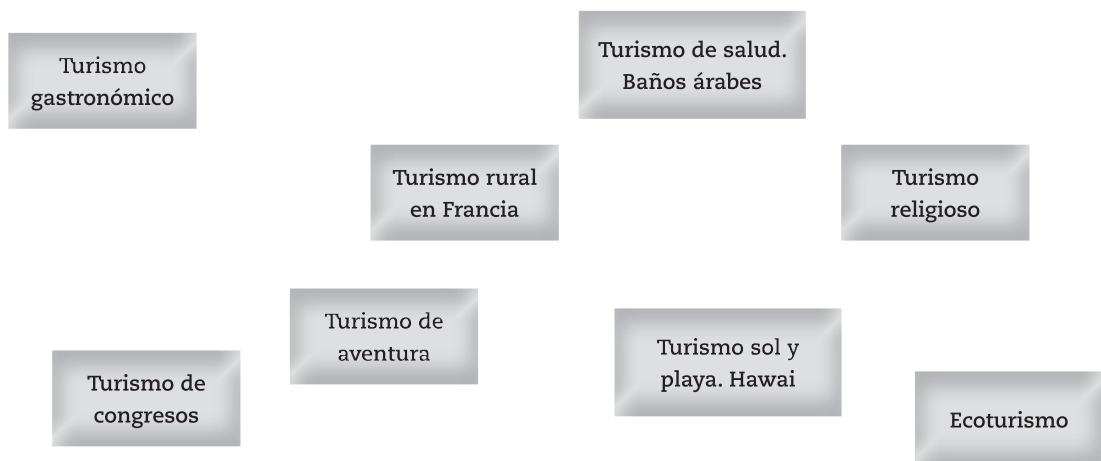
¹⁹ omt-onu – ACTUALIZACIÓN de las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo 1994, Serie M. No. 83.

²⁰ En las notas para traductores, dentro del espacio de las actualizaciones, de las recomendaciones sobre estadísticas de turismo y de traducción. OMT/ONU. Serie E/2010/24. No se hace mención alguna del límite de personas en turismo de grupo.

4. Según la permanencia en el país de destino: Ésta depende del lapso de tiempo del visitante en el destino:
- Turismo itinerante. Es cuando el visitante permanece muy corto tiempo en el lugar de destino. Se asocia con los tours, paquetes o circuitos turísticos, puede ser uno o varios sitios.
 - Turismo residencial o de estadía. Se da con mayor permanencia en el sitio de destino y se asocia al alojamiento con residencias, apartamentos y condominios llamados sistemas extrahoteleros.

Otra clasificación usada con mucha frecuencia es la del enfoque sociológico que se cataloga de la manera siguiente:

- **Turismo de masas:** se define por una gran cantidad de personas que acuden a un mismo sitio y por ende existen grandes concentraciones de visitantes en esos centros receptores. Por ejemplo, sitios de sol y playa como Benidorm España, que puede aceptar una gran cantidad de turistas en poco espacio. Otro ejemplo es el **Freedom of The Seas**, uno de los cruceros más grandes que puede transportar a casi 6 000 personas.²¹
- **Turismo social:** en general lo realiza el sector de menores ingresos de la población. En ocasiones, es promovido y a veces subsidiado. Se organiza y fomenta a través de las asociaciones y agrupaciones sindicales a beneficio de sus afiliados para que disfruten con un gasto mínimo. Se dirige más hacia los obreros, jubilados y estudiantes.
- **Turismo fronterizo:** el estudio parte del reconocimiento de la importancia turística que tiene la frontera al registrar anualmente millones de visitantes fronterizos, que equivalen a una gran captación nacional de visitantes internacionales.
- **Turismo alternativo:** es aquel que surge de la gama de opciones o posibilidades de viaje, en donde la tendencia es apartarse del modelo de turismo masivo. Lo importante es que sea encauzado adecuadamente y no en detrimento de la sociedad. Entre ellas se pueden citar: al cultural, rural, de aventura, ecoturismo y las posibilidades son infinitas.



²¹ John Child/National Geographic. 22 Mar 2011 <http://www.torrentdownloads.net/j/john+child>

Resumiendo, las formas de su clasificación siempre dependerán de los requerimientos o de su óptica de tratamiento.

Organismos y asociaciones nacionales e internacionales relacionadas con el turismo

Existen múltiples organizaciones globales y regionales, que ayudan a regular la actividad turística en el mundo entero. A su vez, existen diferentes países y cada uno con distintas necesidades. Lo que no permite un criterio de uniformidad de operación de todas las organizaciones para todos los países.

Sin embargo, existen diversas formas de catalogarlas; por ejemplo, por regiones, por áreas, por funciones. Aun con lo anterior, se mencionarán las más sobresalientes de la mayoría de los países, a fin de tener un cuadro de referencia.

También se presentan los organismos regionales más representativos proporcionando como ejemplo a México.

Organismos y Asociaciones Internacionales de Turismo Mundial

Organización Mundial del Turismo, OMT, www.unwto.org

Ésta es la única organización intergubernamental de turismo, que debería existir en cada región del mundo.

Su representación se extiende a nivel internacional en países miembros, en gobiernos locales, organismos y asociaciones tanto públicas como privadas. Funciona a través de cinco comisiones regionales (África, América, Asia meridional, Asia oriental y el Pacífico).

Es la organización internacional líder en el sector de los viajes y el turismo. Sirve como un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente práctica de conocimientos técnicos de turismo. Ofrece a sus estados miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los campos del turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT)
Capitán Haya 42, 28020 Madrid, España
Tel: (+34) 915678100, fax: (34) 915 713 733
Correo electrónico: omt@world-tourism.org
Página web: www.world-tourism.org

A nivel internacional se cuenta con una vasta serie de organismos que se encargan entre otras funciones importantes de la atención del turismo y su desarrollo, entre los más destacados están:

Consejo Mundial de Viajes y Turismo, WTTC, www.wttc.org

Es la representación del sector privado mundial, es el foro de líderes empresariales de las firmas más importantes en el mundo: de alojamiento, alimentos, entretenimiento, recreación, transporte y otros servicios afines, que se unen para generar prosperidad en la industria a través de reuniones que abordan actividades generales (para todos los países), iniciativas regionales y de investigación económica.

Su objetivo central es trabajar con los gobiernos para potenciar su impacto económico en otras partes del mundo, en el sector de viajes y turismo.

Fundado en 1990, las políticas del WTTC se establecen e implementan por un Comité de 15 miembros ejecutivos, un presidente y un pequeño equipo en Londres, con oficinas de representación en Norte, Centro y Sur América, África, Asia/Pacífico y Europa Central y Oriental.

World Travel & Tourism Council (WTTC)
02.01 Reina Victoria Terraza, Tribunal Soberano,
3HA E1W Londres, Reino Unido
Tel.: (+44-870) 7279882, fax: (+44-870) 7289882
Correo electrónico: enquiries@wttc.org
Página web: www.wttc.org

ICAO Organización Internacional de Aeronáutica Civil

Organismo cuya sede se encuentra en Montreal, Canadá organizó la preparación para la integración de la International Air Transport Association (IATA). www.icao.int

IATA Asociación Internacional de Transporte Aéreo. International Air Transport Association, www.iata.org

De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de boletos, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, boletaje, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Tiene sedes en Ginebra y Montreal.

ONU Organización de las Naciones Unidas, www.un.org/es

Colabora en el diseño de modelos de gestiones de destino, de turismo sustentable, de transculturación, en programas de conservación del manejo del patrimonio cultural y social de cualquier nación. Promueve acuerdos con los países y procura su seguimiento para apoyar el progreso económico y social.

OEA Organización de los Estados Americanos, www.oas.org/es/temas/turismo.asp

Dado que el turismo es vital para tantos países, la organización ha desarrollado un plan de seguridad turística, con el propósito de fortalecer la capacidad de los sectores turísticos público y privado, para prevenir y responder ante posibles ataques u amenazas que atenten contra la seguridad en lugares turísticos.

UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, www.unesco.org/new/es/culture/themes

Se propone acompañar a sus 191 estados miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural; entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo. De este modo, contribuye a la lucha contra la pobreza, a la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas.

Organismos y Asociaciones Internacionales de Turismo Regional

Algunas de las más importantes son:

APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation/ Cooperación Económica Asia-Pacífico. www.apec.org
ATA	Africa Travel Association/Asociación de Viajes de África. www.atta.travel
ASEANTA	Asean Tourism Association/Asociación de Turismo de Asia. www.aseanta.org
COSUTAL	Consejo Superior de Turismo de América Latina. www.vlex.com/ve
COTAL	Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina. www.cotal.org.ar
COVAL	Consejo de Agencias de Viajes de América Latina. Es quien representa a COTAL. www.cotal.org.ar
CTO	Caribbean Tourism Organization/Organización de Turismo del Caribe. www.onecaribbean.org
CTC	Canadian Tourism Comision/Comisión Canadiense de Turismo. www.canadatourism.com
CTN	Creative Tourism Network/Red de Turismo Creativo. Sede en Barcelona. www.creativetourismnetwork.org
ETC	European Travel Comision/Comisión Europea de Turismo www.etc-corporate.org
ETOA	European Tour Operators Association/Asociación Europea de Operadores Turísticos. www.etoa.org
EU	European Union/Unión Europea. www.europa.eu
FIYTO	Federation of International Youth Travel Organizations/ Federación Internacional de Organizaciones de Viajes para Jóvenes. www.vec.ca
FTO	Federation of Tour Operators/Federación de Operadores Turísticos. Sede en Inglaterra www.fto.co.uk
IAATO	International Association of Antarctica Tour Operators/Asociación Internacional de Operadores Turísticos en la Antártida. Sede en EUA www.iaato.org
ICCA	International Congress & Convention Association/ Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. Ferias, congresos, convenciones y viajes de incentivo. Sede en Ámsterdam. www.iccaworld.com
IH&RA	International Hotel & Restaurant Association/Asociación Internacional de Hoteles & Restaurantes. Sede en Londres. www.ih-ra.com
IMO	International Maritime Organization/Organización Marítima Internacional. www.imo.org
IOTO	Indian Ocean Tourism Organisation/Organización de Turismo del Océano Índico. www.ioto.org.sc
IRU	International Road Transport Union/Unión Internacional de Transporte por Carretera. www.iru.org
ISTTE	International Society of Travel and Tourism Educators/Sociedad Internacional de Educadores de Viajes y Turismo. www.istte.org
IYHF	International Youth Hostel Federation/Federación Internacional del Albergue para la Juventud. Sede en Inglaterra www.hihostels.com
OCED	Organization for Economic Co-operation and Development /Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo. www.oecd.org
OTA	Open Travel Alliance/Alianza Open Travel. www.opentravel.org
OTTI	Office of Travel & Tourism Industries/Oficina de Viajes e Industrias de Turismo. www.tinet.ita.doc.gov

PATA	Pacific Asia Travel Association/Asociación de Viajes Asia-Pacífico. www.pata.org
SPTO	South Pacific Tourism Organization/Organización de Turismo del Pacífico Sur. www.spto.org
STIC	Sports Tourism Internation at Council/Consejo de Deportes de Turismo Internacional. www.sptourism.net
TTRA	Travel and Tourism Research Association/Asociación de Investigación de Viajes y Turismo www.ttra.com
UIC	International Union of Railways/Unión Internacional de Ferrocarriles. www.uic.org
UFTAA	Universal Federation of Travel Agencies Associations/ Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes. Sede en Bruselas. www.uftaa.org
WTF	World Tourism Foundation/Fundación mundial del Turismo. www.worldtourismfoundation.org

Figura 1.22 Organismos internacionales. Elaboración propia.

Organismos Nacionales de Turismo en México

En México el organismo gubernamental federal más importante que regula las actividades del mismo es la SECRETARÍA DE TURISMO de entre otros organismos centralizados y descentralizados. Y a nivel mundial la más importante en relación al turismo con respecto a México, es la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.

Las que más se distinguen o las más representativas para México son las siguientes.

En lo que se refiere a sus entidades nacionales, la más importante es:

- **SECTUR. Secretaría de Turismo.** www.sectur.gob.mx. Se encarga de regular, modificar, orientar, desarrollar y promover el desarrollo de las prácticas del sector turístico de México.

Para llevar a cabo dichas funciones la Secretaría de Turismo cuenta con las siguientes unidades:

- Subsecretaría de Operación Turística
- Subsecretaría de Planeación Turística
- Subsecretaría de Innovación y Calidad

Órganos Descentralizados de SECTUR

- CESTUR. Centro de Estudios Superiores en Turismo. www.sectur.gob.mx
- Corporación Ángeles Verdes

Entidades Coordinadas:

- CPTM. Consejo de Promoción Turística de México. www.cptm.com.mx
- FONATUR. Fondo Nacional de Fomento al Turismo. www.fonatur.gob.mx

Adicionalmente para el apoyo al turismo, en algunas de sus áreas de las instituciones, se cuenta con:

- INAH. Instituto Nacional de Antropología e Historia. www.inah.gob.mx
- CONACULTA. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. www.conaculta.gob.mx
- TURISSSTE. Turismo para los Trabajadores del Estado. www.issste.gob.mx/turissste
- IMSS. Oficina de Turismo y Convenciones. www.imss.gob.mx/servicios/vacacionales
- SEMARNAT. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. www.semarnat.gob.mx

Organismos y asociaciones profesionales de turismo en México.

ANCMMPM	Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial. www.ciudadesmexicanaspatrimonio.org
	Fundación Miguel Alemán. www.miguelaleman.org.mx
ACM	Asociación de Concierges de México. www.asociacionconciergesmexico.org
AFEET	Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas. www.afeet.org
AMA	Asociación Mexicana Automovilística. www.ama.com.mx
AMAAC	Asociación Mexicana de Acampadores. www.acampadores.org
AMANAC	Asociación Mexicana de Agentes Navieros. www.amanac.org.mx
AMAIT	Asociación Mexicana de Abastecedores de la Industria Turística. www.amait.org.mx
AMAV	Asociación Mexicana de Agencias de Viajes. www.ofertasdeviajesmexico.com
AMDETUR	Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos. www.amdetur.org.mx
AMEVH	Asociación de Mercadotecnia y Ejecutivos de Ventas de la Hospitalidad. www.amevh.com
AMHM	Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles. www.hotelesmexicanos.org
AMMT	Asociación Mexicana de Marinas Turísticas. www.ammt.org
AMPRETUR	Asociación Mexicana de Prensa Turística. www.ampretur.org
AMPROFEC	Asociación Mexicana de Profesionistas en Ferias, Eventos y Convenciones. www.amprofec.org.mx
AMR	Asociación Mexicana de Restaurantes. www.amr.org.mx
AMTAVE	Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo. www.amtave.org
ANCH	Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles. www.anch.com.mx
CANAERO	Cámara Nacional de Aerotransporte. www.canaero.org.mx/canaero
CANAPAT	Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo. www.canapat.org.mx
CANACO CIUDAD DE MÉXICO	Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. www.camaradecomerciodemexico.com.mx

CANIRAC	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. www.canirac.org.mx
CONAAV	Confederación Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes de México, A.C. www.conaav.org
CONCANACO SERVYTUR MÉXICO	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo. www.concanaco.com.mx
CNET	Consejo Nacional Empresarial Turístico, A.C. www.cnet.org.mx
CNT	Confederación Nacional Turística. www.confederacion.org.mx
CTS	Cuenta Satélite de Turismo. www.inegi.org.mx
EM	Expo Mayoristas. www.expomayoristas.com.mx
FHEHHM	Federación de Haciendas, Estancias y Hoteles Históricos de México. www.amdetur.org.mx
MPI MÉXICO	Meeting Professionals Internacional sede México. www.mpimexico.org.mx
SITE MÉXICO	Asociación de Ejecutivos en Viajes de Incentivos. www.site.org.mx
SKAL	Asociación Internacional de Profesionales de Turismo. www.skal.org

Figura 1.23 Organismos y asociaciones de turismo en México. Elaboración propia.

Esta lista sólo es informativa, más no significa que fuera representativa; se desarrolló únicamente, con el objeto de contar con una visión de referencia para motivos de estudio.

Representa además del tema tratado; todas las opciones posibles para el desarrollo del profesional del turismo en relación a los sitios para prácticas o trabajo formal que existen; aunado por supuesto a la inmensa oferta de empresas de turismo.

Ópticas del turismo

Enfoques e impactos

El turismo es una actividad protagonista en la actualidad, debido a que es multidisciplinaria, pues engloba una serie de espacios que son importantes en el desarrollo de cualquier nación, porque aporta y recibe una constante variedad de fuerzas sociales, culturales, políticas, económicas, tecnológicas y ambientales, estos enfoques también están estrechamente relacionados entre ellos.

Conocer estas ópticas y su interacción de fuerzas sirve para adquirir un verdadero panorama de la manifestación del turismo además, para determinar las formas de trabajar entre los individuos y las organizaciones, y contribuye con la observación, análisis y predicción para la toma de decisiones sobre situaciones derivadas de este fenómeno tan complejo.

Cabe señalar que hay diversas teorías y puntos de vista de muchos expertos con respecto al manejo de estos temas tan vastos.

Siempre que se trata de explicar una opinión sobre los enfoques en forma individual; necesariamente existe una interrelación con otro enfoque, por ello se determinó que el enfoque, debiera ser provisto en un marco general.

Enfoque Socio-Económico-Cultural-Ambiental

El turismo de nuestros días se manifiesta como una de las modalidades inherentes a la vida de los pueblos y por ende, como un instrumento efectivo para un desarrollo socioeconómico y cultural con respecto al medio ambiente.

El turismo se considera un desplazamiento geográfico, se estima entonces que existe la movilidad del hombre sobre la función de trasladarse para recorrer territorios. Aquí es donde se inicia primeramente todos los enfoques; en lo social y luego de su interacción con otras personas o pueblos, surge en el entorno económico, cultural y ambiental, íntimamente ligado al progreso de las naciones.



Figura 1.24 Enfoque socioeconómico, cultural y ambiental

Enfoque Social-Cultural

La idea más generalizada dice que el fenómeno turístico es en gran medida de origen social y que de ahí se repercute sobre los demás ámbitos como los económicos, históricos, políticos, culturales y medioambientales.

En su contexto subjetivo se encuentra:

- Su enfoque social que se apoya en el argumento de que es una actividad que se da entre seres humanos de un grupo de personas, de muy diversas partes del mundo.
- Paralelamente a su enfoque cultural que se encuentra intrínseco y es donde se aprecian sus costumbres, grados de desarrollo y distintas formas de pensar y vivir.

El turismo se configura hoy en día, como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de la cultura, ya que permite el intercambio de costumbres, que a su vez, se convierten en fuentes de motivación para el consumo de la actividad.

En relación al turismo, ambos enfoques (cultural y social) se desenvuelven en las siguientes vías y su relación entre ellas:

- En el enfoque de las personas que se desplazan de su domicilio habitual a otras regiones, sin fines de lucro, por diversas razones o motivos, como el descanso, conocimiento, deportivas, religiosas o de salud, entre otros (y que estos motivos, dependen de la sociedad donde se desarrollen);
- En el de los recursos humanos de las empresas. Que son las de los proveedores o prestadores de servicios en la comunidad donde se desenvuelven;
- Y en el enfoque que habla de la actitud de la gente local hacia los visitantes.

Estos enfoques inseparables, tienen distintas interpretaciones, así como pueden resultar beneficiosos para algunos son vistos como negativos para otros.

Porque las comunidades directa o indirectamente se relacionan con diferentes culturas (las de los visitantes) o con quienes se hayan como proveedores o prestadores de servicios

(gente ajena a la comunidad, pero que trabaja en el lugar prestando un servicio en la planta turística). Esta interacción sobre las comunidades anfitrionas y sus habitantes, repercuten en sus sistemas, comportamientos, paz, valores, tradiciones y costumbres, formas de vida. Por lo que se deben procurar programas en apoyo a la conciencia de éstos, para conservar su identidad; incluso para que estas mismas comunidades no los alteren.

Considerando que también existen los valores o impactos positivos, que resultan cuando se relacionan con otras personas diferentes se citan algunos ejemplos: como los modelos aspiracionales; la conciencia de la experiencia del visitante sobre el lugar y su importancia en la demanda a futuro; la cohesión comunitaria o creación de instituciones y organizaciones instituidas en beneficio del turismo del lugar o lo que es más importante: al haber más cultura en una población se obtiene más educación, productividad, economía y desarrollo.

Pero estos aspectos (el social y cultural) también requieren de una base material que es lo que hace viable al turismo y que da apertura hacia los demás enfoques; también llamado contexto objetivo.

Enfoque económico

En el contexto objetivo, se encuentra el enfoque económico que es igual de importante, porque se refiere al aspecto tangible de los viajes y a las interrelaciones tanto de actividades como de los sectores involucrados con el turismo.

Ejemplificando, es lo relacionado con el desplazamiento de un lugar a otro (transporte) y lo necesario para cumplir con las expectativas de estancia temporal del visitante (hospedaje, alimentación, recreo necesarios); así como su juego preponderante en las actividades de análisis y productivas de la región donde se desarrolla la actividad turística, también afecta en forma económica.

Lo que es importante dentro de esta implicación económica; es que a diferencia de otros sectores productivos, el desarrollo de la producción y consumo de bienes y servicios se da en el mismo lugar donde se producen, es decir, que la demanda es la que se traslada, a donde se produce o encuentra el producto turístico.

Este análisis económico con enfoque de demanda, considera los requerimientos de los turistas y con ello crea sitios acorde a esas demandas y a programas conscientes de desarrollo. Cada vez más países focalizan su atención en el turismo como área prioritaria de productividad, generadora de empleos y riqueza.

Por supuesto que existen impactos tanto positivos como negativos en este ámbito en particular. Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con el potencial de crecimiento del turismo, con la producción de bienes y servicios, las ganancias en el tipo de cambio, incremento de comercio exterior, desarrollo de otros sectores, redistribución de la renta, fuente de ingresos fiscales, la generación de oportunidades de empleo y de negocios. Y los negativos se dan en relación a los reveses económicos que desalientan el desarrollo del turismo.

Económicamente el turismo siempre ha encontrado nuevas formas de prosperar. Por ejemplo, muchas personas prefieren cambiar sus destinos de viaje o patrones de gasto que renunciar a sus vacaciones. Además ahora existen más paquetes turísticos para todos los gustos y nivel de ingresos, lo que genera a su vez más desarrollo en el sector.

Si se administra un país en relación a las áreas de oportunidad, entre otras como lo es el caso del turismo; habrá más ingresos se crearán más empleos con mejores sueldos y la gente elevará su nivel de vida también, debido a que se tiene más poder adquisitivo por sus ingresos

disponibles y aunado al tiempo para viajar; se hará más turismo, por lo que este ciclo debiera de procurarse.

Denotando el enfoque social, cultural y económico como los más importantes se observará su alcance sobre otros como el histórico, político, ecológico y ambiental. No es que realmente sean menos importantes, sino que su implicación depende de los esfuerzos, en lo social y de la capacidad en lo económico.

Estos impactos pueden ser a su vez muy diferentes, debido a las diversas sociedades donde se desenvuelve el turismo. Pueden ser positivos o negativos como por ejemplo: desde el aporte benéfico como sociedad hasta sus aspectos tan temidos como la transculturación o contaminación, por mencionar algunos.

Concluyendo con el enfoque económico con relación al turismo, puede citarse que se conoce más por sus efectos; debido a que es lo que ha estimulado el interés de los países por el turismo:

- Genera divisas
- Sus ingresos contribuyen a la balanza de pagos
- Contribuye a la cobertura de importaciones
- Ejerce importante influencia en el sector exportador
- Facilita la cobertura de la deuda externa
- Genera empleos directos e indirectos
- Favorece al Producto Interno Bruto
- Ayuda al ingreso nacional y a la redistribución del ingreso

Enfoque histórico

El enfoque histórico sobre el turismo, está determinado a partir de la apreciación de un proceso trascendental que involucra todos los bienes tangibles e intangibles; que se manifiestan en los sucesos pasados y costumbres (estructuras, edificaciones y personajes) valorados auténticamente y recordados por la sociedad, sometidos a narrativas o recreaciones interesantes, dignos de memoria, que se relacionan en una misma sociedad y en un determinado lapso de tiempo.

Y que al haberse creado, modificaron las regiones, produciendo y determinando la riqueza de su historia como zonas, sitios paleontológicos, arqueológicos e históricos, obras de arte, o costumbres, conocimientos, sucesos, habilidades, etc. Importantes situaciones que fueron dando forma apropiándose y acumulándose en la historia, que es lo que hace, individual y única a una nación. Es imposible hablar de historia sin hablar de cultura. Al saber de todos estos sucesos o estructuras nos permitirá entender hasta donde hemos llegado y a donde queremos llegar.

Esto hace que el turismo sea una de las industrias más apoyadas y vinculadas con el contenido y la forma de la historia, lo que permite el cuidado de este tipo de recursos y con ello su preservación a futuro; además con ello, crea productos turísticos atractivos para el visitante.

Enfoque medioambiental

Al ejercer turismo así como se admiran las bellezas naturales y de biodiversidad de una región, se debe fomentar el respeto por la integridad de las mismas; en beneficio primeramente del entorno medioambiental, lo que sin duda, conducirá a un beneficio también para la humanidad.



Figura 1.25 Enfoque medioambiental

Los fuertes impactos que se generan por las construcciones o desarrollos turísticos como las carreteras, aeropuertos, instalaciones turísticas, incluyendo complejos hoteleros, restaurantes, tiendas, canchas de golf y marinas, etc., pueden destruir gradualmente los recursos ambientales con los problemas de congestión, contaminación, condiciones poco higiénicas, pérdida de zonas verdes, causadas por la excesiva urbanización al punto que el mismo turismo y su desarrollo puede destruir lo que atrae visitantes hacia un destino atractivo; pero debemos potenciar el beneficio que ofrece el turismo, como herramienta para financiar la protección y conservación de áreas naturales.

Así que en el enfoque ecológico-ambientalista, la visión es primordialmente de orientación y en seguida de acción. Porque los sitios turísticos en el mundo, llevan la consigna de ser entendidos, apreciados y, por lo tanto, protegidos con ello se obtendrá el privilegio de salvaguardar nuestro propio entorno de vida en este planeta.

Enfoque político

Para el desarrollo turístico es necesaria la concurrencia en la planeación y las políticas públicas que permitan a los países apoyarse en sus gobiernos (además de las de la iniciativa privada). Creando infraestructuras y desarrollos regionales adecuados, modernizando y creando estrategias en los marcos normativos legales y jurídicos acordes a esos desarrollos, orientados a la oferta competitiva, innovación, calidad y generación económica; asimismo vinculándose en relaciones diplomáticas entre los países con lo cual generen turismo mundial con ética y responsabilidad.

Enfoque tecnológico

La tecnología ha logrado grandes avances en la infraestructura de este sector particularmente en los medios de transporte, agencias de viajes y hospedaje; asimismo, en el manejo de la información, citando algunos ejemplos, el uso frecuente del Internet para buscar información, reserva y compra de los productos turísticos por parte los usuarios, o cuando se hacen presentaciones de los hoteles utilizando dispositivos de tableros electrónicos (Ipad).

Otros ejemplos son en el uso de tecnología de vanguardia en los hoteles con las tarjetas que se usan para abrir las habitaciones, los sistemas de calefacción vía celdas solares, la toma de órdenes de alimentos en un restaurante; el uso de sistemas de posicionamiento global (GPS) para los aviones, barcos y autos, o en sistemas de rapidez como el tren bala, etc. Sea cual fuere el medio, lo que ha dado como resultado es una mayor movilidad tanto de información, personas y de capitales que permiten que el turismo avance significativamente.

Sin lugar a dudas, se seguirá haciendo acopio de la tecnología de vanguardia para lograr competitividad a nivel mundial.



Figura 1.26 Profesionales de turismo.

Perfil del profesional en turismo

Habilidades del profesional del turismo

Para la mayoría de las personas uno de sus sueños en la vida, es poder viajar. Por lo que en muchas ocasiones se cree, que quien estudie turismo viajará por el mundo entero, lo cual es parcialmente incorrecto.

Tomar la decisión de incursionar en la rama del turismo, implica que el aspirante antes de decidir su incorporación, debe conocer el perfil de ingreso (lo que se requiere como características, aptitudes y habilidades básicas) para desarrollarse en este sector.

Y que además, lleve a cabo una investigación relacionada, con los alcances que presenta la carrera en cualquiera de sus modalidades.

Algunas de las habilidades o perfil de ingreso que se requieren para quien estudie turismo en cualquiera de sus áreas son las siguientes:

1. Conocimientos generales sobre geografía y patrimonio turístico nacional e internacional.
2. Habilidades para la gestión turística en hotelería, alimentos y bebidas y de otros servicios.
3. Conocimientos de administración y finanzas.
4. Manejo de relaciones interpersonales, dirección y liderazgo.
5. Habilidad e interés por las lenguas extranjeras (como base el idioma inglés).
6. Manejo de programas de cómputo, en su paquetería básica.
7. Experiencia en el área deseada (prácticas profesionales, estudiar y trabajar simultáneamente).
8. Estándares de calidad y excelencia en el trabajo y en la atención al cliente.
9. Curiosidad y actitud crítica en el análisis de su entorno.



10. Actitud participativa y globalizadora para relacionar hechos y características.
11. Recomendable: respuesta inmediata ante situaciones críticas o de emergencia.

Actitudes

Deberá contar básicamente con actitudes de:



Figura 1.27 Actitudes del perfil del profesional del turismo. Elaboración propia.

Es deseable que además de cumplir con el perfil de ingreso, sea necesario concentrarse en el panorama general de lo que se estudia en este ámbito y con ello, determinar el tipo de especialidad profesional sobre las áreas del turismo que se desea cursar.

Durante el recorrido de los estudios al alumno se le capacita en conocimientos relacionados con las áreas de administración, mercadotecnia, recursos humanos, finanzas, contabilidad, hospedaje, agencias de viajes, alimentos, historia, patrimonio, así como en idiomas; por mencionar algunas de las materias de la carrera.

Y las áreas que dependiendo por supuesto del tipo de escuela en el que se desee ingresar, en general podrán encontrar:

Áreas de estudio y trabajo del ámbito



Gastronomía
 Agencias de viajes
 Dirección y gestión hotelera
 Planeación y desarrollo turístico
 Dirección y gestión de restaurantes
 Dirección de líneas de transportación
 Dirección y gestión de empresas turísticas
 Dirección y gestión de congresos y convenciones
 Negocios relacionados con el ámbito turístico
 Dirección y gestión de diagnóstico, desarrollo y promoción de empresas turísticas

Figura 1.28 Áreas de estudio y trabajo del ámbito turístico. Elaboración propia.

Al concluir sus estudios profesionales universitarios, quedará plenamente capacitado para ejercer su carrera, con lo cual:

- Apreciará la importancia del turismo como medio para impulsar el progreso económico y social de las comunidades, regiones y países, desde una perspectiva de desarrollo sustentable.
- Establecerá y controlará los sistemas administrativos y operativos a implantar en las áreas que conforman la estructura de la organización.
- Implementará políticas de planeación de operaciones y proyectos integrales administrativos y de dirección, de las empresas turísticas.
- Será capaz de identificar, prever y administrar riesgos del entorno empresarial, para la toma oportuna y correcta de decisiones.
- Desarrollará proyectos viables financieros y de desempeño de negocios, para la creación e innovación de empresas turísticas o de sus áreas o incluso, de diferentes productos turísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes.
- Dirigirá con el apoyo de estrategias de promoción y publicidad, la creación e innovación de productos o servicios turísticos.

Acciones del ámbito profesional

Las entidades económicas requieren de los servicios de este tipo de profesionales para actuar en cargos de importancia como son:

- Dueños, Gerencias y Direcciones de Líneas de Transporte, Agencias de Viajes, Establecimientos de Hospedaje. Asimismo, se le capacita para cargos públicos de importancia en el sector gubernamental como Director o Subdirector del Ramo Turístico.

Es evidente que el profesional de turismo en la actualidad, deberá ser consciente de seguir preparándose en estudios de otros idiomas o en otros países y estudios avanzados de maestrías y doctorados, a fin de desarrollar excelencia y especialización en el ejercicio de su carrera, con el objeto de ampliar su campo de acción, aportando nuevos conocimientos mediante la aplicación de la acción de investigación.

Esto se traducirá indudablemente, en ventajas competitivas dentro del sector, que por supuesto con ellas se obtendrán beneficios extras, tanto de índole profesional, como corporativa y económica.

Todo redundará en beneficios, porque con estos profesionales calificados y especialistas comprometidos, que resuelvan competitivamente los proyectos turísticos que se presentan con más frecuencia en nuestro país o en otro; no habrá duda que se contará con un sector fuerte y de importante crecimiento.



Resumen del capítulo

Esta unidad se identifica y se presenta como una introducción general al comportamiento de la industria del turismo, en el plano multifacético de su práctica nacional e internacional.

Las principales áreas cubiertas incluyen el turista y las motivaciones y los tipos de turistas, los componentes clave del sistema de la industria del turismo y los impactos sociales, económicos y ambientales del turismo; lo que ayudará particularmente a tener un acervo histórico y para centrarse en las perspectivas propias si se tiene como opción de carrera.

Con el cúmulo de conocimientos aprendidos se tendrá la capacidad de comprensión del turismo, lo que permitirá nuevas interpretaciones de esta actividad ahora tan fundamental.



Enseñanza interactiva

Preguntas

- ¿Qué es turismo? Defina con sus propias palabras.
- ¿Cuál es la célula básica de donde se desarrolla todo el sector turismo y por qué?
- Mencione algunos organismos o asociaciones que están relacionados con el sector.
- ¿Cuál es la diferencia entre visitante y viajero?
- ¿Cuál es la óptica del turismo, desde la perspectiva del impacto social?

Problemas

1. En relación sólo con la industria hotelera en un destino turístico de playa, valórese la necesidad de la conciencia ecológica, emita juicios de su impacto negativo, ofrezca soluciones e indague que instancias son las que norman su correcto desarrollo.
2. El Señor Efraín Tovar urbanizará un complejo turístico en la Ciudad de Chiapas, México. Éste incluye un hotel, un centro comercial y un parque de diversiones. En el terreno mismo, encontró por sorpresa cenotes y pirámides.

Averiguar qué departamento o área de la Secretaría de Turismo, se encargaría de normar dicho complejo y nombrar además otras instancias gubernamentales relacionadas directamente con el sector turismo.

Proyectos

1. Realizar un perfil propio como profesional de turismo, que incluya:
 - Preparación.
 - Aptitudes.
 - Actitudes.
 - Formación académica.
 - Experiencia laboral.
 - Área en específico para desarrollarme.
 - Objetivos personales como profesional en relación al sector.
2. Ayúdate del siguiente enlace (link) para contemplar tu perspectiva personal:
 - http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_9076_orientacion_vocacion
3. Acudir a la calle de Mesones e investigar, si aún existe algún mesón de la época de la Colonia en México.

Respuestas

1. Para obtener las herramientas de solución de esta enseñanza interactiva, ingrese vía Internet al sitio web:
 - <http://www.editorialpatria.com.mx/>
Icono: recursos académicos.
 - <http://www.recursosacademicosenlinea-gep.com.mx/>

Glosario de términos

- Acentuando.** Enfatizando, recalcando.
- Actitudes.** Cualidades, maneras y formas.
- Ámbitos.** Recintos, lugares, espacios. Áreas, perímetros.
- Amenities.** Palabra en inglés que significa amenidades. Cortesías que se regalan que dan confort, comodidad y que contribuyen al bienestar físico y material.
- Antología.** Recopilación, selección, compendio.
- Aptitudes.** Capacidades, talentos, competitividades.
- Auge.** Apogeo, renombre, incremento.
- Autocares.** Autobuses. Vehículo de gran capacidad para el transporte de viajeros interurbano o de largo recorrido.
- Biodegradable.** Que se degrada en beneficio de la naturaleza.
- Cenotes.** Pozos inmensos de agua.
- Climático.** Un clima caracterizado por temperaturas moderadas habituales o acordes al lugar.
- Complejo.** Sistema, grupo, conjunto.
- Conmina.** Amenaza, intimidada, somete.
- Contextualizar.** Argumentar, comprender el contenido.
- Diversas.** Distintas, otras, diferentes.
- Dota.** Otorga, ofrece, entrega, confiere.
- Edad.** Era, es la fecha de un acontecimiento tomada como referencia o hito por una civilización para el cómputo del tiempo debido a su importancia.
- Evidente.** Indiscutible, cierto.
- Implícita.** Tácita, contenida, entendida, circunscrita.
- Imponiéndose.** Colocándose dejando clara su ventaja.
- Innovativo.** Nuevo, diferente, distinto, creativo.

Bibliografía y enlaces

Boniface Brian & Cooper Chris. *Tourism management*. Edit. Elsevier Butterworth-Heinemann Edic. 2ª. 2005, London.

- Interacción.** Acción que se ejerce de forma recíproca.
- Intrínseco.** Íntimo, interior, muy estrecho.
- Instancias.** Lugares o grados donde se resuelven asuntos.
- Mercadotecnia.** Es un proceso socio-administrativo mediante el cual grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor.
- Multidisciplinario.** Que pertenece a muchas disciplinas o pautas.
- Multifacético.** Que contiene muchas aristas, áreas o aspectos.
- Neologismo.** Es una palabra nueva que aparece en una lengua, ya sea procedente de otra lengua o de nueva creación.
- Pernoctar.** Pasar la noche fuera del domicilio habitual especialmente fuera de su propio domicilio.
- Perspectiva.** Configuraciones, trazas, óptica.
- Posteriormente.** Después, consecutivamente, seguido de.
- Referente.** Relativo, concerniente.
- Reveses.** Adversidades, desgracias, infortunios.
- Servicios VIP.** Servicios o amenidades que se dan a los clientes muy importantes.
- Sitios web.** Ciber-sitios, páginas de Internet, páginas virtuales, sitios de Internet. Pertenecientes a una persona, organización o empresa, donde se proporciona o accede a información a través de la computadora.
- Sustancial.** Medular, importante, esencial.
- Vastos.** Ricos, extensos, enormes, grandes.
- Veraz.** Cierta, evidente, clara.
- Versadas.** Instruidas, atendidas, ocupadas.
- Vincularlo.** Relacionarlo, corresponderlo.
- VIP.** Siglas en inglés que significan "very important people", persona de gran influencia o importancia que ordena un trato especial.

Cámara de Comercio e Industria y CEIM, *Libro blanco del turismo español*, Edic. 1990., N°. 108, España.

Fernández Fúster Luis, *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Editorial Alianza Editorial, Ed. 2ª., 1991. Madrid.

- Holloway, J. Christopher, *the business of tourism*, Edit. Trans-Atlantic Publications, Edic. 2a., 1986. EUA.
- J.R. Brent Ritchie & Charles R. Goeldner. *Travel, tourism and hospitality research: a handbook for managers and researchers*. Edit. John Wiley & Sons. Edic. 2a. 1994. EUA.
- Sectur. *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*. Edit. Secretaría de Turismo, Edic. 2006. México.
- Takashi Yoghi, *Ciencia básica y la práctica* [TURISMO] Revista Mensual Kokin Shoin, Edic. 2003. Japón.
- Waishman Pablo. *Tiempo libre y recreación. Un desafío pedagógico*. EDITORIAL CCS, Edic. 1ª. 2008. Madrid.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. ANTECEDENTES EN TURISMO [Actualización: 23 de marzo de 2006], en http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/2_turismo.htm
- Confederación Panamericana de Escuelas de Turismo y Hotelería www.conpeht.net
- Krapf, Kurt (1953): La consumición turística. Traducción de Francisco Muñoz de Escalona. Editado por eumed.net en 2004; accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/>
- Organización Mundial del Turismo www.world-tourism.org/espanol Annals of Tourism Research www.elsevier.com/locate/annals
- Tourism for Tomorrow www.tourismfortomorrow.com
- Universidad Nacional José Faustino Sánchez. *Introducción al turismo*, Escuela Académico Profesional Ciencias Sociales y Turismo, Huacho Perú, ed. 2004. <http://www.scribd.com/doc/2998699/EL-TURISMO->
- World Tourism Organization UNWTO <http://unwto.org/> o www.unwto.org/americas/index.php

Enlaces

- Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Turismo y Hotelería www.anestur.com
- Barrios Salas Luis Ángel, Turismo definiciones de turismo, Editorial Banarroch Perú, S. A. C., <http://www.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo>
- Boletín Turístico www.boletinturistico.com