

Entorno **de la** hotelería y turismo

ALMA VERONICA LINARES URENDA

Red Tercer Milenio

ENTORNO DE LA HOTELERÍA Y TURISMO

ENTORNO DE LA HOTELERÍA Y TURISMO

ALMA VERONICA LINARES URENDA

RED TERCER MILENIO



AVISO LEGAL

Derechos Reservados © 2012, por RED TERCER MILENIO S.C.

Viveros de Asís 96, Col. Viveros de la Loma, Tlalnepantla, C.P. 54080, Estado de México.

Prohibida la reproducción parcial o total por cualquier medio, sin la autorización por escrito del titular de los derechos.

Datos para catalogación bibliográfica

Alma Verónica Linares Urenda

Entorno de la hotelería y turismo

ISBN 978-607-733-128-5

Primera edición: 2012

DIRECTORIO

Bárbara Jean Mair Rowberry
Directora General

Rafael Campos Hernández
Director Académico Corporativo

Jesús Andrés Carranza Castellanos
Director Corporativo de Administración

Héctor Raúl Gutiérrez Zamora Ferreira
Director Corporativo de Finanzas

Ximena Montes Edgar
Directora Corporativo de Expansión y Proyectos

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	4
<i>Mapa conceptual</i>	5
UNIDAD 1	6
Desarrollo del turismo	
Mapa conceptual	7
Introducción	8
1.1 Efectos positivos y negativos del turismo	9
1.1.1 Económico	9
1.1.2 Político	11
1.1.3 Cultural	13
1.1.4 Social	14
Actividad de aprendizaje	15
Autoevaluación	17
UNIDAD 2	18
Servicios Turísticos	
Mapa conceptual de la unidad	19
Introducción	20
2.1. Origen de los servicios turísticos	21
2.1.1 Servicios de hospedaje	21
2.1.1.1 Clasificación de servicios de hospedaje	21
2.1.1.2 Tipos de servicios de hospedaje	23
2.1.1.3 Planes de hospedaje	25
2.1.2 Servicios de alimentos	25
2.1.2.1 Clasificación de servicios de alimentación	25
2.1.3 Servicios de viajes	28
2.1.4 Servicios de transportación	31
2.1.4.1 Transporte aéreo	31
2.1.4.2 Transporte terrestre	32

2.1.4.3 Transporte acuático	33
Actividad de aprendizaje	34
Autoevaluación	36
UNIDAD 3	37
El presente y futuro del turismo	
Mapa conceptual de la unidad	38
Introducción	39
3.1 El turismo en la actualidad	40
3.2 Problemática general del turismo en México	41
3.3 Perspectivas y expectativas del turismo	45
Actividad de aprendizaje	46
Autoevaluación	47
<i>Bibliografía</i>	49
<i>Glosario</i>	50

INTRODUCCIÓN

El turismo, una actividad cuya importancia económica, social y cultural no se puede pasar por alto, su propósito principal es satisfacer necesidades del visitante que, lejos de casa, requiere servicios de alojamiento, alimentación, transporte, diversión y sobre todo trato humano.

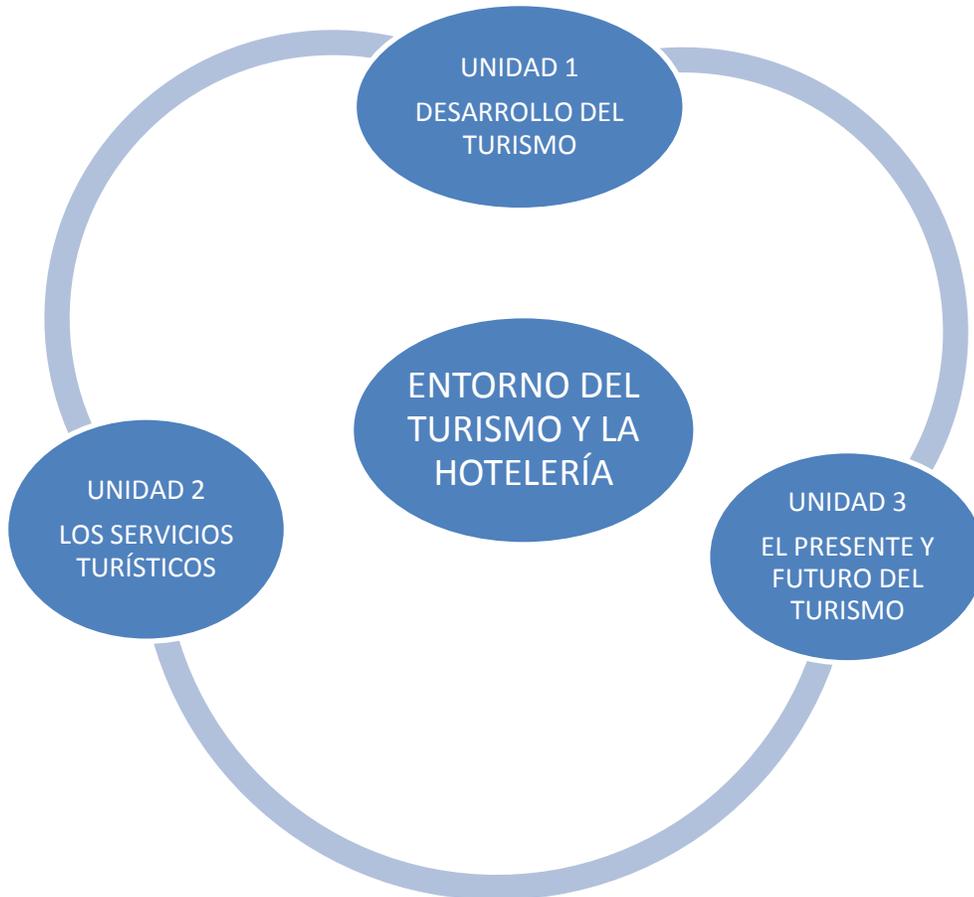
Como fuente de ingresos y generador de empleos, el turismo es un instrumento de desarrollo económico que exige una planificación adecuada.

Para ello es necesario tener un panorama completo de todos los aspectos inherentes al turismo: históricos, económicos, sociales, culturales y ambientales. Así como también de las empresas que forman parte de esta tan importante industria y que proporcionan los servicios al turista, así que se abordarán los temas de las empresas hoteleras, de alimentos y bebidas, transportación y agencias de viajes.

Por último se realiza un análisis de la situación del turismo en la actualidad, tanto en el mundo como específicamente el caso de México; sus alcances y limitaciones y que se requiere para convertir esta noble actividad en un motor de desarrollo económico.

Esta es la información que contiene este libro y pretende dar las bases para los alumnos de la licenciatura de Administración de Empresas Turísticas.

MAPA CONCEPTUAL



UNIDAD 1

DESARROLLO DEL TURISMO

OBJETIVO

El estudiante identificará los efectos tanto positivos como negativos que genera la actividad turística en los diferentes ámbitos que afectan al país.

TEMARIO

1.1 EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO

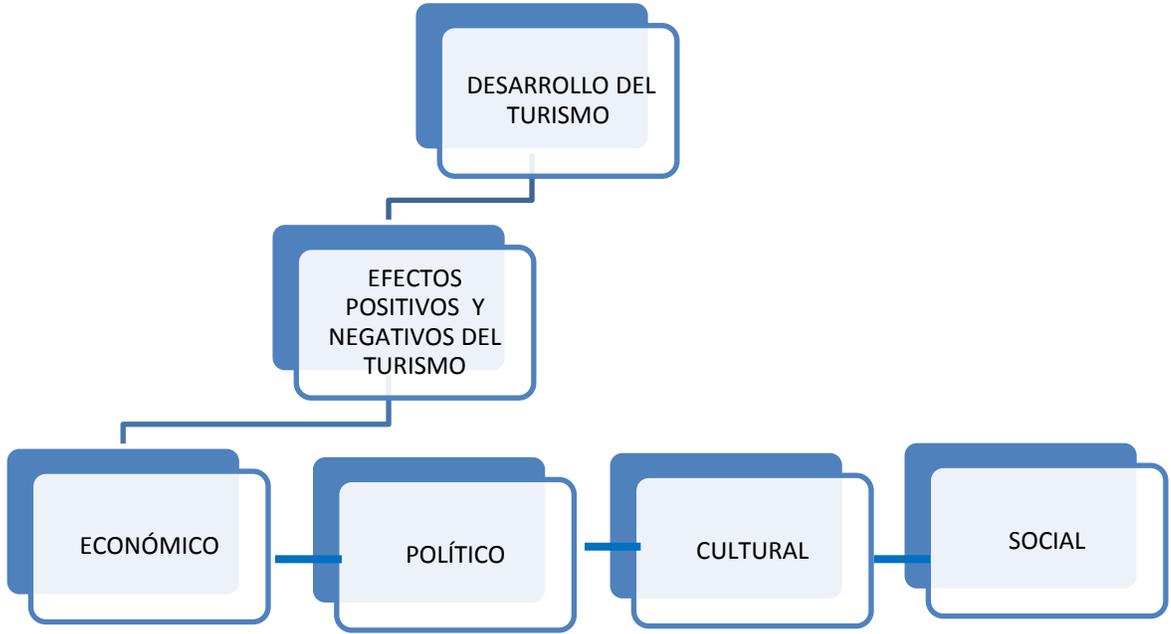
1.1.1 Económico

1.1.2 Político

1.1.3 Cultural

1.1.4 Social

MAPA CONCEPTUAL



INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se identificará la actividad turística como una inherente a la vida moderna, y por ende como un instrumento eficaz del desarrollo socio-económico, político y cultural; asimismo, se resaltarán la importancia que el turismo propicia en los diferentes campos de la actividad humana, repercusiones que normalmente, cuando se dan dentro de un desarrollo armónico, se traducen en beneficios para toda la sociedad.

1.1 EFECTOS NEGATIVOS Y POSITIVOS DEL TURISMO

1.1.1 Económico

El turismo en México representa un importante ingreso de divisas. En el mundo se generan 880 mil millones de dólares como resultado de esta actividad, en México, país en donde se realizan 32 millones de viajes al año, el turismo doméstico representa 90 millones de dólares, y 13 millones de dólares el internacional. De acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo para el año 2009.

El turismo genera empleos directos e indirectos, aunque habitualmente se dan por temporadas. Esto ocasiona que a los trabajadores y sus familias no puedan aspirar a una mejor calidad de vida. Además, desafortunadamente para los habitantes de la localidad receptora de turistas, que no cuentan con la preparación académica necesaria, son discriminados, los empleos mejor remunerados se asignan a personal contratado en otras ciudades, muchas veces del exterior de la comunidad o peor aún, a los extranjeros.

Es por ello que se debe observar lo que la Agenda 21¹ para el Turismo Mexicano señala: Su objetivo es proponer estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazo, para fortalecer la dinámica de los destinos turísticos, trabajar hacia el desarrollo sustentable de la actividad, *consolidando el bienestar del ser humano*, preservando el medio ambiente y la cultura, *así como optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades*. Y tiene entre otros, el reto de contribuir a la reducción de la pobreza por medio de la generación de empleos en el sector del turismo, y la ejecución de programas y proyectos turísticos, en alianza con el sector público, privado y la sociedad civil.²

¹ La Agenda 21 para el Turismo Mexicano es un programa que encabeza SECTUR con la SEMARNAT, para propiciar el desarrollo sustentable de la actividad turística, en otras palabras es la propuesta para trabajar juntos municipio, estado, federación, empresarios y comunidad, a fin de mejorar las condiciones de los destinos.

² http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_avances_agenda_21.México 2009

El Programa Agenda 21 permite unir esfuerzos y recursos del ámbito gubernamental, académico, social y privado, pues su objetivo va directamente ligado a la actividad económica y a la calidad de vida de los destinos.



El turismo internacional, en la economía de un país se mide de acuerdo con la captación de divisas; sin embargo, éstas no siempre se quedan en los países donde se realiza la actividad turística, es decir, que si el hotel; por ejemplo; es de capital extranjero, las ganancias se las llevarán al país de origen y lamentablemente no se quedan en el país donde se generó ese ingreso por turismo. Beneficios económicos del turismo provienen de diferentes fuentes: hoteles, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportación, servicio de guías, y otros servicios complementarios. Por lo tanto, es importante mencionar que, para poder ofrecer los servicios que el turismo internacional requiere, muchas veces se necesita importar recursos, materiales y equipos, importaciones que en el largo plazo ocasionarán que los ingresos en dólares que provienen del turismo internacional se vean reducidos. Y por tanto, el efecto en la balanza turística del país será negativo.

1.1.2 Político

La actividad turística siempre ha sido un motor de desarrollo para muchos países, y por supuesto México no es la excepción. Debido a ello, el Estado no ha sido indiferente al alcance económico y de desarrollo que se puede tener al potenciar la actividad turística.

Se tiene por ejemplo el caso de España, país que hasta hace 10 años no tenía una política turística definida, es más, su principal actividad económica no se basaba en el turismo. Y hoy en día se ha convertido en potencia mundial en captación de turistas internacionales y por ende, de millones de dólares en divisas que éstos generan.

¿Cómo lo logró España? Muy sencillo, impulsó políticas turísticas en donde entre otras cosas, la Constitución consagra al gobierno central la facultad exclusiva de la promoción internacional de todo el país, para asegurar la correcta difusión de una misma imagen. Asimismo, se consolidan estrategias a largo plazo donde se fortalece la misión de las empresas turísticas de ese país con la visión pública.

Cuando se hace referencia a política turística, debe entenderse que se habla de un conjunto de estrategias impulsadas por el Estado, en este caso el mexicano, para encaminar esta actividad hacia el logro de determinados propósitos de trascendencia nacional. Es así que a partir de la primera mitad de la década de 1970, se genera el primer documento que legaliza todas las actividades relacionadas con el turismo: La Ley Federal de Turismo de 1974, el Plan quinquenal de Turismo de 1978-1982 y el Plan Nacional de Turismo de 1980. Estos documentos sentaron las bases para el desarrollo turístico de México, y es entonces cuando se comienza a promover la práctica generalizada de esa actividad, y fomentar mediante ella, un desarrollo regional.

Así es que cada sexenio se genera, desde esa época; un Plan Nacional de Turismo impulsando y dando prioridad a diversos temas dentro de la actividad turística. Sin embargo, es lamentable observar que la actividad turística se redefine para cada sexenio y no, dentro de un plan estratégico que

realmente le dé la importancia tanto en materia económica y social como el país necesita.

Otros aspectos importantes a mencionar en relación con la política turística de un país y que afecta en menor o mayor grado, según sea el caso, el desarrollo de la actividad turística son los trámites de pasaportes, visas, aduanas y requisitos sanitarios, denominados formalidades migratorias.

Por razones de tipo económico y político, algunos países han tenido que establecer reglamentaciones restrictivas y se han visto en la necesidad de legalizar las “formalidades migratorias”. Su establecimiento se debe a las condiciones a que se debe sujetar una persona para autorizarla a cruzar la frontera.

La tendencia en la actualidad es proporcionar las mayores facilidades durante la visita a otros países, y en algunos casos sólo se requiere la presentación del pasaporte, que identifica al titular; y la obtención de la visa, que en ocasiones exige y expide el país que se va a visitar. Así como también son importantes los requisitos sanitarios que han determinado los países para la protección de la salud de su población, mismos que establecen ciertos requisitos, entre ellos vacunas y certificados médicos, que el turista deberá solicitar y mostrar a las autoridades correspondientes en el momento que se interna a un país diferente al de su nacionalidad. Por ejemplo, si un mexicano va a viajar a Brasil, necesita llevar consigo un certificado de vacunación contra la fiebre amarilla y el dengue. Sin ese requisito, aun lleve pasaporte y visa vigente, no podrá entrar al territorio brasileño.

En México los requisitos que se solicitan a un extranjero para internarse en el territorio, se reducen a mostrar su pasaporte vigente, y en algunos casos, de acuerdo con su nacionalidad, le solicitarán el certificado médico para algunas enfermedades contagiosas, tales como: influenza, gripe aviar, cólera, dengue, fiebre amarilla.

1.1.3 Cultural

Debido a que el turismo es un fenómeno notablemente social, por generarse de desplazamientos humanos, ha tenido desde sus inicios una estrecha relación con otros fenómenos sociales. Es así que se configura como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de una cultura, ya que permite el intercambio de usos y costumbres, tradiciones, gastronomía, etc.

El encuentro entre dos culturas da como resultado que, en ocasiones, se genere una tercera, distinta por ciertos rasgos peculiares y propios. Este fenómeno es conocido como “transculturación”, que significa conjunción de dos o más culturas. Esto es lo que sucedió con México en el momento histórico de la Conquista, en donde cada cultura autóctona (maya, olmeca, azteca, etc.) entró en contacto con otra: la española.

El turismo contribuye a un proceso similar, conocido con el nombre de “transculturización turística”. Es decir, el contacto entre habitantes de un país que cruzan sus fronteras y los habitantes de la comunidad receptora, dan como resultado importantes efectos de transculturación tanto en el visitante (turista) como en el residente.

Lamentablemente, no siempre se dan resultados positivos del turismo en el área cultural, sobre todo en países que son fuertemente influenciados por su bajo nivel económico y que reciben un gran flujo de turistas. Esta influencia se ve con mayor intensidad en cambios del idioma, costumbres, gastronomía, vestuario, etc. Son tan marcados esos cambios, que algunos lugares turísticos que sobreviven por la actividad turística, han llegado a perder su identidad, para convertirse en “copias baratas” del país o lugar de mayor influencia, tal como lo menciona Manuel Ramírez Blanco.³

Un aspecto importante por mencionar también, es recordar que el patrimonio turístico de un país es el principal motor de desplazamientos de viajeros de un lugar a otro, llámese país, estado, municipio, etc.

³ Ramírez Blanco, Manuel, *Teoría general del turismo*, p. 156.

El patrimonio turístico de un país se integra por dos elementos principales:

- a) Los naturales: que son aquellos en cuya presencia no ha intervenido el hombre. Por ejemplo: los ríos, montañas, mares, playas, cascadas, grutas, flora, fauna, etc.
- b) Los culturales: aquellos en que sí ha participado la manifestación directa del hombre; por ejemplo, el folklore, las artes, monumentos, artesanías, gastronomía, danza, música, lugares arqueológicos, festivales, ferias, exposiciones, etc.

Todos los elementos anteriores forman parte también de la riqueza cultural que motiva el desplazamiento de un turista de su lugar de residencia habitual a otro diferente, y por consecuencia generará un fenómeno de transculturización.

1.1.4 Social

Otro aspecto importante a considerar que provoca el fenómeno del turismo es el aspecto social, que considera conceptos tales como desempleo, crecimiento demográfico, confrontación entre los visitantes y las prácticas tradicionales, provoca rupturas culturales, propicia inseguridad en algunos casos.

Que significa esto: que los países deben prever esas consecuencias y, mediante procesos de planificación, encontrar los medios eficaces que aminoren tales efectos. Uno de los resultados más importantes de la actividad turística es la generación de empleos, ya que no sólo beneficia en forma directa sino indirectamente a todas las gamas de actividades económicas que en una manera u otra se relacionan con el turismo.

Como una solución a los problemas antes mencionados, se plantea la actividad turística que, con bajos niveles de inversión en relación con otros sectores económicos, generan empleos tanto para personal especializado como técnicos. Además de esta generación de empleos, el turismo conduce al

incremento de la producción agrícola, industrial, y de servicios, que constituyen el soporte de esa actividad.

Entre otros beneficios de carácter social el turismo ofrece los siguientes:

- a) Impulsa el intercambio cultural.
- b) Propicia el interés de la comunidad propia identidad.
- c) Preserva el patrimonio turístico.
- d) Genera empleos.
- e) Propicia actividades diferentes en los visitantes.
- f) Permite descubrir lugares diferentes, gente distinta.
- g) Promueve la sana convivencia entre residentes locales y visitantes.

En palabras del director del Consejo de Promoción Turística de México, Stephin Austin,⁴ comenta que los encargados de promover a México como destino turístico tienen como tarea principal romper con la idea que se tiene sobre el país en el extranjero. Hablar mucho más de otros “rostros” que puede ofrecer y destacar, sobre todo la parte cultural y social del país.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Instrucciones: Reúna por lo menos dos periódicos de la localidad e identifique cinco noticias o artículos que contengan ejemplos de aspectos políticos, económicos y sociales que incidan principalmente al desarrollo del turismo.

Ejercicio 1

Instrucciones: Con los artículos recolectados, realice un collage y escriba una síntesis de cada uno de ellos en el cuaderno.

Ejercicio 2

Instrucciones: Investigue los requisitos para obtener un pasaporte en su localidad, y expóngalo en clase.

⁴ López Jorge Arturo, “Impulsar la diversidad, el nuevo reto”, El Universal, núm. 33882, México, 2010, pp. A13.

Ejercicio 3

Instrucciones: Realice un cuadro sinóptico donde se muestren los países que solicitan visa y requisitos sanitarios para los mexicanos.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Relacione ambas columnas con la respuesta correcta.

Se produce por efecto de la transculturización	(C)	A) Impacto económico
Promueve el empleo	(D)	B) Impacto político
Se mide por la cantidad de divisas generadas	(A)	C) Impacto cultural
Debería fomentar planes estratégicos	(B)	D) Impacto social
Ocasiona que a los trabajadores y su familia no puedan aspirar a una mejor calidad de vida.	(A)	
Conjunto de estrategias encaminadas por el Estado	(B)	
Este tipo de impacto proviene de diferentes fuentes de ingreso	(A)	
Permite el intercambio de usos, costumbres	(C)	
Contempla conceptos tales como desempleo, crecimiento demográfico	(D)	
Debido a este efecto, se genera un Plan Nacional de Turismo	(B)	
Esta influencia se ve con mayor intensidad en cambios del idioma, costumbres, gastronomía	(C)	

UNIDAD 2

LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

OBJETIVO

El estudiante identificará la estructura de las empresas dedicadas a ofrecer servicios para satisfacer las necesidades del turista.

TEMARIO

2.1 ORIGEN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

2.1.1 Servicios de hospedaje

2.1.1.1 Clasificación de servicios de hospedaje

2.1.1.2 Tipos de servicios de hospedaje

2.1.1.3 Planes de hospedaje

2.1.2 Servicios de alimentos

2.1.2.1 Clasificación de servicios de alimentación

2.1.3 Servicios de viajes

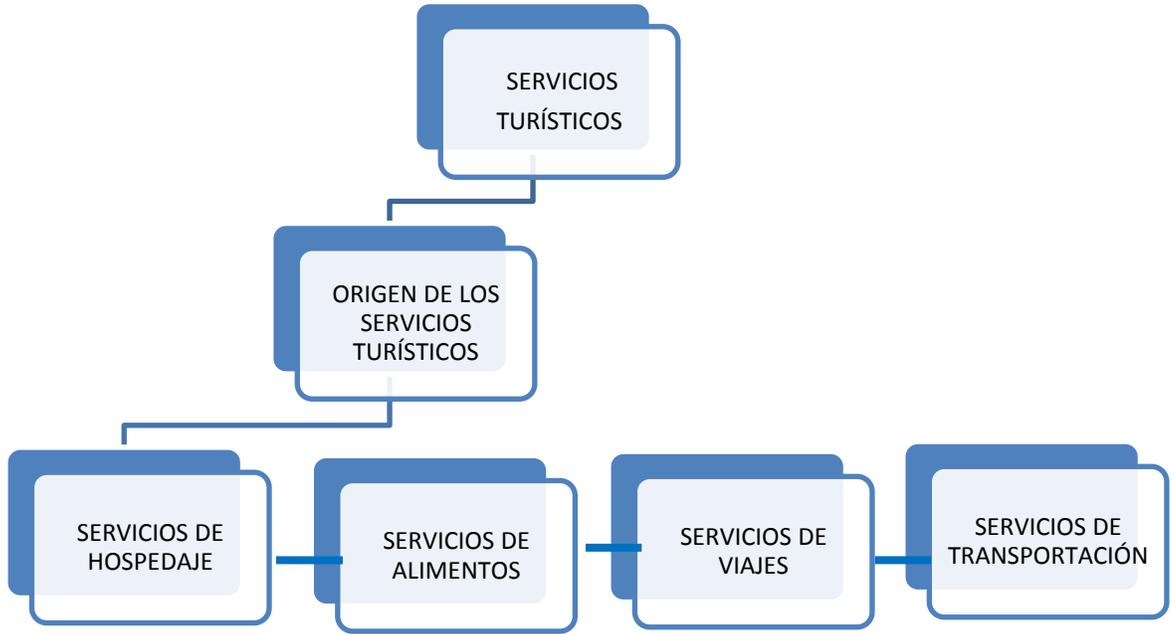
2.1.4 Servicios de transportación

2.1.4.1 Transporte aéreo.

2.1.4.2 Transporte terrestre

2.1.4.3 Transporte acuático

MAPA CONCEPTUAL



INTRODUCCIÓN

En este capítulo se identificarán los diferentes servicios turísticos, necesarios para el traslado, permanencia y alimentación de los turistas.

2.1 ORIGEN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

2.1.1 Servicios de hospedaje

Las habitaciones para los huéspedes primero formaban parte de residencias privadas. Después surgieron las posadas y los cuartos de huéspedes. Ahora, las actividades de alojamiento tienen una enorme importancia económica. Muchos lugares de alojamiento proporcionan además de las habitaciones para el descanso y permanencia de los turistas, salones de juntas, instalaciones para congresos, restaurantes, bares, espectáculos, tiendas, casinos, gimnasios y otras instalaciones y actividades.

Los servicios de hospedaje ocupan un lugar importante entre los servicios turísticos que todo país debe ofrecer a sus visitantes. México, país turístico por excelencia, dispone cada vez más de miles de habitaciones, agrupadas en todas las categorías, para que puedan satisfacer las expectativas de los turistas que lo visitan.

Puesto que el hotel es uno de los principales prestadores de servicios turísticos, es indispensable definirlo, ya que sin su participación en la actividad turística, ésta no tendría el auge que se ha alcanzado hasta hoy en día.

Definición de hotel: lugar que proporciona hospedaje, alimentación, entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades.⁵

Existen diferentes tipos de servicios de hospedaje, de distintas características, precios y grados de confort.

2.1.1.1 Clasificación de servicios de hospedaje

1. Por su dimensión o tamaño:
 - Pequeños (hasta 80 habitaciones).
 - Medianos (hasta 200 habitaciones).
 - Grandes (más de 200 habitaciones).

⁵ Barragán del Río Luis, *Hotelería*, p. 11.

2. Por tipo de segmento de mercado al que recibe:
 - Comerciales (generalmente de negocios).
 - Vacaciones (turistas).
 - Para convenciones y eventos de trabajo.

3. Por calidad de los servicios:
 - Sistema de vocablos descriptivos (lujo, superior, primera, turista, ordinario).
 - Sistema de clave de letras (AA, A, B, C y D).
 - Sistema de estrellas (Lujo-gran turismo, 5, 4, 3, 2, 1 estrellas).
 - Sistema de diamantes (1 a 5 diamantes).

De acuerdo con la American Automobile Association, identificada como "AAA", que cuenta con más de 35 millones de socios y por cuenta propia, ha hecho un sistema de clasificación, usando de uno a cinco diamantes, iguales en su representación gráfica a los naipes o barajas norteamericanas. Esta asociación ha asignado a los hoteles mexicanos de 1 a 5 diamantes en las guías que publica, cuyo significado es el siguiente:

	Alcanza los requerimientos básicos de la AAA para ser recomendado.
	Excede requerimientos mínimos de la AAA en algún aspecto físico y/o de operación.
	Excede significativamente los requerimientos de la AAA en muchas de las características físicas y operacionales.
	Ofrece instalaciones muy cómodas y atractivas. Excepcional, excede significativamente la mayoría de las categorías físicas y operacionales. Ofrece instalaciones lujosas, así como beneficios adicionales. Los gerentes, su personal, el personal de limpieza y de mantenimiento, Califican muy arriba del promedio normal.
	

De excelencia reconocida; otorgado sólo a aquellos establecimientos extraordinarios que son ampliamente conocidos por una marcada superioridad en sus instalaciones, sus servicios y su ambiente en general.⁶

4. Por su operación:
 - Permanentes (operan todo el año).
 - De estación (operan en determinadas épocas).
5. Por su organización:
 - Independientes.
 - De cadena.
 - Franquicias.
6. Por su ubicación:
 - De playa.
 - De montaña.
 - De ciudad.

2.1.1.2 Tipos de servicios de hospedaje

Esta clasificación depende del tipo de servicios que puede disponer el huésped.

- a) Albergue: orientado principalmente a viajeros jóvenes; localizado en centros vacacionales de excursionismo; comodidades mínimas.
- b) Campamentos: áreas para acampar, se pueden utilizar casas de campaña o camiones remolque.
- c) Casa de huéspedes: funcionan como hoteles pequeños y económicos; se rentan por días, semana o mes, ofrecen opcionalmente el servicio de alimentación en un comedor común y el de lavado de ropa.
- d) Motel: se localizan principalmente a lo largo de las carreteras y en la entrada y entronque de de las autopistas con las ciudades. Tienen una construcción horizontal en el área que ocupa.

⁶ Barragán del Río Luis, *Hotelería*, p. 31.

Proporcionan habitación, baño y área de estacionamiento; las habitaciones tienen por lo general entrada directa desde el estacionamiento. Se comenzaron a utilizar en los años de 1940 en los Estados Unidos de América y surgen por la necesidad de los turistas que se desplazan en automóvil.

- e) Hotel: establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, proporciona además del servicio de hospedaje, otros servicios complementarios, tales como espacios sociales, alberca, restaurantes, bar, centro nocturno, agencia de viajes, salón de belleza, peluquería, spa, gimnasio, etc.
- f) Condominios: se encuentran principalmente en zonas turísticas, son apartamentos completamente equipados con cocina, comedor, dos o más habitaciones, sala, baño; generalmente se ofrecen a turistas que viajan en grupo con deseos de permanecer en él por una temporada larga de vacaciones. Se renta por un periodo de una semana o hasta un mes.
- g) Tiempo compartido: derivación del tipo anterior, únicamente que se compra membresía para determinado periodo del año.
- h) Hacienda: se caracteriza por estar dentro de antiguas casas de arquitectura colonial, frecuentemente contrastan con sus modernos servicios de comedor, alimentos y entretenimiento.
- i) Histórico: hospedaje que se ofrece dentro de edificios restaurados, generalmente construidos en siglos pasados, que reflejan el ambiente de la época en que se edificó y su región circundante. Las habitaciones tienen todos los servicios modernos.
- j) Hotel balneario: establecimiento de hospedaje construido cerca de manantiales de aguas curativas, con especial énfasis en regímenes dietéticos, tratamientos médicos, o de descanso.

2.1.1.3 Planes de hospedaje

Independientemente del tipo o categoría del hotel de que se trate, al servicio de hospedaje se puede agregar el servicio de alimentos, así es que existen cuatro planes de alojamiento.

- a) Plan europeo: sin alimentos.
- b) Plan continental: con desayuno.
- c) Plan americano modificado: desayuno y comida o cena (media pensión).
- d) Plan americano: con desayuno, comida y cena.
- e) Plan todo incluido: con todos los alimentos de desayuno, comida, cena, bebidas ilimitadas, servicios de entretenimiento.

2.1.2 Servicios de alimentos

El servicio de alimentos y bebidas forma parte de la gama de servicios turísticos que se ofrecen para satisfacer las necesidades y deseos del turista en general. Este servicio es proporcionado al turista mediante una gran diversidad de establecimientos, los cuales varían en cuanto a instalaciones, operación, precio.

Un restaurante es el establecimiento que se dedica a la venta de alimentos y bebidas preparadas, mediante un servicio especializado y dirigido principalmente al segmento de turistas nacionales e internacionales.

2.1.2.1 Clasificación de servicios de alimentación

Se aplican diversos criterios para clasificar a los restaurantes, de acuerdo con sus diferentes características, entre otras:

- a) Tipo de cocina. Esta clasificación se basa en el tipo de comida que se ofrece. Como ejemplos de esta clasificación se encuentran:
 - Restaurantes gourmet: es aquel que ofrece platillos que atraen a personas aficionadas a comer platillos delicados. El servicio y los precios corresponden a la calidad de la comida.

-Restaurantes de especialidad. Este tipo de restaurante ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Puede especializarse en una determinada clase de comida por ejemplo: cocina mexicana, francesa, vegetariana, etc.

-Restaurante de generalidades: es aquel que ofrece platillos convencionales, que pueden incluir algunos de tipo especialidad o incluso gourmet, en donde se consideran, por ejemplo, las cafeterías.

b) Tipo de servicios. Corresponden a los cuatro tipos de servicio que brinda al público, es decir:

1. Servicio a la mesa: en este servicio el mesero les sirve a los comensales directamente en la mesa.
2. Servicio en la barra: este servicio es semejante al anterior, sólo que los clientes se sientan frente a un mostrador llamado barra y allí les atiende el mesero.
3. Servicio para llevar: en este tipo de servicio el cliente decide qué alimentos llevar; posteriormente los paga en caja y le entregan los alimentos debidamente empaquetados. Dentro de este tipo se consideran aquellos denominados de comida rápida.
4. Autoservicio: a este servicio se le conoce también como tipo buffet. En él los alimentos se montan en mesas en las cuales los comensales pasan frente a ellas y ellos mismos se sirven lo que desean; posteriormente, los clientes llevan en una charola o platos a su mesa los alimentos que seleccionaron.

c) Por la forma de ofrecer sus servicios.

- A la carta: se refiere a una lista de diferentes platillos, impresa, de la cual el comensal hace su elección. Por lo general la carta o menú incluye los siguientes alimentos: entremeses, sopas, pastas, mariscos, ensaladas, carnes, postres, bebidas y vinos.
- Menú fijo: se refiere a una lista corta de platillos en los que el comensal no tiene variedad de elección, siendo ésta integrada por: una sopa, un platillo fuerte (guisado), postre y bebida. Este

tipo de servicio se ofrece en lo que se conoce como fonda o cocina económica.

d) Por su principal mercado. Se basa en el segmento de mercado que atiende el establecimiento, es decir, en el tipo de público:

- El orientado a los hombre de negocios en el que se encuentran, por lo general, en centros urbanos e industriales importantes.
- El orientado a la familia, aquéllos en que se ofrece menús variados para diversos gustos, son por lo general sencillos y económicos.
- El orientado al mercado turístico, se ubica en lugares turísticos y sus esfuerzos de promoción se dirigen principalmente a los turistas nacionales e internacionales.

e) Por su dimensión o tamaño. Del tamaño del restaurante depende, en buena parte, los alcances operativos, en la práctica los restaurantes pueden ser:

- Grandes: de 40 o más mesas (160 personas o más).
- Medianos: de 30 a 39 mesas (de 120 a 159 personas).
- Pequeños: de 15 a 29 mesas (de 60 a 120 personas).⁷

Los restaurantes cuya capacidad sea inferior a las mencionadas, pueden no considerarse como prestadores de servicios turísticos, ya que no cumplen con los requisitos necesarios mencionados en la reglamentación de la Secretaría de Turismo.⁸

f) Tipo de administración.

- Independiente: no se rigen bajo otra empresa o nombre comercial.
- Cadena: se rigen bajo otra empresa o nombre comercial.
- Franquicia: se adquiere el nombre comercial del establecimiento a través de la compra de los derechos de uso del mismo.

⁷ De la Torre Francisco, *Administración hotelera, segundo curso*, p. 13.

⁸ Ley Federal de Turismo, Artículo 4.

g) La Asociación Mexicana de Restaurantes, A.C.⁹ hace la siguiente clasificación:

- ✓ Restaurante clásico: ofrece platillos finos siguiendo tradiciones culinarias, especialmente europeas.
- ✓ Restaurante de lujo: ofrece alimentos con refinamiento fuera de lo común, utilizando insumos generalmente importados.
- ✓ Restaurante típico mexicano: ofrece especialidades mexicanas en sitios rústicos o sofisticados, de tipo rancharo o colonial, pero con el sabor y decoración de México.
- ✓ De cocina internacional: expende alimentos de la gastronomía internacional o de algún país en particular.
- ✓ Restaurante divertido: establecimiento de alimentos donde el ambiente y animación impiden el aburrimiento.
- ✓ Restaurante de negocios: ofrece buena comida en atmósfera tranquila y propicia para la charla discreta y cordial.
- ✓ Restaurante romántico: para ocasiones en que se requiera intimidad; su decorado es ad-hoc y por lo general se cena a la luz de las velas.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) hace una clasificación de cinco grupos: de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta clase, identificándolos con cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor. Esta clasificación, al igual que la de los establecimientos de hospedaje, debe reunir determinadas características.

2.1.3 Servicios de viajes

El servicio de la agencia de viajes nació como resultado de la falta de información, orientación y organización que existía en el pasado para realizar el desplazamiento turístico; es decir, tanto el traslado como la estancia en los destinos a los que se dirigen los turistas. Cabe mencionar que la persona que inició esa actividad fue Tomas Cook, en el año de 1841, cuando efectuó un

⁹ Barragán del Río Luis, *Hotelería*, p. 240.

viaje organizado entre Leicester y Longborough, Inglaterra, lo que le valió, por su labor continuada, el ser considerado por muchos teóricos del turismo como el padre del moderno turismo organizado.

Por lo tanto, la labor que cumple la agencia de viajes dentro del conjunto de las actividades de la industria turística, se debe a la actividad como agente intermediario entre los sujetos (turistas) y los prestadores de servicios turísticos.

Así es que la definición de agencia de viajes sería:

Una empresa de servicios turísticos que actúa como intermediario entre personas que requieren desplazarse y prestadores de servicios turísticos específicos, proporcionando orientación y asesoría en los casos correspondientes.¹⁰

Entre otras funciones de las agencias de viajes tenemos:

1. Proporcionar en forma oral o impresa información general y específica sobre localización y costumbres de los lugares de atractivo turístico, trámites, permisos y seguros especiales, transportes, viajes organizados, alojamiento, alimentación, recreación.
2. Facilitar la tramitación de documentos como pasaportes, visas, etc.
3. Realizar las reservaciones de hoteles, transportación, excursiones, eventos o espectáculos.
4. Vender los boletos de diferentes tipos de transportación turística.
5. Realiza el diseño de “paquetes” de viaje, es decir la combinación de servicios de alojamiento, alimentos y transporte.
6. Reservar y/o contratar servicios complementarios, tales como guías de turistas e intérpretes.
7. Llevar a cabo la promoción de los atractivos y servicios turísticos disponibles en el país o localidad donde se encuentre.
8. Organizar y llevar a cabo la realización de congresos y convenciones, denominados también eventos especiales.

¹⁰ Ramírez Blanco Manuel, *Teoría general del turismo*, p. 80.

El número y calidad de las funciones de las agencias de viajes determinarán su magnitud y operación, tipo de mercado, forma de administración, etc.

Considerando el tipo de operación de las agencias de viajes, éstas pueden clasificarse en:

- a) Minoristas: venden directamente al público servicios turísticos que operan o generan otros prestadores de servicios. Opera con un mínimo de empleados.
- b) Mayoristas: integran y operan sus servicios turísticos y los venden por medio de otras agencias, además de hacerlo también directamente al público. Trabaja con operadores de viajes y cuenta, según su volumen de operación, con sucursales para atender un mayor número de público.
- c) Operadoras: empresa que en combinación con los transportistas y servidores turísticos o por contar con su equipo de transporte e instalaciones de hospedaje propios, organiza, opera y vende viajes por medio de las agencias mayoristas o minoristas y no directamente al público.

Además, por el tipo de mercado las agencias de viajes se clasifican en:

- a) Agencias de turismo receptivo: son las que organizan viajes y/o proporcionan ciertos servicios aislados al turista que proviene de un lugar distinto al de la localización de la agencia.
- b) Agencias de turismo de exportación: son las que venden tanto servicios aislados como viajes organizados, generalmente por otra agencia del exterior, a turistas nacionales que visitan el extranjero.

Otra clasificación de acuerdo con el grado de orientación hacia un determinado servicio o destino especial, conduce a las llamadas agencias de viajes especializadas:

- a) De un solo destino: es decir por ejemplo, Canadá, China, Francia, etc.
- b) De cruceros: viajes organizados por mar.
- c) De intercambio cultural: cursos de idiomas, campamentos fuera del país donde se encuentre la agencia.
- d) Organizadores de congresos y convenciones.

2.1.4 Servicios de transportación

En este punto se abordará la transportación como un servicio turístico específico, esto es, separándola del servicio público al que también atiende. El transporte turístico, procura el mayor y mejor aprovechamiento del tiempo libre, mientras que el transporte público proporciona los medios para lograr un ágil intercambio de mercancías y personas en el ámbito estricto de las actividades de un país. Por lo tanto, puede decirse que la transportación turística es el servicio que realiza el movimiento de pasajeros, al permitir el traslado del lugar de residencia habitual a uno diferente, con el objetivo de obtener descanso, placer u otra clasificación del tiempo libre.

2.1.4.1 Transporte aéreo

Este tipo de transportación se incorporó al turismo hasta varios años después de su aparición, y constituye hoy en día, por su rapidez, alcance, frecuencia y seguridad, el medio más utilizado por el turista. El servicio de transporte turístico puede ser regular e irregular y realizarse en el interior de un país (vuelos nacionales o domésticos), o hacia el exterior (vuelos internacionales).

El transporte aéreo regular está determinado por líneas aéreas autorizadas, sujeto a tarifas, y a medidas de operación oficiales, tanto de los

gobiernos de cada país como de las asociaciones internacionales de transporte: IATA, OACI, FAI.¹¹

Proporciona un servicio en forma continua, con frecuencias e itinerarios previamente establecidos. Puede ser proporcionado por empresas privadas y oficiales; en algunos países.

El transporte aéreo irregular presenta particularidades en su operación, pues no cuenta con frecuencias establecidas, sino que se realizan de acuerdo con la demanda de los vuelos, éstos también reciben el nombre de vuelos charter y se realizan en aviones alquilados a compañías de vuelos regulares, especialmente para aquellas de menor uso tanto en épocas de gran actividad como en las de poco tráfico. Operan con tarifas independientes, en ocasiones más bajo que el servicio de vuelos regulares, debido a que abaten los costos de mantenimiento y operación que implica para las líneas aéreas regulares.

2.1.4.2 Transporte terrestre

El transporte terrestre sigue siendo el servicio más utilizado por los turistas, debido al precio accesible y por el grado de penetración hacia el lugar a visitar, sea éste un destino parcial o final.

La participación del transporte terrestre en el desplazamiento turístico guarda una estrecha relación con el aumento y mejoría de las vías de comunicación terrestre, es decir, calles, carreteras, líneas ferroviarias.

La clasificación del transporte terrestre se puede distinguir a continuación:

- Transporte carretero: que se brinda en automóvil, autobús.
- Transporte ferroviario: que es cada vez más rápido, confortable y seguro, como efecto de la competencia a la que lo han sometido los otros medios de transporte, su amplia penetración hasta sitios muy apartados, aunado

¹¹ IATA: Asociación Internacional de Transporte Aéreo; OACI: Organización de la Aviación Civil Internacional; FAI: Federación Aeronáutica Internacional.

a tarifas accesibles, lo sitúan en la preferencia del turista, sobre todo aquellos que lo utilizan en distancias cortas en vacaciones.

2.1.4.3 Transporte acuático

Los requerimientos del desplazamiento turístico con la transformación técnica en la calidad y cantidad de las embarcaciones que recorren océanos, mares, lagos, ríos, etc. Ha permitido mejorar las condiciones del transporte acuático, en especial el marítimo. En general, la variedad de este tipo de transporte se aprecia por su utilización, en dos tipos de embarcaciones:

1. Deportivas de uso individual: canoas, lanchas de motor y de remos, veleros, generalmente utilizados en la práctica de deportes acuáticos (pesca, buceo, regatas).
2. Recreativas de uso colectivo: barcos de pequeño tamaño, mediano y de gran calado, para la realización de recorridos fijos o eventuales en forma de circuito, a nivel local, regional e internacional.

El servicio de líneas regulares es el que da acceso a dos puertos de considerable tráfico turístico. Los transportes que mayormente proporcionan este servicio son:

- a) Ferry-boat: barca de vapor, acondicionada para el transporte de pasajeros o vehículos con instalaciones de alimentación, recreación, que dependen según la duración y distancia del viaje.
- b) Car-ferry: es una variante del anterior, y son embarcaciones especialmente construidas para las empresas ferrocarrileras que dan servicio a los turistas de transportarse junto con su propio automóvil, de preferencia a otro país.
- c) Hidrofoil: es una embarcación dotada de aletas que utiliza a modo de esquíes, sin perder contacto con el agua; sus modelos y capacidad de pasaje son variables, pero en promedio pueden transportar 120 pasajeros. Un ejemplo de este tipo de embarcación es el que se

proporciona en el estado de Quintana Roo de Cancún a Cozumel o Isla Mujeres.

- d) Hovercraft: es una embarcación “voladora” que se sustenta por medio de un colchón de aire. Su capacidad promedio es, de 18 a 20 pasajeros.¹²

Los cruceros turísticos son recorridos de duración y distancia variable y pueden ser nacionales e internacionales, fluviales y marítimos. Los fluviales se realizan al recorrer ríos, ya sea nacionales o sí recorren el territorio de más de dos países, internacionales.

Los cruceros marítimos son recorridos internacionales que comprenden el puerto de origen y todas las escalas que realizarán; su duración es generalmente de una semana o más.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Ejercicio 1

Instrucciones: Investigue el nombre de cinco hoteles de su localidad y describa sus características, una vez realizado lo anterior, evalúe su categoría en relación a la clasificación por estrellas.

Ejercicio 2

Instrucciones: Enliste 10 establecimientos de alimentos y bebidas de su localidad y determine: su clasificación por tipo de comida, servicio y tamaño.

Ejercicio 3

Instrucciones: Investigue cuántas agencias de viajes existen en su localidad y establezca su clasificación por su tipo de operación.

Ejercicio 4

¹² Ramírez Blanco Manuel, *Teoría general del turismo*, p. 93.

Instrucciones: Determine con cuántas terminales de transporte terrestre hay en su localidad. Igualmente si cuenta con terminal aérea y acuática. Una vez realizado lo anterior, enliste los destinos a los que se dirigen los diferentes servicios de transportación de su localidad.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Relacione ambas columnas con la respuesta correcta.

- | | |
|---|-----------------------|
| (C) Empresa cuya función principal es proveer hospedaje. | A. AGENCIA DE VIAJES. |
| (A) Empresa cuya principal función es ser un intermediario entre el turista y los prestadores de servicios. | B. |
| RESTAURANTES | |
| (C) Empresa que se clasifica por estrellas. | C. HOTEL |
| (E) Empresa que ofrece el servicio "charter" | D. TRENES |
| (G) Transportación que se ofrece en los ríos. | E. AVIONES |
| (B) Empresa que ofrece su servicio para llevar. | F. CRUCEROS |
| (C) Empresa que se clasifica por diamantes. | G. HIDROFOIL |
| (A) Empresa que se clasifica en mayorista, operadora. | H. FERRY-BOAT |
| (B) Empresa que se clasifica en cadena, independiente, Franquicia. | I. ALBEGUES |
| (I) Establecimiento orientado principalmente a viajeros Jóvenes. | J. MOTEL |
| (J) Establecimiento que se ubica sobre las carreteras y A la entrada de las ciudades. | K. AGENCIA MAYORISTA |
| (M) Establecimiento que ofrece sus servicios por semanas O meses. | L. AGENCIA OPERADORA |
| (L) Empresa que sólo vende sus servicios a otras agencias, No tiene venta directa al público. | M. CASA DE HUÉSPEDES |
| (K) Empresa que por su volumen de operación cuenta Con una o más sucursales. | |

UNIDAD 3

EL PRESENTE Y FUTURO DEL TURISMO

OBJETIVO

El estudiante identificará los elementos de desarrollo del turismo tanto en el mundo actual como en México.

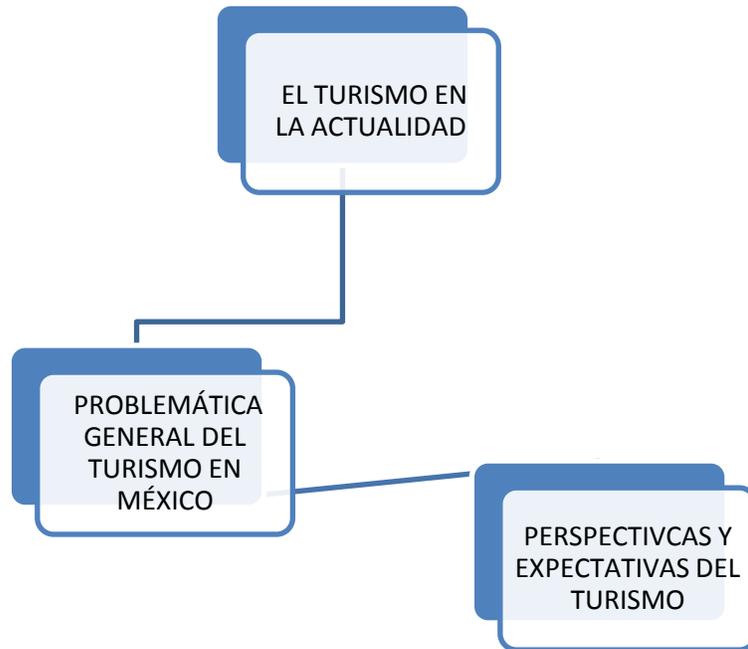
TEMARIO

3.1 El turismo en la actualidad

3.2 Problemática general del turismo en México

3.3 Perspectivas y expectativas del turismo

MAPA CONCEPTUAL



INTRODUCCIÓN

Mucho se ha reiterado que el turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna y, por ende, como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Debido a que esta actividad va convirtiendo al planeta en un destino común para el viajero internacional, se considera necesario analizar algunas repercusiones que este fenómeno provoca en los diferentes campos de la actividad humana.

3.1 EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD

En términos cuantitativos, durante el siglo XX el turismo ha experimentado profundas transformaciones, derivadas de los cambios sociales y políticos que se registran en diversos países en todos los continentes.

Después de la Segunda Guerra Mundial, y en especial a partir de los años de 1950, diversos países se dan cuenta del gran potencial del turismo como actividad económica, simultáneamente muchas comunidades encuentran, en el turismo, una fuente generadora de recursos.

De este modo, las concepciones sobre el turismo, las metodologías para su conocimiento, las tecnologías de diseño y operación, las prácticas comerciales y el papel que ha tenido en los esfuerzos por mejorar el bienestar de la población, han mostrado variaciones significativas.

En este amplio contexto, el mercado turístico internacional ha cambiado. Ello ha creado fuertes turbulencias que has desplazado de posiciones a empresas y destinos de gran éxito y aceptación. Asimismo productos y destinos de playa, por ejemplo, hoy en día enfrentan grandes retos para diferenciar su oferta, están sometidos a una presión por bajar costos y aumentar la calidad.

En congruencia con los cambios sociales, durante los últimos años han tenido auge nuevas formas de turismo. Han surgido pautas que son adoptadas a nivel internacional incluso en los países en vías de desarrollo. Estos cambios han ejercido fuerte presión sobre las empresas y los destinos turísticos, que se han sometido a cambios drásticos para operar y diseñar nuevos productos y servicios.

En comparación con el turismo del siglo XX, el turismo predominante del nuevo milenio registra características históricas diferentes, a saber:

1. Cambios en los gustos y preferencias de la demanda, caracterizados por la búsqueda de nuevas experiencias.
2. Liberalización e integración de mercados regionales, en respuesta a la implementación de un nuevo modelo mundial de desarrollo, que plantea como exigencia la expansión de los mercados y la consecuente

eliminación de barreras para la circulación del capital, de tecnologías y de mercancías.

3. Un papel creciente adquirido por las nuevas tecnologías, que se vuelven puntales determinantes de la nueva generación de productos/servicios de alto valor agregado, y de experiencias inéditas en la evolución del turismo.
4. Nuevas expectativas por parte de las comunidades locales para recibir de manera directa los beneficios del turismo, habida cuenta de que el modelo turístico industrial no generó los beneficios que inicialmente prometió en términos de desarrollo social en dichas comunidades.
5. Culturas de gestión empresarial que configuran paradigmas emergentes como el management, para hacer congruentes el manejo empresarial con las tendencias sociales y de mercado, y con la aparición de tecnologías de la información.
6. Consolidación de formas radicales para vacacionar, articuladas a las nuevas formas sociales y a la aparición de culturas de alta tecnología, que no sólo quedan atrapadas en los espacios fabriles y de producción de servicios, sino que además invaden la vida cotidiana-social e individual- de las personas.¹³

El turismo de nuestro siglo es, básicamente, una experiencia de comunicación, ya sea con otros seres humanos, con la naturaleza o bien con manifestaciones culturales.

El turismo responde también a la necesidad de saber y conocer al ser humano.

El turismo es una alternativa que ayuda al hombre contemporáneo a ser, hacer y poseer una determinada realidad.

3.2 PROBLEMÁTICA GENERAL DEL TURISMO EN MÉXICO

¹³ Molina Sergio, *El posturismo*, p. 27.

Desde la Segunda Guerra Mundial no se había visto un desplome en los números del turismo nacional e internacional. Tan sólo en México, si se suman las pérdidas de 2000 millones de dólares (mdd) por la baja de visitantes internacionales, 2500 mdd por la disminución de la inversión privada en el sector y 3500 mdd por el consumo interno, esto equivale a 8,000 mdd en pérdidas, lo que significó la disminución de 1% del PIB nacional.

Aunado a todo lo anterior, la crisis mundial del 2009 y la influenza en México, tuvieron algo que ver con este deterioro en las cifras.

Según Manuel Viñas, presidente de la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes, la Ciudad de México, en particular, dejó de recibir a más de 1 millón de visitantes, comparando 2008 contra 2009.

Para Roberto Gaudelli, presidente y director general de Gaudelli MCW, compañía de comunicación y periodismo especializada en turismo, la influenza provocó el año pasado un sinfín de cancelaciones.

Por si esto fuera poco, en el panorama nacional, otro factor que implica descenso en las cifras de captación de turismo, es el problema de la inseguridad y percepción de la violencia que ha sido reportada por los medios de comunicación, pues si bien hay un problema que debe trabajarse, éste se focaliza en los estados fronterizos de la República Mexicana. La visión internacional es que el problema existe en el país entero y no se entiende como un conflicto regional, lo cual afecta en la decisión de viajar, a un lugar ajeno al problema como Oaxaca, Tabasco o Aguascalientes, quizá.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, los retos en la industria son los siguientes:

- Infraestructura: se deben construir más carreteras y tener más vuelos que interconecten al país, pues existe un problema de concentración en pocos destinos.
- Mayor capacitación: el problema no es exclusivo del sector, porque se desconoce lo que el turismo representa en términos de la economía.

- Mejor oferta de servicios complementarios: centros recreativos y parques temáticos; no sólo hospedaje y alimentación.
- Falta de coordinación: No todo depende de la Secretaría de Turismo, ya que la infraestructura en carreteras y vuelos es responsabilidad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y la capacitación de la Secretaría de Educación Pública. Se debe trabajar en forma integral.

De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos (ICTEM, 2010), realizado por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey, se determinó lo siguiente: “Sacamos parte de la idea de hacer este índice de un estudio de la OCDE que coloca a México en el lugar 50 en competitividad; de ahí que el objetivo del índice sea identificar las fortalezas y áreas de oportunidad de cada estado, y desarrollar dichas ventajas para que México como país crezca en forma competitiva” menciona Juan Manuel Tello, director del Centro.¹⁴

Los rubros evaluados para medir la competitividad fueron:

1. Recursos y actividad cultural.
2. Recursos naturales y protección al medio ambiente.
3. Promoción turística.
4. Seguridad pública y protección al ciudadano.
5. Infraestructura y profesionalización del sector hotelero.
6. Servicios complementarios al turismo.
7. Recursos humanos e indicadores educativos.
8. Flujo de personas y medios de transporte.
9. Rentabilidad y aspectos económicos.
10. Participación y eficiencia gubernamental.

En un índice cuyo valor máximo es 100, los cinco estados mejor posicionados fueron:

¹⁴ Nolasco Adriana, “Prioridad Nacional”, *Alto Nivel*, núm. 263, México, 2010, p.40.

Quintana Roo (62.1)

Baja California Sur (51.0)

Distrito Federal (44.1)

Baja California (40.4)

Jalisco (38.4)

Y los estados con mayor área de oportunidad fueron:

Zacatecas (29.8)

Nuevo León (29.3)

Tlaxcala (28.5)

San Luis Potosí (26.2)

Durango (25.2)¹⁵

¿Qué estrategias realiza la Secretaría de Turismo para resarcir el daño y consolidar a México como potencia turística?

Gloria Guevara Manzo, secretaria de turismo en turno, indica:

1. Potenciar el turismo cultural: la razón está en que tan sólo en 2009 la inversión proyectos turísticos culturales sumó 1,600 millones de pesos, además este segmento representa 40% del total de turistas de México y su gasto es 30% mayor que el de un turista tradicional.

¹⁵ *Ibidem.*, p.40.

2. Mejorar los servicios y contar con una oferta integral: la caída en 2009 de 29% en los ingresos de México por turismo extranjero y la pérdida de 14 posiciones en la clasificación mundial de turismo por problemas como la inseguridad, hicieron que la Secretaría de Turismo anunciara medidas para captar turistas mediante redes sociales y el lanzamiento de una línea de atención telefónica para que los visitantes proporcionen sus quejas y sugerencias con información en español, francés e inglés.
3. Ventanilla única: uno de los objetivos de que la Secretaría y el Consejo de Promoción Turística de México tengan la misma cabeza, es facilitar el proceso de inversiones extranjeras y nacionales. La expectativa es que la inversión pública directa en el sector turístico llegue en el 2010 a 463 millones de dólares, 60% más que en 2009, mientras que la inversión privada alcance los 2 000 millones de dólares.¹⁶

3.3 PERSPECTIVAS Y EXPECTATIVAS DEL TURISMO

El turismo es un fenómeno social contemporáneo, de gran dinamismo, y que basa su desenvolvimiento en el creciente desarrollo social y tecnológico de la humanidad a partir de la Revolución Industrial y, principalmente, desde la segunda mitad del siglo XX.

En virtud de su capacidad de reactivar las economías, el turismo ha venido cobrando una gran importancia para las diferentes naciones, y difícilmente se podrá encontrar hoy algún país que no esté interesado en su desarrollo.

Las tendencias sociales y económicas en los países desarrollados parecen favorecer el crecimiento a largo plazo de la demanda de viajes nacionales e internacionales. Más tiempo libre, mayor ingreso disponible, niveles mayores de educación y más conciencia de otros países y pueblos, a largo plazo, son factores que influyen en el crecimiento del turismo.

¹⁶ Clavijo Daniela, “De patito feo a cisne”, *Expansión*, núm. 1041, México, 2010, p. 96.

Los cambios y avances tecnológicos también son favorables. El equipo de transporte es ahora más eficiente y más cómodo; los alojamientos en hoteles se han vuelto más completos, atractivos, convenientes y cómodos; los centros turísticos han dado más atención a las consideraciones ambientales.

Se cree que el turismo tiene un efecto positivo en la paz mundial. A medida que la gente viaja de un lugar a otro con el deseo sincero de conocer y aprender más de sus semejantes, el conocimiento y comprensión crecen. Esto es un primer paso para mejorar la comunicación global que es tan importante para construir puentes de respeto y amistad mutuos.

Es tal la inquietud del hombre por conocer lo desconocido y explorar lo inexplorado, que los viajes interplanetarios se vislumbran ya, como una realidad.

En materia de turismo, lo que hoy es una solución, mañana será sólo un antecedente, por ser un fenómeno tan dinámico y cambiante como el hombre mismo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Ejercicio 1

Instrucciones: Realiza un ensayo sobre los alcances y expectativas de la actividad turística en tu localidad.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Responde las siguientes cuestiones en forma breve.

1. Menciona 4 características del turismo del siglo XXI:

R:

1. Cambios en los gustos y preferencias de la demanda, caracterizados por la búsqueda de nuevas experiencias.
2. Liberalización e integración de mercados regionales, en respuesta a la implementación de un nuevo modelo mundial de desarrollo, que plantea como exigencia la expansión de los mercados y la consecuente eliminación de barreras para la circulación del capital, de tecnologías y de mercancías.
3. Un papel creciente adquirido por las nuevas tecnologías, que se vuelven puntales determinantes de la nueva generación de productos/servicios de alto valor agregado, y de experiencias inéditas en la evolución del turismo.
4. Nuevas expectativas por parte de las comunidades locales para recibir de manera directa los beneficios del turismo, habida cuenta de que el modelo turístico industrial no generó los beneficios que inicialmente prometió en términos de desarrollo social en dichas comunidades.

2. De acuerdo al estudio realizado por el Tecnológico de Monterrey en relación con el nivel de competitividad de los Estados de la República Mexicana, ¿cuáles son los que presentan áreas de oportunidad y por lo tanto son poco competitivos?

R: San Luis Potosí, Tlaxcala, Durango, Zacatecas y Nuevo León.

3. De acuerdo con la secretaria de turismo, Gloria Guevara Manzo, ¿cuáles son las estrategias para hacer frente a la problemática del turismo en México?

R: Potenciar el turismo cultural; mejorar los servicios y contar con una oferta integral; ventanilla única.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel, Efectos Económicos Socioculturales y Ambientales Del Turismo, México, Trillas, 2006
- Barragán, Del Río Luis, *Hotelería*, México, IPN, 2006
- De la Torre, Francisco, *Administración Hotelera, segundo curso*, México, Trillas, 2008
- Goldstone, Patricia, *Turismo más allá del Ocio y del Negocio*, Random House Mondadori, España, 2003
- Ley Federal de Turismo
- Molina, Sergio, *El Posturismo*, México, Trillas, 2006
- Pearce, Douglas , *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica*, México, Trillas, 1988
- Ramírez Blanco, Manuel, *Teoría General del Turismo*, México, Diana, 2003
- Ramírez Cavassa, César, *Visión Integral Del Turismo. Fenómeno Dinámico Universal*, México, Trillas, 2006

GLOSARIO

Divisa: moneda extranjera, diferente a la del país de origen.

FAI: Federación Aeronáutica Internacional.

IATA: International Air Transportation: Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

Management: administración.

OACI: Organización de la Aviación Civil Internacional

Pasaporte: documento que emite el gobierno del país de origen, como medio de identificación oficial, y que además permite viajar fuera del territorio nacional.

Visa: autorización que un país concede a un visitante extranjero para internarse en su territorio.