



Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública

"Cumplimos 6 años de trabajo"

Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México

Octavio Ruiz Chávez



Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública

Documento de Trabajo núm. 46

Junio de 2008

.....

Las opiniones expresadas en este documento no reflejan la postura oficial del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, o de la Cámara de Diputados y sus órganos de gobierno. Este documento es responsabilidad del autor. Este documento es una versión preliminar, favor de citarlo como tal.

TURISMO: FACTOR DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD EN MÉXICO

Octavio Ruiz

I. INTRODUCCIÓN

Por muchos años, el turismo¹ ha experimentado un continuo crecimiento. Su profunda diversificación lo ha convertido en un sector con mayor crecimiento económico en el mundo. El turismo hoy en día se encuentra ampliamente ligado al desarrollo y abarca un número creciente de nuevos destinos. Este dinamismo ha originado que el turismo se convierta en el elemento clave para el progreso socio-económico.

Por lo tanto, recientemente se ha demostrado y reconocido, la capacidad de la actividad turística para reducir la pobreza en países en vías de desarrollo. El potencial económico que el turismo implica, se representa en la apertura de empleos, siendo más relevantes éstos en áreas rurales y remotas, donde de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo² (OMT), viven tres cuartos de los dos billones de personas bajo condiciones de pobreza extrema.

¹ Se entiende por “*turismo*”, según a la definición de la Organización Mundial del Turismo, al conjunto de actividades realizadas por las personas viajando hacia o quedándose en lugares fuera de su ambiente usual por no más de un año consecutivo de placer, negocios y otros propósitos. La OMT identifica distintas formas de turismo; el turismo receptivo, el turismo de salida y el turismo doméstico. Organización Mundial del Turismo, Metodological Notes, “Concepts and Definitions” <<http://www.unwto.org/facts/eng/methodological.htm#2>>

² La Organización Mundial del Turismo se crea en el año de 1975, en sustitución de la UIOOT (cuya fundación se remonta a 1947), la cual surge como la principal organización internacional en el campo de los viajes y del turismo. Su objetivo general es la promoción y desarrollo del turismo como medio para estimular el progreso económico, fomentar la paz, la comprensión internacional y la cooperación entre los países. La OMT cuenta entre sus miembros a 113 Gobiernos y más de 170 afiliados procedentes del sector privado de viajes y turismo; es la única organización intergubernamental abierta al sector empresarial. INEGI, “Sistema de Cuentas Nacionales de México, Cuenta Satélite del Turismo de México 1999-2004”, México 2006.

En el Programa de Medio Ambiente en el Turismo de las Naciones Unidas (ONU), se establece que el desarrollo de un turismo sustentable deberá lograr las necesidades de los turistas actuales y de las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que de proteger e incrementar las oportunidades para el futuro. Y de igual forma, recomienda alcanzar un liderazgo en la administración de todos los recursos de tal manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, mientras que al mismo tiempo se mantenga la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la biodiversidad y los sistemas de apoyo de vida.³

Por su parte, la OMT, establece que el turismo sustentable deberá de: *(i)* hacer uso óptimo de los recursos ambientales que constituyen el elemento clave en el desarrollo turístico. Manteniendo procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar la herencia natural y la biodiversidad. *(ii)* Respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades, conservando su herencia cultural de vida y construcción y sus valores tradicionales, para así contribuir al entendimiento intercultural y la tolerancia. *(iii)* Asegurar operaciones económicas viables de largo plazo, proveyendo de una distribución justa de los beneficios económicos-sociales a todos los involucrados en la actividad, incluyendo un empleo estable, oportunidades de ingreso, servicios sociales a las comunidades y contribuir a la reducción de la pobreza.⁴

El desarrollo del turismo sustentable requiere de participación informada de todos los beneficiarios relevantes, así como de un liderazgo político para asegurar una amplia participación y construcción de consensos. Alcanzar un turismo sustentable, es un proceso continuo y que requiere de un constante monitoreo de impactos, introduciendo las medidas preventivas y correctivas cuando sean necesarias.

Un turismo sustentable también deberá de mantener un alto nivel de satisfacción turística y asegurar una experiencia significativa hacia los turistas, elevando su conocimiento acerca de temas de sustentabilidad y así promover prácticas de turismo sustentable entre ellos.⁵

³ Responsible Travel Handbook 2006.

http://www.transitionsabroad.com/listings/travel/responsible/responsible_travel_handbook.pdf Pág. 12-13

⁴ Organización Mundial del Turismo (OMT). "Concepts & Definittios" (2004) <http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html>. Fecha de consulta: 10 junio 2008

⁵ Organización Mundial del Turismo (OMT). "Concepts & Definittios" (2004) <http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html>. Fecha de consulta: 10 junio 2008

II. TURISMO: PANORAMA GENERAL

El turismo es uno de los sectores con crecimiento acelerado de la economía mundial. El desarrollo turístico puede promover el crecimiento económico, tanto directa como indirectamente. Primero, al estimular el crecimiento de otros sectores y segundo al incrementar el ingreso doméstico y la demanda efectiva. Diversos estudios han comprobado que efectivamente existe una relación directa entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico de las economías.⁶ Por lo que la verificación de tal hipótesis nos conduce a importantes consecuencias políticas. Los gobiernos necesitan involucrarse activamente en fomentar el sector. El turismo puede ser especialmente importante para países en desarrollo, donde las ganancias del intercambio comercial se encuentran ligadas a la importación de insumos y a la inversión en bienes para la industrialización.

En el escenario mundial, el turismo presenta cifras contundentes. Desde 1950 al 2005 la llegada de turistas internacionales se expande a una tasa anual de 6.5%, lo que representa un crecimiento de 25 millones a 806 millones de turistas (ver gráfica 1). Así mismo, el ingreso generado por estas llegadas creció una tasa aún mayor, alcanzando el 11.2%, en este mismo periodo y la cantidad de \$680 billones de dólares en el año 2005. Por su parte, mientras que en 1950 los “15 Mejores” destinos turísticos absorbían el 88% de las llegadas internacionales, para 1970 la proporción fue del 75% y decreció al 57% en el 2005. Y para ese mismo año, el turismo fue capaz de exportar casi 2 mil millones de dólares cada día.⁷ Reflejando lo anterior la emergencia de nuevos destinos turísticos, muchos de ellos en países en desarrollo.⁸

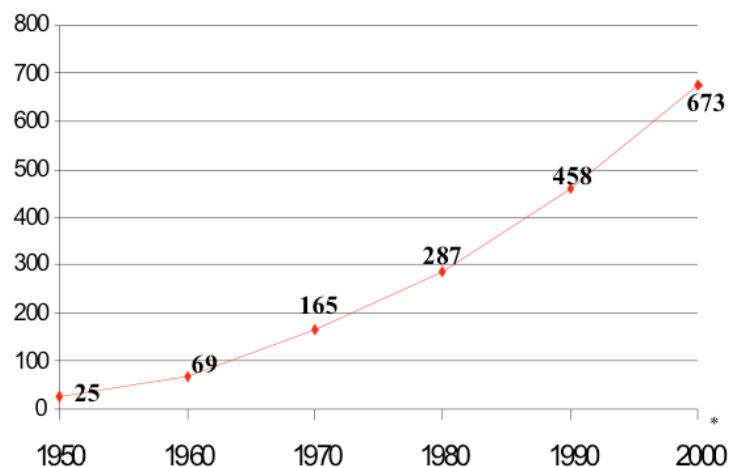
⁶ En un estudio de panel de datos realizado recientemente (2006) por la facultad de economía y ciencias administrativas de la Universidad de Mugla en Turquía, estimaron un modelo econométrico [$GGDP = \beta_0 + \beta_1(GFCFCDP) + \beta_2(TOUEX) + \beta_3(GLF) + u$]; donde **GGDP**: Tasa de crecimiento del PIB, **GFCFCP**: Formación de capital fijo como porcentaje del PIB, **TOUEX**: Recepción de turistas como porcentaje de las exportaciones, **GLF**: Crecimiento de la fuerza laboral. Dicho modelo pretendía comprobar la hipótesis si el Turismo contribuye al crecimiento económico de los países del Mediterráneo o no. El estudio concluyó de manera positiva que efectivamente el turismo contribuye al crecimiento económico de una economía y que llega a estimular de manera directa e indirecta a otros sectores de la economía. Para mayor información sobre el estudio realizado por la Universidad de Mugla, consultar la investigación “Contribution of Tourism to Economic Growth: A Panel Data Approach”. Gökavali, Ummuhan; Bahar, Ozan. Mugla University. 2006

⁷ World Tourism Organization (WTO), United Nations. “*Turismo en Iberoamérica, panorama actual edición 2006*”. Pág.

3

⁸ Organización Mundial del Turismo (OMT). “Why Tourism?” <http://www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=1>

Gráfica 1: Turistas Internacionales en el Mundo
Millones de llegadas (1950-2000)

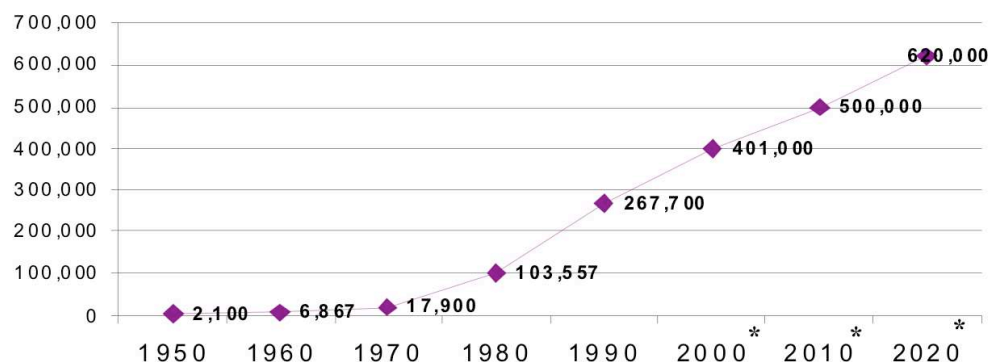


Fuente: Secretaría de Turismo (2000). “Estudio de Gran visión de Turismo en México: Perspectiva 2020”. Pág. 27
* Pronósticos

El crecimiento del turismo mundial como se mencionaba en párrafos anteriores, presenta un crecimiento constante en los últimos 50 años, como se puede observar en la gráfica 1. Pasando de 25 millones de turistas a inicios de los años 50s hasta 673 millones de turistas en el año 2000, lo que significó que se multiplicara 26 veces en ese período.

En la actualidad los datos presentados por la OMT son igualmente alentadores, lo que representa que para el año 2006 las llegadas mundiales de turistas alcanzaron los 842 millones, representando el 4.6% de crecimiento año con año. El 2007 fue el cuarto año consecutivo de crecimiento sustentable para la industria turística global, la cual continúa mostrando resistencia hacia crisis humanas o naturales. El mismo organismo predice un crecimiento de largo plazo de 4.1% hacia el año 2020, y se espera que se alcance la cifra de 1.5 billones de turistas para ese año.

Gráfica 2: Ingreso total por turismo en el mundo (1950-2000)
Miles de millones de Dólares

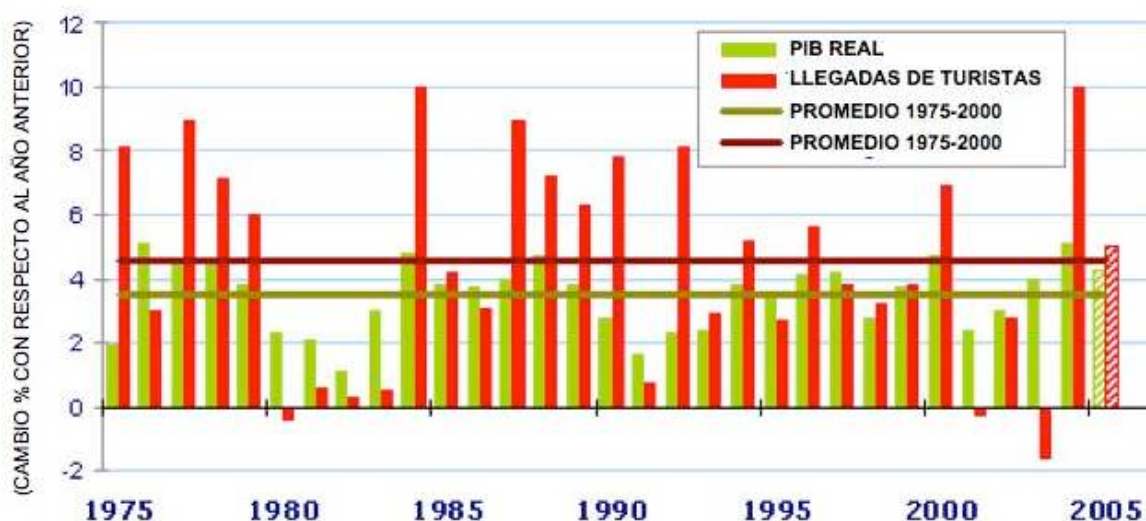


Fuente: Secretaría de Turismo (2000). “Estudio de Gran visión de Turismo en México: Perspectiva 2020”. Pág. 28
* Estimados

Como se puede observar en la gráfica 2, los ingresos totales por turismo en el mundo también crecieron. Entre los años 50s y 70s, el turismo presentó un movimiento constante, sin embargo fue hasta principio de los años 80s cuando los ingresos se multiplicaron casi 7 veces su valor. Se estima que para el año 2020 los ingresos mundiales rebasen los 600 mil millones de dólares.

Los datos demuestran que la demanda del sector turístico, depende altamente de las condiciones del tipo económico de los mercados. Al presentar crecimiento en las economías, el ingreso per cápita disponible, usualmente crece. Lo que de manera relativa sucede es que parte de ese ingreso será gastado o consumido en turismo, en particular en el caso de las economías emergentes. Y de manera opuesta, si se presenta un bajo crecimiento económico, se originará una reducción en el gasto en turismo.

Gráfica 3.- Crecimiento económico (PIB) y llegadas de Turistas internacionales



Fuente: Comité de Competitividad, LX Legislatura, Cámara de Diputados. “Ficha Técnica de la Mesa de Trabajo: Acciones para el Fortalecimiento del Turismo en México” (2007). Pág. 2

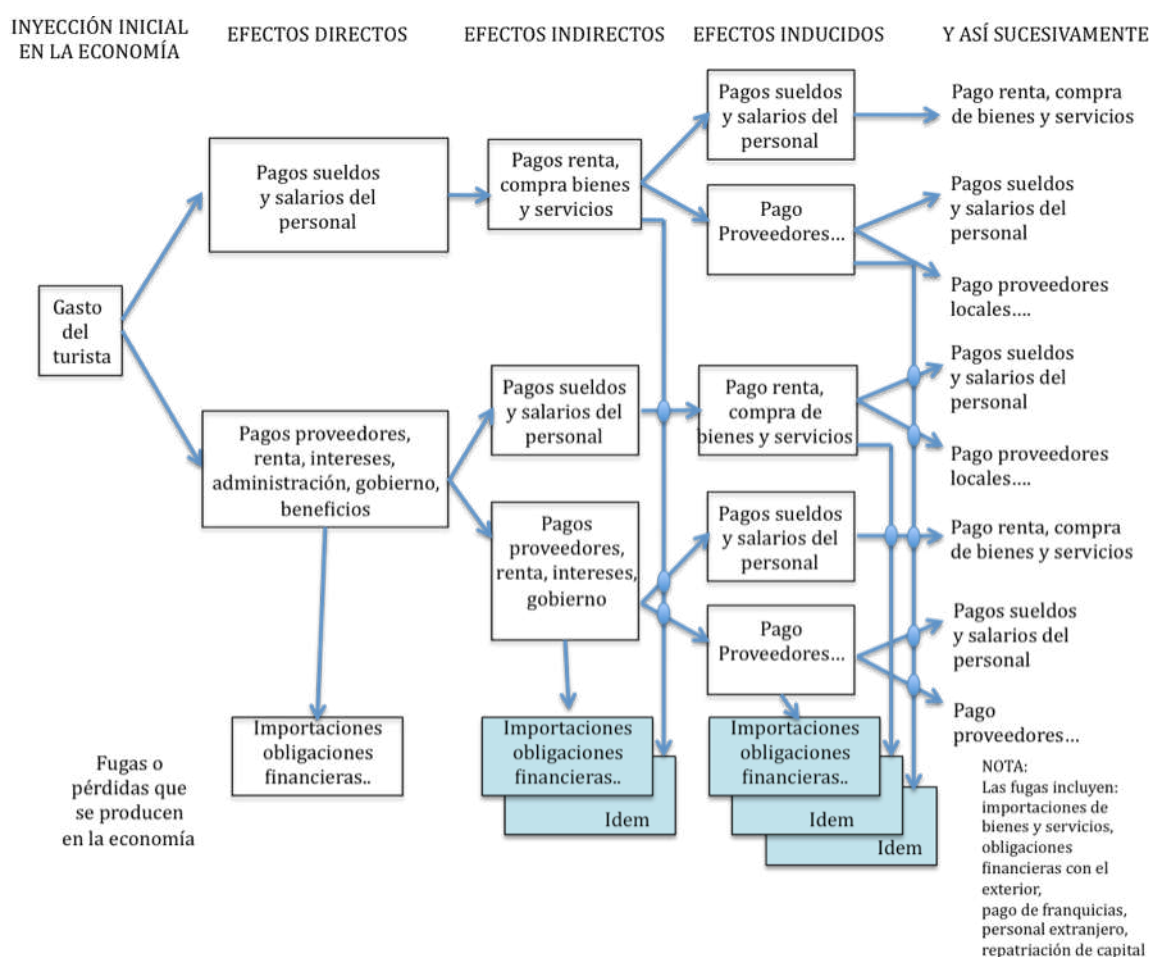
En esta gráfica 3 claramente se puede observar como el número de llegadas de turistas sobrepasa al Producto Interno Bruto (PIB) mundial. Para aquellos años en donde el PIB real mundial estuvo por encima del 4 por ciento, el crecimiento de llegada de turistas también creció. Sin embargo cuando el PIB real mundial registró cifras igual o menor al 2 por ciento, las llegadas de turistas también crecían en menor medida.

Una de las posibles razones al fenómeno que representa el turismo en la economía, es que el turismo dejó de ser una actividad de lujo para convertirse en un fenómeno social. Es inevitable no hablar del caso España, cuando se habla de turismo. En este país europeo, el número de turistas se manifiesta a la alta, año con año, llegando en la actualidad a los cerca de los 50 millones de turistas. Lo que representa efectivamente un total fenómeno social, si se toma en cuenta que tan solo la población de España no sobrepasa los 40 millones de habitantes.

Y si nos hacemos la pregunta ¿a qué se debe el éxito español?, pues es gran parte, ciertamente a una serie de características naturales, pero también al resultado de una fuerte política de inversión que ha sido implementada a lo largo de los últimos años.

Lo anterior se traduce a que las políticas hacia el turismo produzcan una mayor captación de ingresos en la economía nacional, para de esta forma producir, lo que varios autores denominan, el “*efecto multiplicador del turismo*”⁹. Tales ingresos generados por el gasto de los turistas, producen los llamados efectos indirectos (ver cuadro 1). Sin embargo como ya se ha expuesto a lo largo de este documento, los beneficios económicos que brinda el turismo, no solo se limitan a las actividades que se encuentran directamente relacionadas con los turistas propiamente.

Cuadro 1.- Forma como se produce el efecto multiplicador del Turismo en la economía



Fuente: Miguel A. Acerenza, Efectos Económicos, socioculturales y ambientales del turismo. México, 2006. Pág.35

⁹ El autor Miguel Angel Acerenza en su investigación detalla que este efecto multiplicador fue estudiado por primera vez por Harry G. Clement en 1961 y que se define como el “coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico”. Y que dicho coeficiente se encuentra dado por la relación de incrementos: $\Delta y / \Delta E_i$ donde: Δy = ingreso final generado en la economía. ΔE_i = inyección inicial producida por el gasto realizado por los turistas. Pág.33

Así como se muestra en el cuadro 1, el gasto que realiza el turista en territorio nacional representa una inyección inicial en la economía, traducido en ingresos percibidos por los factores de producción del sector turístico, lo que a su vez origina efectos indirectos en la economía. Lo anterior principalmente se da debido a que una parte de esos ingresos son utilizados en la compra de bienes y servicios para el funcionamiento de la propia industria. Esos pagos realizados a la compra de bienes y servicios, originan a su vez *efectos inducidos*, debido a que quienes reciben estos ingresos, los emplean también en el pago de productos y servicios y así de manera sucesiva.

Ya hemos analizado cómo el turismo puede generar grandes ingresos y beneficios económicos a la economía de una nación y a regiones no desarrolladas que cuentan con amplias ventajas comparativas. Para lo anterior la OMT ha enlistado razones por las que esta industria turística representa un factor de desarrollo económico sustentable, en los países menos desarrollados, y se detallan a continuación;¹⁰

- a) El turismo es consumido exactamente en el punto en donde se produce; el turista va al destino específico y es ahí donde gasta dinero, abriendo de esta manera, una oportunidad para los negocios locales de todo tipo, y permitiendo a las comunidades locales beneficiarse a través de la economía informal en la venta de bienes y servicios directamente a los visitantes.
- b) Muchos países menos desarrollados tienen una ventaja comparativa en el turismo con respecto algunos países desarrollados, ya que tienen una gran gama de valores como la cultura, el arte, música, escenarios naturales, variedad en flora, fauna y climas, incluyendo los lugares considerados “*Patrimonio de la Humanidad*”. Las visitas turísticas a tales lugares puede generar empleos e ingresos a las comunidades y ayudar a la conservación de recursos tanto naturales, como culturales.

¹⁰ “Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010”. Organización Mundial del Turismo (WTO); <http://www.un.org/special-rep/ohrls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf>

- c) El turismo es una industria con mucha mayor diversidad que otras. Cuenta con el potencial de sustentar otras actividades económicas, ambas a través de proveer flexibilidad. Trabajos de medio tiempo pueden ser complementados con otras opciones de sustento y a través de la creación de ingresos mediante una amplia cadena de insumos de bienes y servicios.
- d) El turismo es intensivo en mano de obra, la cual es particularmente importante en atacar a la pobreza. Fomenta la creación de muchas y diversas oportunidades de empleo, especialmente para las mujeres y la gente joven, la cual generalmente requieren de poco entrenamiento.
- e) Crea oportunidades para muchas micro y pequeñas empresas, tanto en la economía formal como informal. Es una industria en la que generalmente los costos y las barreras de entrada son relativamente bajos o pueden ser fácilmente reducidos.
- f) El turismo provee no sólo los beneficios materiales para los pobres, sino que también fortalece el orgullo cultural. La actividad crea una indudable conciencia del medio ambiente y su valor económico, un sentido de identidad y pertenencia y la reducción de vulnerabilidad a través de la diversificación de los recursos de ingreso.
- g) La infraestructura que requiere el turismo, tal como el transporte y las comunicaciones, suministros de agua y sanitarios, seguridad pública, y servicios de salud, beneficia directamente a las comunidades con índices altos de pobreza.

III. MÉXICO Y EL TURISMO (1950- 2000)

III.1.- Turismo en México y la Contabilidad Nacional

Como se ha podido constatar a lo largo del documento, sobre la importancia del turismo como factor de desarrollo de los estados y municipios, el gobierno mexicano ha seguido las recomendaciones de los organismos internacionales, circunscribiéndose en principio a la compilación de indicadores sobre el número de turistas, tiempo de permanencia, medio de transporte utilizado, capacidad hotelera, atractivos turísticos e ingresos y egresos de divisas por concepto de turismo. En particular, el gobierno de México ha seguido las recomendaciones de la OMT sobre la creación de “*una cuenta satélite de turismo*”, la cual ha sido implementada de manera conjunta por el INEGI y la Secretaría de Turismo, lo que permite dimensionar de manera específica la contribución de las actividades relacionadas al turismo en la economía. La cuenta satélite de turismo tiene como objetivo: suministrar información adicional, de carácter funcional o de interrelaciones sectoriales, utilizar conceptos, clasificaciones y normas contables complementarias o alternativas cuando así se requiere y de esta forma extender el marco de la contabilidad nacional, ampliar la cobertura de los costos y beneficios de las actividades humanas, propiciar el análisis de los datos mediante indicadores y agregados especiales para un campo de estudio y por último, vincular el análisis de registros físicos con el sistema contable¹¹.

La contabilidad de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) está a cargo del INEGI, como una extensión especializada del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM). La cuenta presenta los distintos aspectos del turismo tales como: productos, actividades, oferta y utilización; y su impacto en las variables macro-económicas, así como en la balanza de pagos y el empleo. De igual forma los datos que ahí se presentan están en valores corrientes y constantes a precios de 1993 contenidos en cuadros que guardan una estrecha relación con los presentados en el SCNM, base 1993¹².

De la misma forma que muchos países, México posee vastos e importantes destinos turísticos que le permiten captar considerables divisas y recursos. Tales ingresos provenientes del

¹¹ INEGI, “Sistema de Cuentas Nacionales de México, Cuenta Satélite del Turismo de México 1999-2004”, México 2006.

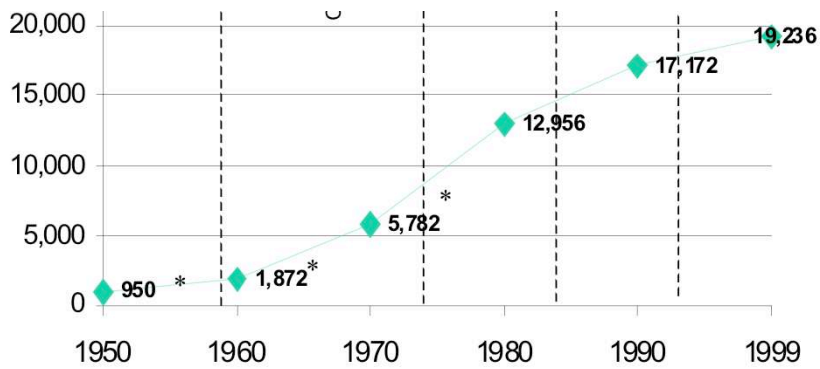
¹² INEGI, “Sistema de Cuentas Nacionales de México, Cuenta Satélite del Turismo de México 1999-2004”, México 2006.

exterior por concepto de turismo son contabilizados en las cuentas nacionales y son registrados en la Balanza de Pagos del país, por lo que dichos ingresos representan una aportación muy significativa. Por lo anterior, diversos autores, entre ellos Michael Clancy (2001) en su investigación sobre el turismo mexicano desde 1970, afirman que el turismo ha sido la mayor exportación de México contabilizada en la balanza de pagos, desde al menos, a finales de la Segunda Guerra Mundial.

El autor Clancy afirma que desde 1970, México gradualmente se ha convertido en uno de los más populares destinos en el mundo y que de igual forma, el turismo tiene un mayor componente en la economía mexicana. Para los años 90s, el país se posicionó en el lugar número 1 de llegadas en América Latina, representando lo anterior casi el 40% de todos los viajeros internacionales de la región. Asimismo, el país se colocó para esos años en el primer lugar de recepción internacional entre los países subdesarrollados. Afirma el autor, que los números son aún mas impresionantes cuando se revisan con el tiempo. Las llegadas a México se triplicaron entre 1970 y 1991, mientras que las ganancias por el tipo de cambio del turismo se incrementaron de 415 millones a 3.8 billones de dólares, (ver gráfica 5). Las cifras demuestran que las llegadas internacionales crecieron a una tasa anual promedio del 5 por ciento, mientras que la tasa de llegadas era del 11 por ciento.

A lo largo de los años 90s se continuó con un rápido crecimiento, alcanzando en el año 1998 la cifra cercana a los 20 millones de visitantes extranjeros, los cuales gastaban cerca de los 7.5 billones de dólares en los distintos destinos del país (ver gráfica 5). En años recientes, la industria del turismo, se ha consistentemente ubicado como la segunda o tercera fuente de intercambio de divisas en el país.

Gráfica 4.- Llegadas Internacionales a México (1950-2000)
(Miles de Turistas)

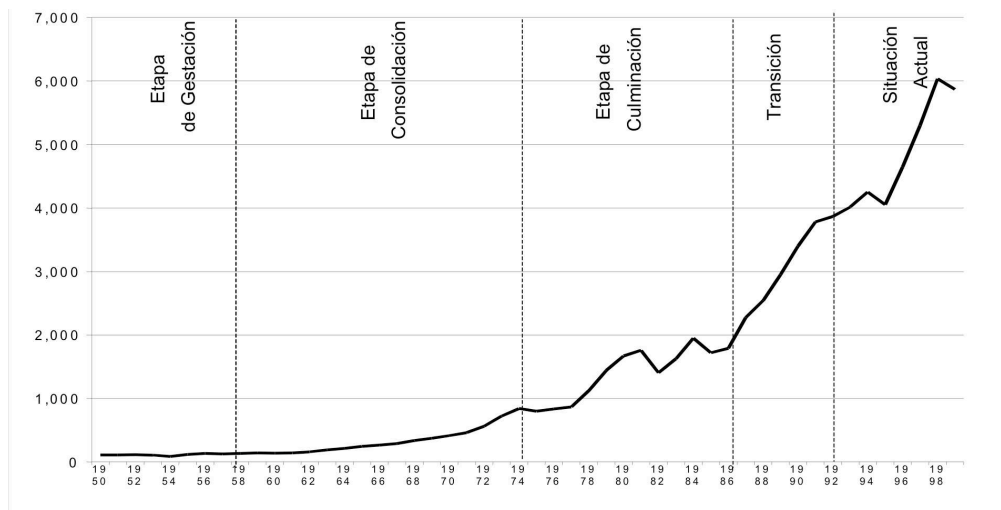


Fuente: Secretaría de Turismo (2000). “Estudio de Gran visión de Turismo en México: Perspectiva 2020”. Pág. 27

* Dato calculado por SECTUR con base en información existente. (Factor de error +- 3%)

Al igual que en el escenario mundial, México también ha presentado crecimiento constante de llegadas internacionales de turistas en los primeros años, para después registrar un crecimiento acelerado. La gráfica 4 nos presenta como a mediados de la década de los 70s el sector turístico en México se consolida y logra despegar hasta alcanzar los 12 millones de turistas internacionales. Para el año 2000, el país sobre pasa los 19 millones de llegadas.

Gráfica 5.- Ingresos por turismo receptivo en México (1950-2000)
(Millones de Dólares)



Fuente: Secretaría de Turismo (2000). “Estudio de Gran Visión de Turismo en México: Perspectiva 2020”. Pág. 29

Como se hace mención en párrafos anteriores, esta gráfica 5 muestra el constante y acelerado crecimiento que ha presentado la industria turística en nuestro país. Es importante señalar que esta gráfica proviene de un estudio que realiza la Secretaría de Turismo denominado: “Estudio de Gran Visión de Turismo en México: Perspectiva 2020”, en el cual se establecen 5 etapas de la evolución del turismo en México; (i) etapa de gestación, (ii) etapa de consolidación, (iii) etapa de culminación, (iv) transición, y (v) situación actual.¹³

Al inicio, el estado favorecía a gran escala la planeación y desarrollo de destinos turísticos, los cuales eran vislumbrados como “*polos*”. Una de las ventajas de esta construcción visionaria del

¹³ La presente investigación no entrará en detalles de las etapas mencionadas. Se recomienda leer la investigación de SECTUR, la cual muestra un marco histórico de turismo en México, cuyo objeto es de proporcionar elementos sobre la evolución y desarrollo de diversas variables cuantitativas y cualitativas que permiten comprender la dinámica y tendencias que ha tenido el turismo en los últimos 50 años.

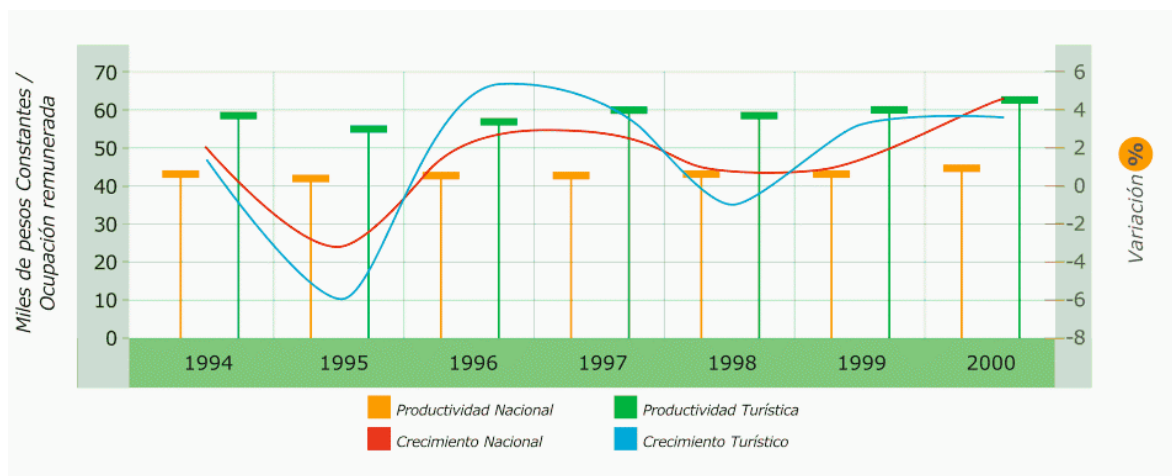
polo, era su localización. Estos eran ubicados en algunas de las más pobladas y más pobres ciudades de México.

Si bien se puede observar en la misma gráfica 5, que la etapa de consolidación del sector se dio entre los años de 1958 y 1974, también se puede afirmar que el verdadero despegue hacia la transición se produce entre los años 1990 y el 2000. Lo anterior se debe a que en ese período el turismo se ha robustecido como una de las principales fuentes generadoras de divisas en el país, al mismo tiempo que destaca su significativa participación en el Producto Interno Bruto (PIB) total nacional. Lo que representó para el período entre 1993 y 2000 una participación promedio del 8.3% al PIB nacional, comparándolo con la aportación promedio de otros sectores para el mismo periodo como los son: comercio (1%), alojamiento (1.1%), restaurantes y bares (2.0%), transporte (2.5%) y las artesanías (0.9%), lo que en su conjunto produjeron un promedio total del 7.5% del PIB nacional. Por otra parte, en lo que respecta a la participación del consumo turístico en el consumo privado nacional, éste alcanzó su máximo en 1995 con el 17.6% en relación al consumo privado nacional. En el periodo comprendido entre los años 1993 y 2000 el índice promedio fue de 16.7% del consumo turístico en relación al consumo privado nacional.¹⁴

La siguiente gráfica nos enseña como la productividad presentada en el sector turístico sobrepasa de manera significativa a la productividad nacional en su conjunto. El dato promedio calculado por SECTUR del ramo turístico es de 36.3% más productivo que el nacional. Lo que significa que el ramo turístico generó un producto promedio anual por ocupación remunerada de 58.8 miles de pesos, entre el periodo comprendido de 1993 y 2000, en comparación con el 43.16 miles de pesos a nivel nacional. En la gráfica también se puede observar como para el año 2000 la productividad turística registró un 35.4% más que la nacional.

¹⁴ Secretaría de Turismo. “El empleo en el sector turístico de México”. Págs.3-4

Gráfica 6.- Productividad turística Vs. nacional
1993=100



Fuente: SECTUR. “El empleo en el sector turístico de México” Pág. 6

La línea en color verde nos muestra como la productividad del sector turístico, presenta tendencias a registrar mayor crecimiento que el promedio de la economía del país. Sin embargo, de igual forma tal productividad turística presenta una gran sensibilidad en relación a la coyuntura económica nacional y así se demuestra en el año 1995 cuando la crisis originó un gran impacto negativo en el sector turístico.

El crecimiento mostrado por México en la industria turística, ha sido rápido y ha experimentado cambios estructurales sustanciales a lo largo de los últimos 20 años transcurridos. El sector cuenta ahora con una mayor capacidad total, mayor organización central y diversificación. ¿A qué se debe que el sector haya experimentado tanto crecimiento? Primeramente a la política implementada por el gobierno en materia de fortalecimiento del sector. Otros factores que influyeron son: las mejoras en infraestructura, el crecimiento en el sector de comunicaciones y transportes, el crecimiento en el sector de hospedaje y la concentración de otros polos turísticos, lo que ayudó a disminuir la presión de los tradicionales destinos turísticos y generar empleo en otras áreas más pobres del país. Por último, México se

convirtió en un país más financiero y emprendedor, especialmente en el área de alojamiento, donde se carecía de iniciativa privada para el sector turismo.

En la actualidad el gobierno federal cuenta con dos políticas o guías para el desarrollo de la industria nacional y el crecimiento económico. La primera, es un plan de desarrollo en el ámbito nacional con proyecciones a corto y mediano plazo denominado: *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, el cual posee acciones específicas para la industria turística, enfocadas a generar mayor sustentabilidad, diversificación y competitividad en dicho sector. La segunda es una política de turismo, que se rige de un gran objetivo nacional general y de objetivos sectoriales. Esta política de turismo se encuentra contenida en el *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*. Ambas políticas son incluidas de manera íntegra en esta investigación debido a su importancia directa en la conducción del turismo nacional y sus repercusiones regionales y también por su gran impacto en el desarrollo del país.

III.2.- Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012: Turismo

“El sector turismo tiene varias características que lo convierten en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento. Destacan, en primer lugar, su elevada productividad y empleo bien remunerado; y en segundo, que en muchas ocasiones se desenvuelve en regiones de menor desarrollo económico. Cabe notar que la riqueza cultural y natural de México implica que existen amplias oportunidades de actividades turísticas que no se han desarrollado cabalmente.

La mayor integración mundial, aunada a la riqueza cultural y natural de nuestro país, implica que México hoy en día se encuentra en una situación de enorme potencial para que el desarrollo exitoso del sector turismo se convierta en uno de los ejes de desarrollo del país. El desarrollo acelerado a nivel mundial implica que la demanda por servicios turísticos se incrementará de forma importante en los años venideros. Finalmente, el incremento en la población pensionada en los países industrializados implica una proporción cada vez mayor de individuos de elevados recursos socioeconómicos con interés por realizar largos viajes a destinos atractivos.

Sin embargo, al igual que en otros ámbitos, el mismo fenómeno de globalización lleva a que el viajero, tanto nacional como extranjero, tenga mayores opciones. Así como la tecnología de la información facilita adquirir información y realizar la planeación de un viaje en nuestro país, lo hace también para otros destinos. Los menores costos de transportación aérea permiten a nuestros visitantes tradicionales tener acceso a destinos más alejados. Ello implica que, al igual que en otros ámbitos de la actividad económica, las oportunidades y retos que representa la integración mundial debe resolverse mediante políticas públicas decididas.

El sector debe ser reconocido como una pieza clave en el desarrollo económico del país. Asimismo, se debe garantizar que el crecimiento del sector respete los entornos naturales, culturales y sociales. Es justamente la riqueza de México en términos de cultura, enorme diversidad climática, belleza orográfica, fauna y flora endémicas, y su sociedad vibrante y abierta, lo que atrae y diferencia a nuestro país de otras naciones del mundo.

El papel del sector como detonante del desarrollo local implica que el desarrollo de infraestructura y de servicios debe incluir aquellos orientados a dotar de capacidades a la población local. Sólo de esa forma puede consolidarse una mejoría en el bienestar de las poblaciones locales que les permita ser participantes plenos del proceso de desarrollo.

Objetivo 12.-

Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.

Para convertir a México en un país líder en el sector turismo y aumentar, para 2012, en un 35% el número de turistas internacionales es necesario poner en marcha las siguientes estrategias:

Estrategia 12.1 Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de

desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.

Estrategia 12.2 Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.

Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos, y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social y coordinación con el sector privado.

Estrategia 12.3 Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.

Estrategia 12.4 Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.

Estrategia 12.5 Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados. La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros. Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

Estrategia 12.6 Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las

poblaciones locales donde se ubique la actividad”¹⁵.

III.3.- Programa Sectorial de Turismo 2007-2012

El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, presentado por la Secretaría de Turismo establece como objetivo nacional: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”¹⁶

Asimismo el programa sectorial cuenta con 8 objetivos sectoriales que buscan dar solución al cumplimiento del objetivo y estrategia de la política turística nacional definida en el Plan Nacional de Desarrollo.

“Objetivo Sectorial 1.- De Concurrencia de políticas públicas

Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permiten a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

Objetivo Sectorial 2.- De Desarrollo regional

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

Objetivo Sectorial 3.- De Concurrencia legal y normativa

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable

¹⁵ Calderón Hinojosa, Felipe de Jesús. “Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012”. México, 2007. Págs. 118-120

¹⁶ Secretaría de Turismo. “Programa Sectorial de Turismo 2007-2012”. Pág. 31

de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

Objetivo Sectorial 4.- De Oferta competitiva

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.

Objetivo Sectorial 5.- De Empleo de calidad

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo con enfoque de igualdad de género.

Objetivo Sectorial 6.- De Fomento productivo

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atraktividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

Objetivo Sectorial 7.- De Promoción y comercialización integrada

Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales y la identidad regionales y las fortalezas de la Marca México.

Objetivo Sectorial 8.- De Demanda turística doméstica e internacional

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando

los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población”¹⁷.

Por último el programa sectorial, cuenta con 5 estrategias de la política pública del sector turismo.

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

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

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

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

¹⁷ Secretaría de Turismo. “Programa Sectorial de Turismo 2007-2012”. Págs. 29-30

Estrategia 5.- Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad”¹⁸.

III.3.- Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo

Recientemente el gobierno federal presentó el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo 2008-2012 (Pronafide), el cual tiene como objetivo y finalidad la disponibilidad de recursos, tanto financiero como fiscales suficientes, que permitan alcanzar un desarrollo humano sustentable.

El programa cuenta con dos vertientes:

- 1) “Mejorar los determinantes transversales de la competitividad de la economía mexicana como el Estado de Derecho y la seguridad, la infraestructura, las capacidades de las personas, la estabilidad macroeconómica, la competencia económica y el marco regulatorio, las condiciones para el desarrollo y adopción de nuevas tecnologías, y
- 2) Eliminar las limitantes al crecimiento de los sectores económicos causadas por un marco legal, regulatorio o de competencia inadecuados o por disponibilidad insuficiente de recursos”¹⁹.

En lo que respecta al sector turístico, el Pronafide sustentará y respaldará los objetivos planteados en el Plan Nacional de desarrollo y en el Programa Sectorial de Turismo de la presente administración, con el desarrollo de infraestructura de comunicaciones y transportes que permitirá el fácil tránsito de turistas, la mejora al Estado de Derecho y de la seguridad que fomentará la demanda de servicios del sector, así como una mayor competencia en el transporte que hará más accesible y eficientes los traslados. Lo que para la Secretaría de Hacienda y Crédito Público el factor turismo tendrá un impacto en las metas sectoriales.

¹⁸ Secretaría de Turismo. “Programa Sectorial de Turismo 2007-2012”. Pág. 31

¹⁹ Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), “Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo 2008-2012”. Mexico, 2008. Pág. 8

IV. TURISMO: MEDIO AMBIENTE Y EL CÁMBIO CLIMÁTICO

El turismo, como ya se ha mencionado, tiene una relevancia ineludible para el crecimiento de los países, ya que juega un importante papel para detonar las economías nacionales, contribuir a la disminución de la pobreza por generar grandes cadenas productivas en la generación de empleos y ser un elemento insoslayable de cohesión social y cultural. De ahí la importancia que tiene la implementación de políticas públicas y la toma de decisiones que impulsen el desarrollo del sector.

De acuerdo a los últimos datos del Banco de México, el turismo aporta aproximadamente el 8% del Producto Interno Bruto total, generando más de 1.8 millones de empleos remunerados y posicionándose como la tercera actividad económica generadora de divisas en el país.

En la actualidad, muchos sectores económicos tales como el turismo, se relacionan directa e íntimamente con factores que produce el inminente fenómeno de la globalización. Un efecto de lo anterior es el llamado cambio climático, cuyas repercusiones ya se consideran, que se han manifestado de forma considerable, ocupando un destacado lugar en los temas de la agenda internacional.

Según la definición aportada por Naciones Unidas, el cambio climático “es la modificación del clima atribuida directa o indirectamente a las actividades del hombre, que alteran la composición de la atmósfera y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables”.²⁰ A partir de la definición anterior, se establece, que la actividad del hombre permea en la composición de la atmósfera y en consecuencia en las modificaciones climáticas. Es importante señalarlo, ya que como se especificará más adelante, el clima y el medio ambiente son los recursos principales con los que se explota la actividad turística (especialmente el turismo de playa, de nieve, etcétera), por lo que una alteración en

²⁰ Convención Marco de las Naciones Unidas Sobre cambio climático. Nueva York. EE.UU. 1992.

éstos, implica indudablemente una alteración proporcional al cambio en el potencial de la actividad turística

La relación que se establece entre la actividad turística y el medio ambiente es recíproca, ya que por un lado, la evasión de políticas que promuevan un turismo sustentable trasciende en la calidad del ambiente y éste a su vez altera directamente al sector, de surgir modificaciones en él.

Como se ha señalado con anterioridad, la llamada “industria sin chimeneas” cuenta con un gran potencial económico que indica que es una actividad rentable y que genera grandes retribuciones para los países, sin embargo, dicha rentabilidad puede ponerse en grave riesgo si no se atienden los fenómenos relacionados con el medio ambiente. De este modo, el segmento debe responder con inmediatez a los efectos que con claridad han sido manifestados por el cambio climático, alineando sus estrategias para mitigar los resultados que genera la emisión de gases de efecto invernadero, derivados principalmente de las actividades de transporte²¹ y alojamiento, asimismo desvinculando el crecimiento sostenido hasta la actualidad del sector con un consumo irracional de energía. El turismo contribuye en aproximadamente un 5% a las emisiones globales de CO₂, de acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo (2007).

Según la World Wild Fund, WWF, “los viajes aéreos son los principales contribuyentes al efecto invernadero. Los jets de pasajeros son el origen con crecimiento más rápido de emisiones de gases invernadero. Se espera que el número de pasajeros internacionales se incremente de 594 millones en el año 1996 a 1.6 billones en el 2020, agravando considerablemente el problema, a menos que se tomen las medidas necesarias para reducir las emisiones.”²²

²¹ Según la organización defensora del medioambiente Friends of the Earth, el sector de transporte aéreo se ha hecho con la etiqueta de “fuente de gases de efecto invernadero de mayor tasa de crecimiento mundial”, pues sus aviones liberan más de 600 millones de toneladas de CO₂ cada año. Esta cifra prácticamente iguala las emisiones anuales de CO₂ del continente Africano. Por su parte, el sector Aviación publica cifras distintas. Según IATA y el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático de Naciones Unidas (IPCC), la aviación en su conjunto solo da cuenta de alrededor del 3% de emisiones de gases de efecto invernadero. (ITB, Berlín 2008. Cambio climático y el futuro del turismo mundial)

²² Secretaría de Turismo de México (SECTUR). Boletín Hechos y Tendencias del Turismo, Número 42 Abril 2005

Hoy en día se observa como el cambio climático se ha manifestado en fenómenos como el incremento extremo de temperaturas, olas de calor, precipitaciones intensas, mayor frecuencia de tormentas tropicales y huracanes. Muchas regiones con destacados destinos turísticos han sufrido dichas consecuencias, por lo que es de vital importancia, tal y como lo menciona el reporte elaborado por la OMT el cambio climático influye también en la duración y calidad de las estaciones, de manera que una modificación en este sentido ponen en grave riesgo la competitividad de las empresas turísticas, los destinos y las regiones.

Según los datos reportados por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC) en su Segundo Informe de Evaluación, el incremento de temperatura anunciado para este siglo ha aumentado en un rango aproximado de 1- 3.5°C a 1.4- 5.8°C. "La tasa de calentamiento proyectada es mucho mayor que los cambios observados durante el siglo XX y es muy probable que no tenga precedente durante al menos los últimos 10,000 años". Las tendencias del siglo XX de aumento de temperatura, incremento del nivel del mar y mayor precipitación continuarán y se intensificarán en el siglo XXI a menos que se reduzcan las emisiones de gases de efecto invernadero.²³ Asimismo, organismos internacionales prevén el aumento de fenómenos meteorológicos como precipitaciones que causan grandes inundaciones, huracanes, olas de calor, incendios forestales y sequías más prolongadas y extremas. Lo anterior significa pérdida real de potencial y rentabilidad en materia turística de no hacer frente con urgencia al cambio de las condiciones climáticas y tomar medidas de sus futuras repercusiones.

“El turismo puede ocupar un lugar destacado en la lucha contra el cambio climático si se movilizan plenamente los recursos y la capacidad de innovación de este sector económico mundial de importancia capital orientándolos a la consecución de ese objetivo”²⁴

Con anterioridad se ha mencionado que el clima tiene gran repercusión en el sector turístico, ya que de éste depende la elección de los destinos, la calidad de la oferta en el sector y el tiempo de duración de las temporadas turísticas y en consecuencia el gasto de los turistas que se traduce en derrama económica. De esta manera, se observa que el clima puede ser un

²³ SEMARNAT, IMTA. Análisis de posibles impactos del cambio climático. Estudio de caso preliminar: Cancún, Quintana Roo. México: Septiembre, 2006.

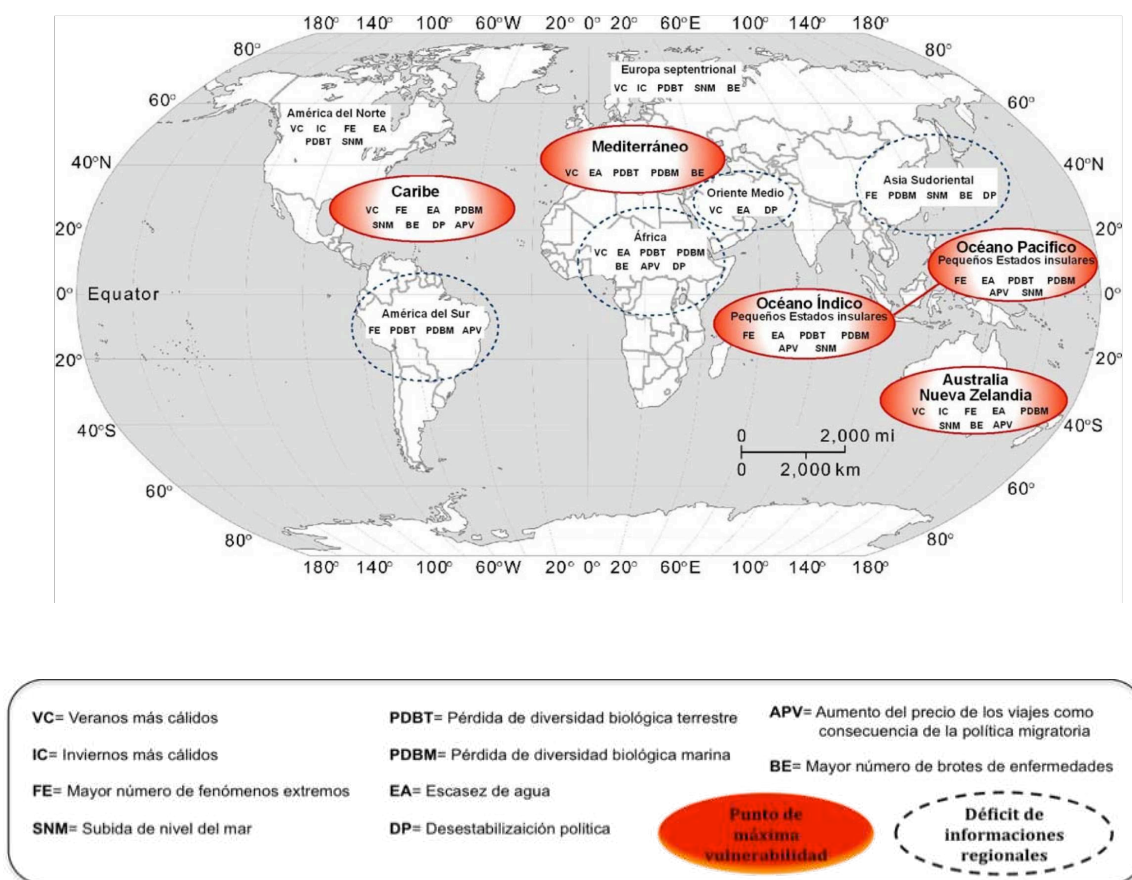
²⁴ Cambio climático y turismo. Responder a los retos mundiales. Pág. 5

incentivo de connotación positiva, como negativa para el desarrollo turístico ya que está directamente implicado con la competitividad y sostenibilidad del sector.

En aras de observar científicamente cifras que indiquen que el crecimiento sostenido del turismo se traduce en grandes beneficios para la sociedad, es preciso cerciorar la permanencia del sector, asegurando previamente la sustentabilidad del turismo. Lo anterior significa elaborar estrategias y determinar prioridades que controlen y reduzcan significativamente las acciones humanas que han propiciado el cambio climático.

Es preciso destacar que tanto el clima, como el medio ambiente, son herramientas imprescindibles con las que cuenta el turismo para su desarrollo. Éstas inciden notablemente en la elección de los destinos, en mayor medida en los que dependen de la explotación en torno a su naturaleza, lo cual se traduce posteriormente en la rentabilidad y competitividad de éstos. Los destinos que ofertan la atracción de su clima pueden ser vulnerables ante los cambios de tipo climático o la destrucción del medio ambiente; el cambio climático, incide también, por ejemplo, en la erosión de los litorales y el deterioro de ecosistemas, arrecifes de coral o puede perjudicar las nevadas en las zonas montañosas que explotan los deportes de este tipo (ver figura 1). Asimismo afectan el suministro de servicios básicos como el agua.

Figura 1.- Distribución geográfica de las principales repercusiones del cambio climático en los destinos turísticos



Fuente: UNWTO, OMT, IOHBT, PNUMA, ORGANIZACIÓN METEOROLÓGICA MUNDIAL.
“Cambio climático y turismo: Responder a los retos mundiales”. Resumen Junio de 2008. Pág.12

México en la actualidad no está obligado a cumplir compromisos que reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero, por ejemplo los que sustenta el Protocolo de Kyoto, sin embargo las presiones internacionales aumentarán en los próximos 20 años, ya que se prevé que la mayor parte de las emisiones se generarán por parte de los países en vías de desarrollo. “Las emisiones de CO₂ derivadas del consumo de energía en nuestro país alcanzaron las 3.64 toneladas por habitante en 2002, apenas por debajo del promedio mundial de 3.89.”²⁵

²⁵ Aguayo, Francisco. Mitigación de gases invernadero e innovación en el sector industrial en México. En: Sustentabilidad y Desarrollo ambiental. Pág. 217.

El turismo sustentable, de acuerdo al Responsible Travel Handbook 2006, debe optimizar el uso de los recursos naturales que son clave para el desarrollo turístico; de esta manera se mantienen los procesos ecológicos esenciales y se ayuda a conservar la biodiversidad natural.

V. ACCIONES Y RECOMENDACIONES

En el panorama general e internacional, la OMT plantea algunas recomendaciones:²⁶

- i. Apoyar los esfuerzos de los países menos desarrollados, en la inversión en la industria turística y desarrollar empresas en la amplia economía del turismo. En particular a través del incremento en el acceso al financiamiento y al desarrollo del recurso humano local;
- ii. Auxiliar a los países menos desarrollados a alcanzar su eficiencia económica, competitividad y sustentabilidad en las operaciones del turismo, y ayudarlos a acceder y participar en los sistemas de distribución global y el uso apropiado de tecnología;
- iii. Ayudar a los países menos desarrollados a promover sinergias entre el transporte y el turismo, particularmente: el transporte aéreo; y
- iv. Considerar ayuda financiera, tecnológica y de otras formas de asistencia para apoyar los esfuerzos de los países menos desarrollados en materia de fortalecimiento de sus capacidades nacionales en el sector del turismo.

Estas acciones son parte de un trabajo integral hacia el creciente reconocimiento de la contribución clave que el desarrollo turístico puede generar para una economía equitativa, progreso social y combate a la pobreza.

Las Naciones Unidas a través de su agencia especializada el OMT sugiere once principios y recomendaciones para que los gobiernos en conexión con el turismo y el combate a la pobreza, adopten. Los principios sugeridos son:²⁷

1. ***Principal prioridad:*** asegurarse que el desarrollo sustentable del turismo se encuentre incluido en los programas generales de combate a la pobreza. Incluir medidas de

²⁶ "Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010". Organización Mundial del Turismo (WTO); <http://www.un.org/special-rep/ohrls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf> Pág. 3

²⁷ "Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010". Organización Mundial del Turismo (WTO); <http://www.un.org/special-rep/ohrls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf> Pág. 4

- eliminación de la pobreza a través de estrategias para el desarrollo sustentable del turismo;
2. ***Asociación:*** Desarrollar asociaciones entre los sectores internacionales, gobierno, agencias no gubernamentales y sector privado, con un fin común de reducir la pobreza mediante el turismo;
 3. ***Integración:*** Adoptar un acercamiento integral con otros sectores y evitar una sobre dependencia del turismo;
 4. ***Distribución Equitativa:*** Asegurarse que las estrategias de desarrollo turístico se enfoquen en una mayor y mejor distribución equitativa de bienestar y servicios. El crecimiento solo no es suficiente;
 5. ***Actuando Localmente:*** Enfocar acciones a un nivel de destino local, dentro del contexto de apoyar a las políticas nacionales;
 6. ***Retención:*** Reducir salidas y fugas de la economía local y construir puentes dentro de la misma economía local, enfocarse en la cadena de insumos;
 7. ***Viabilidad:*** Mantener una disciplina financiera y activos viables de todas las acciones tomadas;
 8. ***Empoderamiento:*** Crear condiciones que empoderen y permitan a los pobres tener acceso a la información, influir y tomar decisiones;
 9. ***Derechos Humanos:*** Remover toda forma de discriminación hacia las personas trabajando o en busca de trabajo en el sector turístico, eliminar cualquier tipo de explotación, en particular aquellas en contra de las mujeres y los niños;
 10. ***Compromiso:*** Establecer un plan de acción y de aplicación de recursos para el largo plazo, y;
 11. ***Monitoreo:*** Desarrollar indicadores simples y sistemas de medición de impacto del turismo en la pobreza.

Debido a la importancia de la actividad turística en la globalización, como fuente importante de ingresos y herramienta para reducir la pobreza, se plantea la inminente necesidad de llevar a cabo un agregado de políticas públicas que promuevan un turismo sostenible, en donde se refleje el compromiso real para preservar el medio ambiente, en aras también, de que la actividad siga siendo sostenible. Por lo anterior, en materia de medio ambiente y cambio

climático se hacen las siguientes recomendaciones de acuerdo con las realizadas por la UNWTO y la OMT:

- El sector turístico debe actuar con respuesta inmediata a los efectos del cambio climático reduciendo progresivamente su contribución a la generación de gases de efecto invernadero, relacionadas como se había mencionado, con actividades relacionadas con transporte y alojamiento. Lo anterior puede basarse en un afán de crear conciencia de la importancia de la conservación del medio ambiente y la racionalización de energía.
- Lograr que las empresas relacionadas con el sector, se adapten a las nuevas condiciones de clima, de esta manera, se procura mantener constante el potencial con el que el turismo cuenta.
- Aplicar nuevas tecnologías y logísticas limpias con el propósito de usar con mayor eficiencia los recursos energéticos.
- Alentar la sensibilización de los consumidores en destinos y mercados emisores para modificar hábitos de consumo que sean dañinos para el clima.

VI. CONCLUSIÓN

El turismo es una actividad económica con creciente presencia en los países en vía de desarrollo, cuya potencialidad para apoyar procesos de avance y por lo tanto, de combate contra la pobreza, ha sido reconocida internacionalmente. Muchos países menos desarrollados han visto aumentar su progreso turístico, inclusive en aquellos donde hasta hace poco consideraban al turismo como una actividad secundaria. Por lo que definitivamente el turismo representa una oportunidad hacia los países en desarrollo, pero éstos tienen que estar sujetos a directrices de turismo responsable, por lo que es importante contar con una gestión compartida por los agentes involucrados (gobierno federal, estatal, sector privado, ONGs, destinos turísticos, sociedad civil, etc) que establezcan un marco legislativo, político, socio-económico y cultural, que propicien una visión más amplia y consideren como prioridad al turismo a manera de estrategia de desarrollo para reducir la pobreza.

En la actualidad, el volumen del negocio del turismo iguala o sobrepasa las exportaciones de petróleo, productos alimenticios y automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los mayores jugadores en el comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingreso para muchos de los países en vías de desarrollo. Este crecimiento se da, mano a mano con una diversificación creciente y competencia entre los destinos turísticos.

Cuando se inicia la creación del sector turístico en México, el estado favorecía la planeación y desarrollo de los polos o destinos en base a su localización geográfica. Hoy en día, se deben desarrollar polos turísticos basándose en la herencia cultural y en el potencial económico del destino y no exclusivamente en su belleza natural. Lo anterior favorecerá al desarrollo de las comunidades más necesitadas y creará nuevas formas de turismo, como lo es: el ecoturismo, de deporte, de retiro, industrial, de negocios, náutico, educativo, entre otros.

Las políticas relacionadas al turismo deberán estar cuidadosamente diseñadas para operar con una infraestructura que sea conductiva para el sector turístico. Los hacedores de políticas

públicas deberán poner mucha atención en su diseño, especialmente al momento de ponderar la parte de la inversión entre el turismo y otros sectores productivos.

Las decisiones políticas en lo concerniente al turismo, no solo deberán estar en manos del gobierno central, sino que también deberán ser llevadas hacia los gobiernos regionales, lo que posibilitará poner en práctica políticas coordinadas del sector turismo, destinadas a mejorar la oferta, modernizar la infraestructura y promocionar las posibles atracciones.

La importancia de preservar el medio ambiente obedece, en el caso del turismo, a la necesidad rigurosa de mantener la competitividad de los destinos turísticos. Es preciso entender que las acciones de los seres humanos que contribuyen a la emisión de gases de efecto invernadero o daños a los ecosistemas, van en continuo detrimento de los sectores, en este caso, de la actividad turística, por lo que el daño ambiental y la reducción de competitividad de los destinos se relacionan directamente. Con el objetivo de mantener el importante potencial y en consecuencia la rentabilidad de este importante sector, hay que destacar la instrumentación de políticas que contribuyan a la innovación y adopción de prácticas relacionadas con el turismo, de modo que sea prioridad en ellas, el cuidado al medio ambiente, la reducción del cambio climático y la innovación tecnológica en pro del medio ambiente.

Es importante destacar que ni el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND) ni el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, ligán entre sus estrategias y determinación de prioridades al medio ambiente y cambio climático con el sector turístico.

De cumplirse con las metas transversales y sectoriales del Pronafide, se generará un impacto sobre el crecimiento económico de 1.9 por ciento de aumento en la tasa de crecimiento a mediano plazo, con lo que ésta aumentaría de 3.2 por ciento en 2007 a por lo menos 5.2 por ciento de crecimiento en su escenario conservador. Por su parte, la inversión en el sector turístico programada para el periodo 2007-2012 será de 219 mil millones de pesos de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo, lo que contribuirá en un aumento en el crecimiento del PIB de 0.08 por ciento a las metas del Pronafide.

