

INTRODUCCIÓN AL TURISMO

Lic. Perla Elizabeth Guerrero González
Dr. José Roberto Ramos Mendoza

PRIMERA EDICION EBOOK
MEXICO, 2014

**Para establecer comunicación
con nosotros puede hacerlo por:**



correo:
Renacimiento 180, Col. San Juan
Tlihuaca, Azcapotzalco,
02400, México, D.F.



fax pedidos:
(01 55) 5354 9109 • 5354 9102



e-mail:
info@editorialpatria.com.mx



home page:
www.editorialpatria.com.mx

Dirección editorial: Javier Enrique Callejas

Coordinadora editorial: Verónica Estrada Flores

Supervisor de producción: Gerardo Briones González

Revisión Técnica: M. en E. Miguel Angel Vargas Hernández

Profesor Colegiado de la Escuela Superior de Turismo de I.P.N.

Diseño de interiores: Alejandra Bolaños

Diseño de portada: Juan Bernardo Rosado Solís

Introducción al Turismo

Derechos reservados:

© 2014, Perla Elizabeth Guerrero González y José Roberto Ramos Mendoza

© 2014, Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

Renacimiento 180, Colonia San Juan Tlihuaca

Delegación Azcapotzalco, Código Postal 02400, México, D.F.

Miembro de la Cámara Nacional de la Industrial Editorial Mexicana

Registro Núm. 43

ISBN ebook: 978-607-438-875-6

Queda Prohibida la reproducción o transmisión total o parcial del contenido de la presenta obra en cualesquiera formas, sean electrónicas o mecánicas, sin el consentimiento previo y por escrito del editor.

Impreso en México

Printed in Mexico

Primera edición ebook: 2014

*A mis padres María Esther, José Claudio y hermanos,
su guía ha significado tanto para mí, que son una gran luz en mi existencia.*

*A Úrsula y Mauricio por compartir su vida,
en mi vida y hacerme inmensamente feliz.*

*Ed, Gracias por su incondicional amor,
considerable apoyo, paciencia y comprensión.*

Perla Elizabeth Guerrero

A Dios por permitirme vivir en el momento, tiempo y experiencia justa, aprendiendo de esta maravillosa experiencia de vida.

Agradezco infinitamente a Soledad Mendoza y Roberto A. Ramos, los dos seres a quien amo y quien siempre tendrán mi respeto por haberme dado lo más maravilloso del mundo: la vida. Por demostrarme día a día que la vida se vive con principios y valores y por mostrarme el verdadero significado del amor fraternal y amistad.

A Vicky, Enrique y Paty, tres seres humanos a quienes admiro y respeto por todo lo que como hermanos me han brindado en este trayecto de vida.

Al Dr. Ricardo Tejeida Padilla, Dr. Edgar Oliver Cardoso Espinosa, Dra. Ma. Antonieta Andrade Vallejo, Mtra. Lucía Mira Zapatero, Mtro. Miguel Ángel Vargas, Mtro. Hazael Cerón Monroy. Por los consejos tan atinados en el ámbito educativo, de investigación. Simple y sencillamente gracias por todo lo que me han brindado en esta era del conocimiento. Y sobre todo por su valiosa amistad.

A mis alumnos, pero especialmente a Ing. Sonia Rodríguez, Ing. Alejandro Santos, Lic. Alejandro Platas, Lic. Noelia Castañeda, Lic. Jessica Romero Flores, Lic. Aniela Trinidad Franco, Lic. Norma Cruz Norberto y al Lic. César López Jiménez. Exitosos estudiantes pero sobre todo hombres y mujeres proactivos en la vida.

Con todo aprecio a aquellos **estudiantes de turismo**, que se preparan con persistencia para convertir sus sueños en realidad y ser grandes profesionales exitosos.

A ti que formas parte del capital humano que se prepara, con ahínco, dedicación y sobre todo entrega, para hacer frente a las dificultades que enfrenta el sector turístico a nivel nacional; pero sabemos que este sector en breve volverá a tomar su lugar dentro de las actividades económicas de esta bella nación y entonces tu pasaras a formar parte de ese personal que le dará mayor impulso y sobre todo, lo hará más competitivo respecto a las grandes potencias.

**“Si se siembra la semilla con fe y se cuida con perseverancia,
sólo será cuestión de tiempo recoger sus frutos.”.**
(Thomas Carlyle)

**ESENCIA Y ESPACIO. “No sólo son buenas intenciones;
sino excelentes y atinadas acciones, las que marcan
fragmentos permanentes de historia y vida positiva.”**
(Perla Elíz)

Agradecimientos

Quisiéramos expresar nuestra completa gratitud a las siguientes personas quienes depositaron en nosotros su confianza, por contribuir con su experiencia y ofrecernos la oportunidad de trabajar para enriquecer el acervo de educación de este importante tema y con ello permitir más herramientas de estudio para quienes les sea útil el presente trabajo.

Lic. Verónica Estrada.

Dr. José Claudio Guerrero.

Lic. CTC. Kristel Van Waveren.

En forma por demás especial y con profundo respeto deseamos hacer patente nuestro agradecimiento por su gran calidad humana, valioso apoyo y su experta revisión. A quién a través del tiempo ha venido impulsando a generaciones en el estudio de este sector.

Doctor Sixto Báez.

A las siguientes instancias:

Grupo Editorial Patria, S.A de C.V.

Consejo Mexicano de Turismo.

Secretaría de Turismo.

Organización Internacional de Turismo.

World Travel & Tourism Council.

Y además:

A todas aquellas personas que con su amplio conocimiento han colaborado en lectura, metodología y revisión del presente libro.

A **Perla Elizabeth Guerrero González**, por brindarme la oportunidad de compartir mi experiencia de vida y mis conocimientos con el fin de plasmarlos en la presente obra. Que dios te bendiga siempre.

José Roberto Ramos Mendoza.

Prefacio

Bienvenidos al contexto del turismo

Para la mayoría de las personas; uno de sus sueños es viajar. **¿Qué es el turismo?** No hay explicación suficiente para lo formidable de este concepto. Todas las definiciones se enlistan según la óptica de su tratamiento.

El **turismo** es uno de los ámbitos ideales donde el futuro de algunas de nuestras sociedades podría encontrar su pleno desarrollo. Es un fenómeno actual que contiene líneas y perspectivas que son trascendentes y ha transformado a múltiples regiones y economías.

Su importancia es tal, que supone todo un impacto en diversos rubros, de esfuerzos continuos, en operaciones realizadas, en proyecciones a futuro y en la puesta en marcha de planes, programas y recursos, tanto públicos como privados.

México para fortuna de los mexicanos cuenta con una amplia y reconocida riqueza natural, histórica y cultural; cimientos para la creación de nuevos modelos y procesos de negocios turísticos. Constituye una parte importante en el desarrollo de nuestro país, por las fuentes de trabajo que produce, las divisas que genera y las oportunidades de recreación que brinda. Motivos de sobra que llevaron a su tratamiento en éste, que es un libro con **información integral**.

El desarrollo de la educación en el turismo es un compromiso a largo plazo. Por ello los Gobiernos, las empresas de la iniciativa privada y profesores siguen esforzándose arduamente; siempre con el ánimo de proveer en forma efectiva el acervo teórico-práctico-tecnológico; junto con la obligada investigación, que permite a los alumnos cumplir con las expectativas del medio.

Resulta conveniente también comentar que en variados momentos, la formación profesional de los jóvenes, se torna afectada por las pocas facilidades que se les brinda como estudiantes, para colocarse y poner en práctica sus conocimientos; esto obedece a que el sector productivo no consiente que se inicien en la vivencia de las múltiples oportunidades que el sector les brinda al final de su formación profesional.

Lo anterior, sirve como segunda justificación para la elaboración de este material, que es precisamente; el **enlazar la necesidad de abordar temas determinantes del sector, con los programas de estudio de turismo vigentes**; incluso con la óptica de vincularse estrechamente con la educación a distancia, proyectos de investigación, seminarios, publicaciones y materias relacionadas con el turismo. La idea primordial es sentar una base académica atractiva, que contribuya a actualizar la plataforma de información.

El compromiso de la información aquí disponible, es que sea especializada y correcta en un lenguaje claro y accesible, de modo que permita su mejor comprensión. Dificilmente el joven estudiante cuenta con materiales de este tipo, que le conduzcan por las diversas áreas de conocimiento que el turismo provee, facilitándole los juicios tanto elemental como especializado con los que debe contar para enfrentar una sociedad del conocimiento y desarrollo de competencias.

Las beldades en este material es llevarlo de la mano y conducirlo al aprendizaje de términos elementales como el desarrollo de proyectos más complejos, similares a los que enfrentan en el sector laboral del turismo.

Todo el contenido es muy visual y será gratamente novedoso al incluirse ejemplos de enseñanza interactiva, brindando el desarrollo de proyectos, preguntas o problemas y su aná-

lisis, así como recomendaciones y sugerencias para responderse, de tal suerte; que quien lo estudie, obtendrá un alcance mayor, porque practicará el contenido del libro, lo que sin duda, será una herramienta alterna para el profesor.

La información vertida en el presente libro, es el resultado de un profundo análisis e interpretación, deseando que se refleje la intención de introducir a la persona, paso a paso en el grandioso tema del turismo.

Sin lugar a dudas, sabemos que será una experiencia inolvidable para el lector y para su formación teórico – práctica, facilitándole una formación sistémica y holística en todos los sentidos.

Los autores.

ACERCA DE LOS AUTORES

Perla Elizabeth Guerrero González

Instituto Politécnico Nacional

Profesional de Turismo. Especialidad en Hotelería y Restaurantes, por la ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO y Especialidad en Administración de Recursos Humanos por la ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN.

Virtuoso, Ltd., División Latino América Caribe & Bermuda,

The Liaison Group, Grupo Maurel Moespe, Grupo Costa México, Grupo Posadas de México, Hotel Presidente Stouffer Ixtapa, Crowne Plaza Hotel, Ciudad de México, TURISSSTE, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

Corporativo Turismo Boutique México. Dirección de estrategias turísticas y asesoramiento a hoteles boutique. Especialista en diseño exclusivo y segmento de lujo de viajes.

Jose Roberto Ramos Mendoza

Doctorado en Ciencias Administrativas, por la Escuela Superior de Comercio y Administración (ESCA – Santo Tomas), Maestría y Especialidad en Educación, por la Universidad Mexicana, Licenciado en Turismo con especialidad en Hotelería y Gastronomía, por la Escuela Superior de Turismo, TAESA (Transportes Aéreos Ejecutivos S.A de C.V), Agencia de Viajes Baedeker, Operadora VIPS S.A de C.V., TURISSSTE (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado), Cruceros Princess, Caribbean Cruise Agency, Hoteles Ritz, Majestic y De Cortes (Cadena Best Western), Mayan Palace Cancún, Hotel Sheraton Huatulco, Agencia de Viajes Andare Tours.

Ámbito educativo. Escuela Superior de Turismo IPN (Sección de Estudios de Posgrado e Investigación), Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomas – IPN (Sección de Estudios de Posgrado e Investigación), Universidad Iberoamericana, Universidad Justo Sierra, Universidad Mexicana, Universidad de la República Mexicana, Universidad Fray Luca de Paccioli (Cuernavaca, Mor.), Universidad Mesoamericana (San Juan del Río, Qro.), Universidad del Valle de México.

Introducción

Para contextualizar el estudio del **turismo** es necesario vincularlo a la investigación, la enseñanza y el trabajo, debido a que estos factores funcionan como impulsores del conocimiento.

El presente material didáctico ayudará a personas que no siendo versadas en el tema, obtengan una perspectiva general de la industria.

La idea central es consolidar práctica y adecuadamente la información ya existente en el área; con el objeto de que, quién estudie el presente material aprenda y sea capaz de utilizar las herramientas y conocimientos del turismo, para su análisis en procesos concretos o aplicados en el entendimiento de la gestoría de dirección y toma de decisiones de las diferentes áreas que integran los organismos y empresas tanto públicas como privadas, del sector turístico nacional e internacional.

Y que a su vez esta información junto con la valiosa formación académica, les permita convertirse en profesionales competentes; que aseguren un campo de desempeño a niveles directivos de gestión y ejecución o como atinados líderes empresariales con estructuradas y definidas decisiones.

Esta propuesta bibliográfica es muy ambiciosa, porque se aborda el fenómeno turístico tanto en su **marco global**; como en **sus áreas concretas o especializadas**.

Es sustancial enfatizar el estudio del **turismo** desde su **origen y evolución**, hasta su dinámica actual. Tratando sus **antecedentes, orígenes, motivaciones, impulso, desarrollo, perspectivas, así como sus tendencias**, destacando para su comprensión total, algunos temas más concretamente con **México**.

Acentuando el análisis del conjunto, se tratarán también aspectos básicos de su situación. Considerando realmente interesante, presentar un esquema que aborde todo tipo de **variables sociales, culturales, ambientales, económicas y políticas** dentro de un contexto **nacional e internacional** y con las tesis del área más defendidas de los últimos veinte años; así como los términos de sus **interdependencias e interrelaciones generales** en la muy importante relación:

Visitante → Destino turístico

y su interrelación con:

Proveedores y promotores – Sociedad/entorno.



Se mostrará como el **modelo de viajar se corresponde con la experiencia turística**, y la forma en que finalmente las personas deciden el consumo y la lealtad hacia los productos turísticos.

Habiéndose tratado con profundidad los aspectos generales y conceptos que definen a la industria, se explicarán también, los **tipos de empresas turísticas**, se podrán observar como cada una opera en forma autónoma y muy distinta; pero siempre vinculada al sector y con el mismo objetivo: **el visitante**.

También se trata sobre su relación con las herramientas de mercado, **mercadotecnia y dirección apegados a los elementos de calidad, información suficiente y sustentabilidad** factores clave en la decisión sobre una **empresa, producto o servicio** proporcionado para el visitante.

Para tener una visión integral del fenómeno turístico, se presentará un capítulo con **datos, perspectivas y tendencias** a fin de obtener más amplio margen tanto de cultura; como de acopio de ideas que ayuden a la creatividad, comunicación y trabajo en grupo.

Además de incluir la descripción general del tema, se atenderá con ejemplos de **enseñanza interactiva**, a través del desarrollo de proyectos, preguntas o problemas y sugerencias o recomendaciones para responderlas.

Como autores en lo particular, a cargo del presente material educativo, es importante que éste tenga un mayor acceso a la población. Por lo anterior a través del sitio web: <http://www.recursosacademicosenlinea-gep.com.mx/>

Se proporciona un seguimiento con información actualizada y además se expondrán las soluciones a las preguntas y los problemas contenidos al final de cada capítulo, en el presente material. Invitamos a los lectores a tener este contacto para satisfacer así sus necesidades de información.

Objetivos generales

El objetivo general: es la **optimización de la información** y la **educación formativa para toda la comunidad**, siguiendo parámetros de calidad en contenidos y mejora continua en el presente trabajo, mediante una mayor coordinación y comunicación con las diversas partes interesadas.

Se pretende que el lector al terminar la lectura del libro, cuente:

- Con un material útil tanto para el conocimiento en aulas como para la vida productiva.
- Con una visión integral y multidisciplinaria del fenómeno turístico, obteniendo al mismo tiempo de estudio, un acervo de cultura.
- Con la facilidad de exponer concretamente que es turismo y su estructuración conceptual, de igual forma dar explicaciones específicas sobre sus antecedentes, orígenes, motivaciones, impulso, desarrollo, interrelaciones, dependencias y perspectivas.
- Adquiera conocimientos en áreas relativas sobre sistemas, empresas, mercado, mercadotecnia, tendencias en todas sus ópticas y perfiles de la actividad misma.
- Obtenga las herramientas competitivas para la gestión empresarial en las diversas ramas de la industria turística que permita aplicar el proceso administrativo como herramienta fundamental en el desarrollo de proyectos de investigación, acciones estratégicas empresariales, creación de portafolios ejecutivos en el área mercadológica y estratégica.

En este sentido corresponda efectivamente el presente trabajo, como una propuesta para apoyar el aprendizaje de este magnífico sector de grandes e increíbles oportunidades.

Índice

Capítulo 1	
Introducción al turismo	2
Presentación	4
Líneas del tiempo del turismo mundial	7
Edad Contemporánea (1790 a 3000)	12
Edad Contemporánea (1790 a 3000)	14
Edad Contemporánea (1790 a 3000)	17
Panorama histórico del turismo en México	21
Turismo contemporáneo	24
Antecedentes institucionales del turismo en México	31
Entorno turístico	31
Conceptos de turismo	32
Viajero y visitante	36
Conceptos más utilizados en relación al viaje	39
Clasificación del motivo de la visita (o viaje) por tipos de turismo	40
Organismos y asociaciones nacionales e internacionales relacionadas con el turismo	43
Organismos y Asociaciones Internacionales de Turismo Regional	45
Ópticas del turismo	48
Enfoque económico	50
Enfoque histórico	51
Enfoque medioambiental	51
Enfoque político	52
Enfoque tecnológico	52
Perfil del profesional en turismo	53
Enseñanza interactiva	56
Resumen del capítulo	56
Proyectos	57
Respuestas	57
Glosario de términos	58
Bibliografía y enlaces	58
Capítulo 2	
Sistemas y estructura de la industria turística	60
Presentación	62
Sistemas y subsistemas turísticos	62
Sistema	62

Teoría general de los sistemas/teoría de sistemas	63
Componentes del sistema	64
Sistema turístico	66
Modelo mecánico y modelo orgánico	67
Explicación del sistema turístico	73
Jerarquización de sistemas	75
Subsistema de estructura e infraestructura	76
La planta turística	76
Estructura turística o equipamiento	76
Subsistema de recursos turísticos	78
Atractivos turísticos	81
Actividad turística	81
Subsistema de visitantes	85
Subsistema de superestructura turística	85
Subsistema de recursos humanos	86
Subsistema de información	86
Interacciones de los otros elementos del sistema turístico	88
Patrimonio turístico	88
Estructura de producción	88
Productos turísticos	89
Destino turístico	90
Resumen	92
Resumen del capítulo	93
Enseñanza interactiva	93
Problemas	94
Proyectos	95
Respuestas	95
Glosario de términos	96
Bibliografía y enlaces	96

Capítulo 3	
Sistemas y estructuras de las empresas turísticas	98
Presentación	100
Noción de empresa	100
Las empresas turísticas	101
Factores de la empresa turística	101
Clasificación de las empresas	103
Clasificación de las empresas turísticas	104
Empresas de transportación turística y secundarias	108
Empresas de aeronáutica y secundarias	109
Empresas navieras y secundarias	112
Empresas de transporte terrestre y secundarias	116

Empresas de hospedaje y complementarias	121
Las empresas del servicio de alimentos	126
La industria restaurantera	130
Empresas de organización de eventos	132
Empresas de atracciones, recreación y esparcimiento	133
Empresas de intermediación y servicios profesionales del comercio de viajes	133
Empresas pertenecientes a otros sectores, relacionadas indirectamente con el turismo	136
Objetivos de las empresas turísticas	137
Características particulares de las empresas turísticas	138
Funciones de la empresa turística	139
El empresario	141
Concepto 141	
Contribuciones importantes a la administración	144
La empresa como sistema	147
La empresa turística como sistema y sus subsistemas	152
La empresa turística como sistema	153
La empresa turística como sistema socio-técnico	153
Características del sector turístico	158
Comportamiento de las instituciones gubernamentales, desde la perspectiva económica y regional en el campo de la actividad de las empresas turísticas	159
Resumen del capítulo	160
Enseñanza interactiva	161
Bibliografía y enlaces	164
Glosario de términos	164

Capítulo 4

Oferta y demanda turística 166

Presentación 168

El mercado turístico 169

Concepto de mercado 169

Mercado turístico 169

Oferta turística 170

Características de la oferta turística 171

Factores que influyen en la oferta turística 171

Patrimonio turístico 172

Recursos turísticos 172

Planta turística 173

Elementos institucionales 173

Producto turístico 174

Concepto	174
Componentes del producto turístico	175
Características particulares del producto turístico	175
Elaboración y presentación del producto turístico	175
Elaboración y presentación del producto turístico	176
Promoción Turística	177
Canales de distribución turística	178
Oferta de productos: bienes y servicios turísticos	178
Demanda turística	180
Concepto	180
Características de la demanda	181
Factores económicos de la demanda	181
División o distribución de la demanda turística	182
Tipos de la demanda turística	183
Proyección de la demanda	184
Determinación de la demanda potencial	184
Mercado turístico	186
Equilibrio de mercado turístico	186
Cambios en el equilibrio del mercado	187
Curva de la oferta y la demanda	187
Demanda de mercado	188
Resumen del capítulo	189
Enseñanza interactiva	190
Glosario de términos	192
Bibliografía y Enlaces	192

Capítulo 5

Marketing turístico **194**

Presentación **196**

La mercadotecnia o marketing	196
Mercadotecnia o marketing	196
Conceptualizaciones de marketing	196
Términos básicos de Marketing	198
El marketing turístico y su entorno	199
Marketing turístico	199
Producto turístico	199
Ambiente de la mercadotecnia turística	201
Los sistemas de información de los mercados turísticos en México	203
Fuentes de información	203
Sistema integral de mercados turísticos en México ¹	204
Segmentación del mercado turístico	204
Componentes del mercado turístico	205

Segmentación de mercados	205
Sub-segmentos de mercado	207
Estrategias de segmentación	209
Beneficios de la segmentación de mercados	210
La segmentación turística	210
Diversos enfoques de acuerdo con la tipología del turismo	211
Tipos de turismo según el sujeto	211
Tipos de turismo según su duración	212
Tipos de turismo según la capacidad económica	212
La competitividad dentro de los mercados turísticos	213
Significado y estadio de la competitividad en el sector turístico	213
Atractivos y fortalezas del destino turístico	214
Clasificación de los factores o fortalezas de atracción turística	215
Investigación y desarrollo turístico	215
Marketing competitivo	216
Integración de agrupamientos competitivos (clústers) para el sector turístico	217
La mercadotecnia del turismo y la visión del futuro	217
El marketing turístico y la nueva economía	219
El turismo y el mercado digital	220
La mercadotecnia del turismo, la cadena de valor y la red digital del valor	221
Sistematización del plan de marketing turístico	222
Mezcla del marketing turístico	222
Guía del plan de marketing turístico	225
Plan de marketing para <i>rafting</i> en Río Filobobos para jóvenes aventureros	232
Principales aspectos del plan de marketing	232
Estrategia de marketing	233
Canales de distribución	242
Estrategias del canal de distribución	242
La función de distribución en turismo	243
Los canales de comunicación	243
La Web 3.0 y la comunicación turística	244
Web 3.0 y el turismo	245
Resumen del capítulo	247
Enseñanza interactiva	248
Proyectos 250	
Glosario de términos	251
Bibliografía y enlaces	251

Capítulo 6	
Análisis prospectivo del turismo	254
Presentación	256
Datos y generalidades	256
Día mundial del turismo y año del turismo en México	256
Principales zonas turísticas en el mundo	257
Programas regionales del sector turístico de México	258
Alternativas de productos turísticos	261
Datos de cultura turística importantes y curiosos	266
Nuevo perfil del turista en el siglo XXI	267
Información e investigación turística	269
Cifras	269
Fuentes adicionales	277
Tendencias de la industria del turismo	278
Tendencias de turismo para México	278
Tendencias mundiales del turismo	279
La problemática del turismo	281
Solidaridad gubernamental	282
Responsabilidad social	283
Sustentabilidad, ecología y compromiso	284
Servicio y calidad total	285
Profesional vs. profesionista	287
Acreditaciones internacionales y nacionales de profesionales de turismo en México	287
Resumen del capítulo	288
Enseñanza interactiva	291
Proyectos 292	
Glosario de términos	293
Bibliografía y enlaces	293

Introducción al turismo

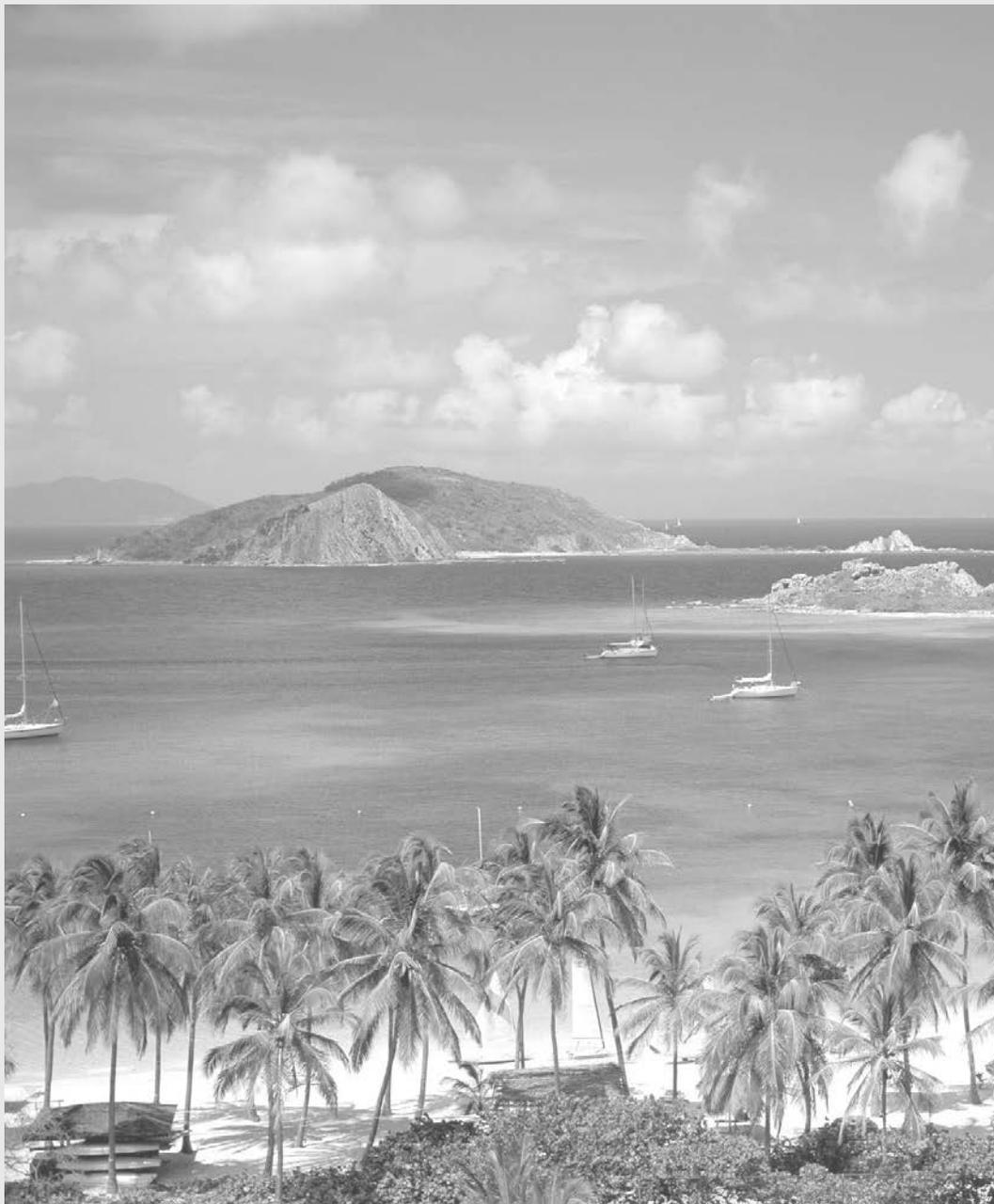
- Enfatiza la necesidad de contar con el acervo histórico-cultural relacionado con el turismo.
- Profundiza la comprensión y diferencias de los términos generales utilizados en el sector.
- Estudia la relación e impacto del turismo y su industria con los distintos enfoques que le rodean.
- Identifica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



Objetivos de aprendizaje

Metas:

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



Presentación

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Figura 1.1 Pandemias.



Figura 1.2 Volcán.

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

También se requiere hacer hincapié en dos situaciones:

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

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

En el entendido anterior, se procede para su desarrollo.

Líneas del tiempo del turismo mundial



Figura 1.3 Líneas del tiempo del turismo mundial. Elaboración propia

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

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL I



Figura 1.4 Edad antigua. Elaboración propia

No hay una connotación propiamente de turismo

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

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

Edad Media 477 d.C. al 1453

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL II



Figura 1.5 Edad Media. Elaboración propia.

En esta época surge el tipo de viaje de peregrinaciones religiosas

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

477, inicio de la Edad Media

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

Guías de viajero

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

1095–1291, las Cruzadas

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

1282, primer gremio de posaderos

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

1290, actividad del hospedaje

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

1362, Venecia

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

Edad Moderna 1454 a 1789

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

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

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

1500–1850, bases del turismo moderno

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

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III

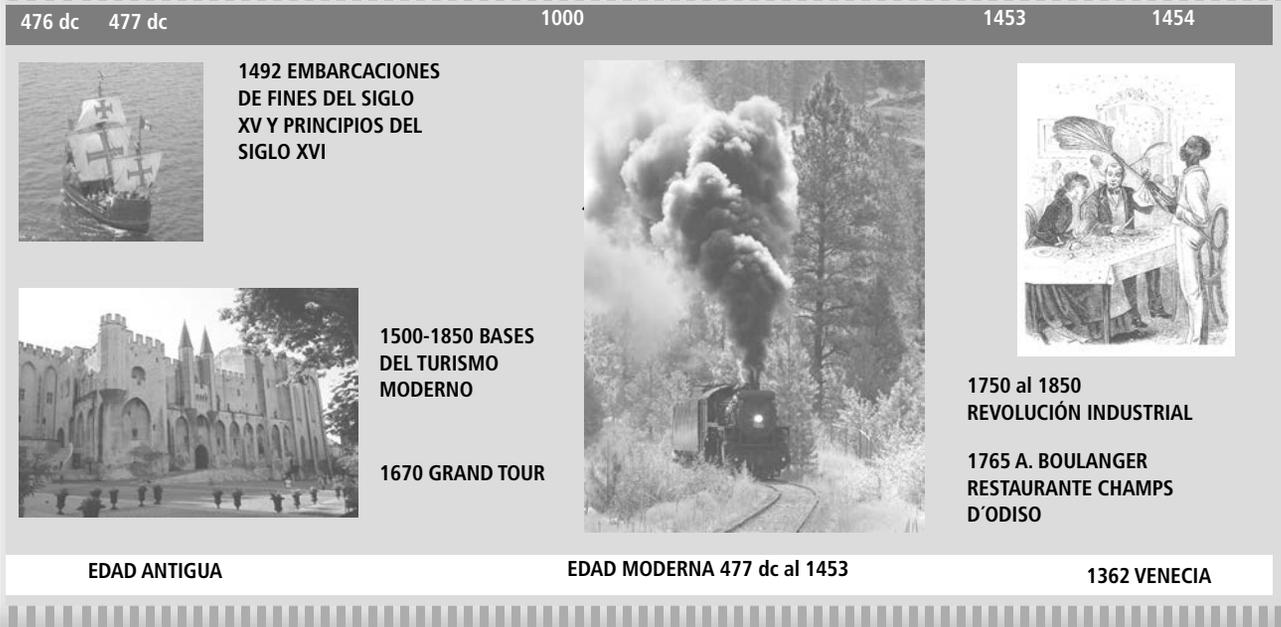


Figura 1.6 Edad Moderna. Elaboración propia.

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

1670, Grand Tour

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

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

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

Revolución Industrial 1750 a 1850

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

Restaurante de A. Boulanger

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

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Revolución Industrial 1790 a 1949

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III



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

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

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas

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

Comienzan a surgir productos turísticos

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

1841, pioneros del turismo

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

Henry Wells y William Fargo

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

George Mortimer Pullman, 1867

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

1872 a 1898 Cesar Ritz

Cesar Ritz se considera el padre de la hotelería moderna.

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

Auguste Escoffier

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

1890 a 1949, transportes y guerras mundiales

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

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

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

Segunda Guerra Mundial

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

Hoteles Hilton

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

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

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Segunda mitad del siglo xx 1950 a 1999

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL IV



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

Era de la estandarización del producto turístico

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

1950 a 1979. *Boom* turístico

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

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

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

Clasificación formal de hoteles

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

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

Benidorm

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

Cancún

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

Programa de viajero frecuente

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

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

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

1980 a 1989 *baby-boomers*

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

Tour operadores o agencias mayoristas

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

Experiencias

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

Concorde

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

Escuelas

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

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

1990 a 1999. Tecnología sofisticada

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

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

Turismo sustentable

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

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

Escuelas especializadas

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

Compartiendo información

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

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

Quioscos

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

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Siglo XXI 2000 a 3000

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



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

2000 a 3000, venta de viajes increíbles

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

OMT

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

Experiencias

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

Aviones pequeños o de bajo costo

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

Sucesos negativos

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

Conciencia ecológica

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

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

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

Boleto electrónico

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

Era de la informática de alta velocidad

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

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

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

Tren bala japonés

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

Hoteles y complejos en Dubai

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

Primer naviera mexicana

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

Mercadotecnia turística

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

Es una de las plataformas más importantes de esta industria.

Turismo de negocios

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

Mercados de turismo

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

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

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

Panorama histórico del turismo en México

Mundo prehispánico

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO I



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

Mundo prehispánico

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

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

Coacallis

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

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

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

Época de la Colonia

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

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

Ruta Veracruz-México

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

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

Mesón en México

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

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

Narrativa de libro de turismo

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

Independencia

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

Primera vía férrea

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

Hotel o casa de diligencias

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

Primera guía de viajes mexicana

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

Primer ferrocarril

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

Revolución Mexicana

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

Turismo contemporáneo

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

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO I

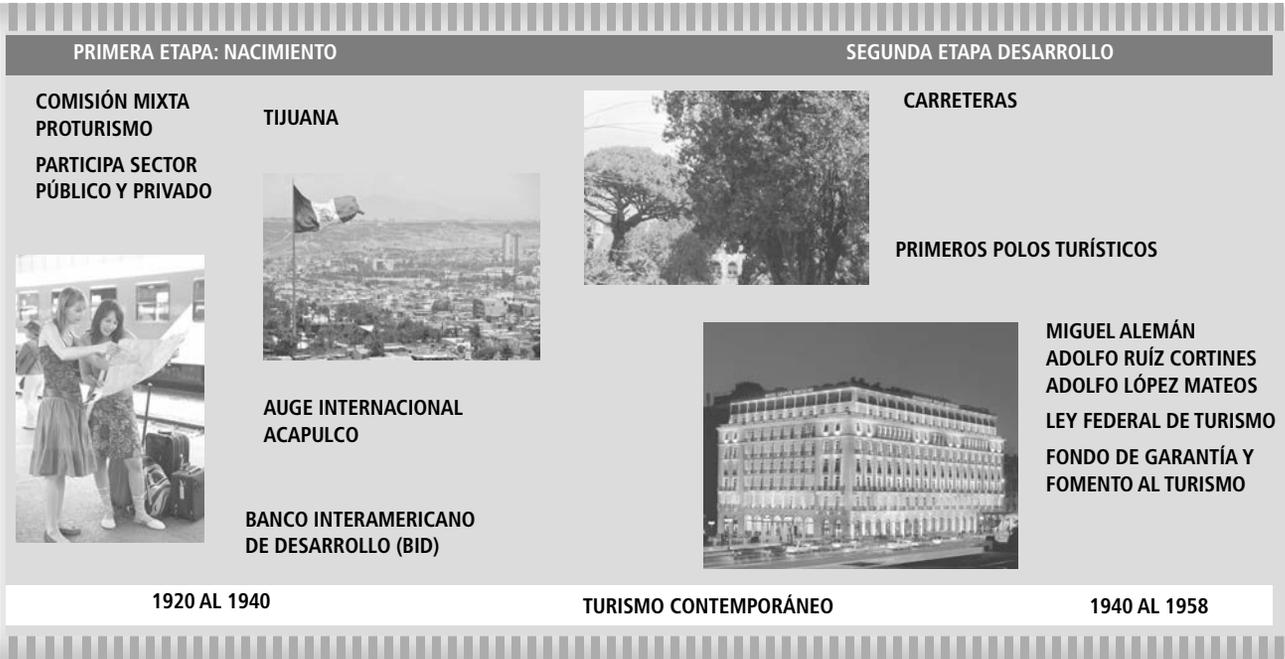


Figura 1.11 Turismo contemporáneo en México, nacimiento y tecnificación. Elaboración propia.

Turismo

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

Turismo contemporáneo

1ª. Etapa-Nacimiento 1920-1940.

Tijuana

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

Carreteras

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

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

AMHM y AMA

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

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

Pan American

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

Comisión Mixta pro Turismo

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

2ª. Etapa-Desarrollo 1940-1958.

Miguel Alemán Valdés

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

Primeros sitios turísticos

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

Guías de turistas

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

Adolfo Ruiz Cortines

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

Cadenas hoteleras

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

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

LEY FEDERAL DE TURISMO

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

Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR)

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

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

Adolfo López Mateos

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

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

3ª. Etapa-Tecnificación 1958-1999.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO II

TERCERA ETAPA TECNIFICACIÓN

GUSTAVO DÍAZ ORDAZ
PLAN NACIONAL DE
DESARROLLO
TURÍSTICO



BANCO MUNDIAL
FINANCIAMIENTO
PARA DESARROLLOS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DEL ESTADO DE MÉXICO



AUGE INTERNACIONAL
ACAPULCO

BANCO INTERAMERICANO
DE DESARROLLO (BID)



LUIS ECHEVERRÍA
JOSÉ LÓPEZ PORTILLO
MIGUEL DE LA MADRID HURTADO

VUELOS CHARTER

BANCO NACIONAL
DE TURISMO
(FONATUR)



PROMOCIÓN TURÍSTICA
INTERNACIONAL

TURISMO CONTEMPORÁNEO

1958 AL 1999

Figura 1.12 Turismo Contemporáneo en México. Tecnificación. Elaboración propia

Gustavo Díaz Ordaz

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

Universidad Autónoma del Estado de México

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

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

Plan Nacional de Desarrollo Turístico

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

ASA

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

Acapulco

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

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

FONATUR

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

Bancos

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

Luis Echeverría. Promoción turística nacional e internacional

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

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

José López Portillo. Banco Nacional de Turismo

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

Miguel de la Madrid Hurtado. Vuelos charter

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

Carlos Salinas de Gortari. Programas regionales

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

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

Ernesto Zedillo. Sustentabilidad

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

Siglo XXI 2000-3000

Vicente Fox Quesada. Política de visas

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

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO EN MEXICO II

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

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

Felipe Calderón. Crea el año del turismo en México

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Antecedentes institucionales del turismo en México

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

Entorno turístico

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

Conceptos de turismo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

—En caché— Similare(s)

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

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

José Roberto Ramos Mendoza.

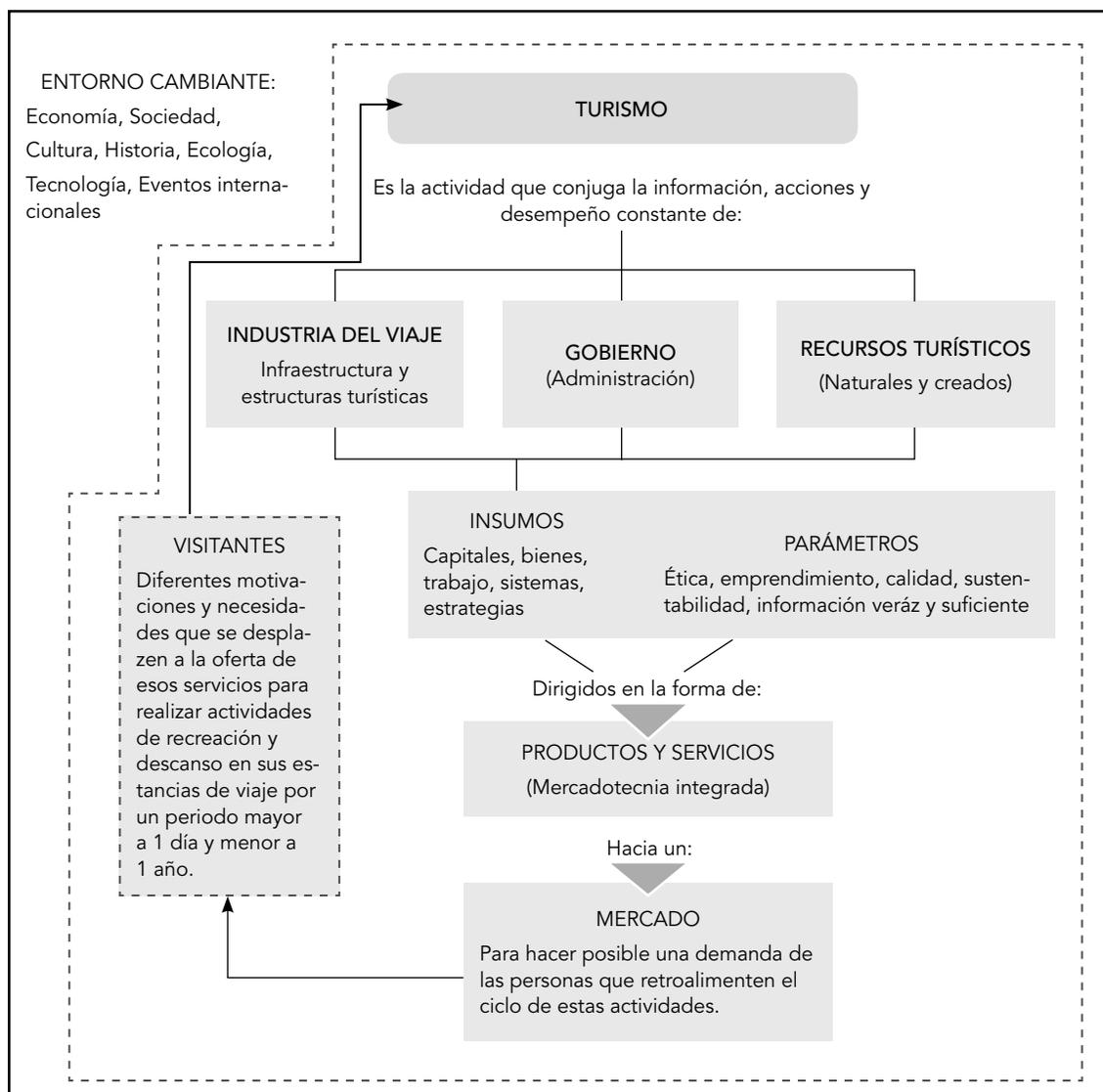


Figura 1.15. Gráfica de definición de turismo. Elaboración propia.