Las limitaciones en el desarrollo turístico

OCTAVIO MORENO TOSCANO

A todos los mexicanos debe preocuparnos el camino y el destino de la actividad turística. Tradicionalmente ha ayudado a reducir el déficit de la balanza de pagos. Es una fuente importante de empleo y en algunos casos de desarrollo regional. A lo largo del último decenio mantuvo un crecimiento y expansión continuos y fue objeto de muchas medidas y apoyos gubernamentales para favorecer su desarrollo. En el plano internacional se le ha considerado como el mejor vehículo de comprensión y paz, y a distintos niveles se ha discutido o elogiado su realidad como apoyo al crecimiento del país.

En el último año, sin embargo, la economía mundial presentó un panorama confuso e inestable. Sus fallas afloraron en los últimos meses como nunca en cuatro decenios. México vivió además los efectos de su propia problemática en el desarrollo económico.

Respecto al destino del país debemos ser optimistas, como lo somos respecto al desarrollo futuro de su actividad turística sin desconocer que todos los factores de la economía afectan su comportamiento.

UN MERCADO ELITISTA

La práctica de las actividades turísticas ha sido tradicionalmente reservada a los individuos que cuentan con mayor tiempo de ocio e ingreso. Primero se busca resolver los problemas de alimentación, vivienda, transporte, educación, seguridad y bienestar para los hijos. Satisfechas en principio estas necesidades, es posible abandonar la vida cotidiana y

desplazarse a otras ciudades o países en busca de descanso, mayor cultura y placer.

El turismo ha sido, por ello, consecuencia de muchos factores paralelos. Estabilidad económica y política, facilidades de transporte y comunicaciones, disponibilidad de crédito, creciente tiempo de ocio y aumento en los niveles generales de cultura, son causales del desarrollo turístico. Sobre todo, el turismo ha sido un fenómeno de evasión positiva o negativa respecto a la vida diaria. Un escape de las presiones de los ambientes urbanos e industriales. Una rebelión contra la rutina de la civilización mecanizada que se refleja en la búsqueda de paisajes y ambientes del pasado, rodeados de naturaleza, de vida sencilla y cordial.

Por estas razones, el turismo lo practican principalmente quienes tienen mayores ventajas en la vida contemporánea. Históricamente empezó siendo un fenómeno de élites, costoso y propio de una alta condición social. Su expansión hacia otras capas de la población es reflejo del ascenso de nuevos grupos sociales hacia mejores condiciones de vida. No obstante que el turismo internacional constituye en la actualidad un mercado que abarca, en sus distintos estratos, a más de 200 millones de individuos, éstos son todavía una minoría privilegiada frente a las condiciones que imperan en el mundo. El turista actual pertenece a los segmentos de ingresos medios y elevados y en su inmensa mayoría es habitante de las zonas más prósperas de los países más desarrollados de Occidente.

El destino de estos turistas se va determinando por su tiempo de ocio disponible, por el medio de transporte que pueden utilizar y por el gasto que pueden realizar. Ello provoca una estratificación en el mercado de turismo y determina que las vacaciones sean de corta o larga estancia, a destinos cercanos o lejanos, así como las características de los servicios que utilizan los viajeros. Basta decir que sólo el 2% del turismo internacional, o sea 4 millones de individuos, realizaron en 1973 viajes entre Norteamérica y Europa.

Por otra parte, muchos de los servicios de atención al turista se cuentan entre los de menos redituabilidad inmediata. Los hoteles, como inversión inmueble, suelen planearse a 15 o 20 años, con tasas de utilidad apenas superiores a las que actualmente rinden los intereses en valores bancarios. La construcción de hoteles es por ello una forma de inmovilizar capital con miras más a las plusvalías que a su rentabilidad operativa a corto plazo. De allí que los grandes operadores de hoteles, cuyo negocio es más dinámico, eviten ser propietarios de los edificios que manejan.

Las líneas aéreas, por su parte, presentan una tasa de retorno sobre el capital invertido de sólo 2.1% al año y problemas muy complejos de mantenimiento e inventario, lo que les ha restado atractivo como negocio. Otros servicios turísticos, como los restaurantes, suelen emplear intensivamente mano de obra y son de los primeros que resienten las alzas de costos por insumos o salarios.

Ello explica por qué muchas de las grandes empresas turísticas son a la vez filiales de industrias mayores, dependen de los individuos de mayor fortuna personal o se consolidan con empresas de otro tipo para mantenerse a salvo de su propia fluctuabilidad.[1]

La composición del turismo en México refleja las condiciones del mercado. Los turistas provienen en 87% de Estados Unidos, son de ingresos medios y altos, superiores a 10 000 dólares al año, y permanecen en México un promedio de 12 a 14 días. Estos turistas usan automóvil en 53% y avión en la proporción restante. Utilizan los servicios disponibles de mayor calidad y se encaminan preferentemente a los establecimientos que tienen importantes ligas de mercado en el exterior. La canalización y la promoción de esta corriente turística se realiza principalmente por mayoristas y operadores internacionales. Ha sido nuestra vecindad con Estados Unidos país cuyos habitantes son por tradición móviles y viajeros— unida a nuestras diferencias históricas, geográficas y culturales lo que ha contribuido principalmente al privilegiado lugar de México como receptor de divisas por turismo, así como a la gran importancia que este sector tiene en la balanza de mercancías y servicios del país.

UN MERCADO INESTABLE

Cuando la economía mundial o la política se desequilibran, el turismo es prácticamente el primer fenómeno social que desacelera o reduce su crecimiento. No obstante la favorable situación de México, podemos observar que hay presiones que actúan limitando el alcance de su desarrollo turístico en un futuro inmediato.

Desde fines de la próspera década de los años sesenta se empezaron a manifestar signos de inestabilidad monetaria. El dólar perdió terreno frente al oro y se devaluó. Por ello, tras una temporada de recesión turística en 1971, México pudo beneficiarse de su paridad con el dólar al convertirse en una opción más económica de viaje que otros países, cuyas monedas se revaluaron, haciéndolos más costosos para el viajero norteamericano. Los años 1972 y 1973 reflejaron por este motivo una expansión normal.

Sin embargo, la situación económica y política en el mundo se complicó y los acontecimientos críticos se sucedieron, desde la guerra del Medio Oriente hasta Watergate; desde la acción especulativa de las empresas transnacionales hasta los bloques de países exportadores de materias primas; desde los desastres agrícolas hasta el nuevo equilibrio de poder económico y político.

En la economía estadounidense, no obstante que los precios aumentaron en evidente signo de inflación, se desaceleraron el consumo y la producción y se produjeron graves signos de la peor recesión en 40 años. Esta etapa depresiva e inflacionaria se presentó agravada por el pánico causado por las escasez de combustibles y por la menor disponibilidad de crédito. Simultáneamente se frenó el crecimiento de la construcción, la industria de los automotores y de las actividades agropecuarias. El desempleo llegó a 8.2% y tanto trabajadores como patronos y políticos se preocupan más de ese fenómeno que de la diversión. A fines de 1974, muchas

[1] Sobre el proceso de consolidación de empresas, véase "La estructura internacional del negocio turístico", en *Comercio Exterior*, México, marzo, 1960, y Armando Mattelard, *La cultura como empresa multinacional*, ERA, México, 1973.

empresas habían cortado los gastos de representación de sus directivos y esto había provocado una reducción de la clientela de restaurantes, convenciones, clubes y viajes organizados. A principios de 1975 más de 100 000 unidades de condominio se encontraron sin comprador, especialmente en zonas turísticas como la Florida; algunas ciudades nuevas, como a veces se llama a los fraccionamientos, empezaron a sufrir quiebras.

Este fenómeno no ha llegado todavía a paralizar el negocio de bienes raíces. Las construcciones de semilujo perdieron mercado, pero las de menor calidad lo mantienen aún en expansión. Ello puede constituir un signo optimista, pero todavía subyace la posibilidad de que el mercado que sobrevive esté buscando posibilidades más modestas y que sólo se trate de una etapa de transición hacia una quiebra mayor. En los últimos meses, por cierto, se ha notado en México una creciente propaganda de bienes raíces ubicados en Estados Unidos. Ello es quizá resultado de que, ante la restricción del mercado local, los especuladores norteamericanos buscan colocar dichos bienes entre las élites adineradas de su vecino meridional.

Mientras tanto, el poder adquisitivo del dólar ha bajado 20%, los ahorros *per capita* se han visto disminuidos 11% y las deudas *per capita* se han incrementado 18%. La educación, la energía y los alimentos han aumentado sus precios hasta en 150%. En el mercado de valores, las acciones de empresas hoteleras han perdido valor hasta en 83%. Horwath y Horwath, la empresa internacional de contabilidad hotelera,[2] estimó que hacia el último trimestre de 1974, la ocupación promedio de habitantes en Estados Unidos había descendido hasta 46% cuando el punto de equilibrio era de 55%. Por otra parte, los costos de operación han aumentado 20% sobre el año anterior, haciendo presión hacia el alza de tarifas y la reducción de calidad en los servicios.

En ese año se encontraban todavía en construcción varios hoteles, muchos de los cuales quedaron inconclusos o no se inauguraron. En la Florida, grupos cívicos han hecho presión en los condados de Tampa y Orlando para limitar temporalmente la construcción de nuevos hoteles. Ante tal crisis se acentúa la tendencia de la hotelería hacia la administración en cadena. Ya en 1974, más de un millón de cuartos, o sea el 40% de la capacidad hotelera de Estados Unidos, estaba controlada por cadenas. Ello hace más difícil la situación de la pequeña empresa y de la empresa familiar, las cuales pueden ser forzadas a suspender sus actividades.

La revista *Business Week*[3] hizo hace poco un análisis de las actividades económicas con mejores y peores resultados de operación. Ninguna actividad conectada con el turismo aparece entre las mejores. En cambio, restaurantes, negocios de venta de bebidas, de transporte aéreo, de fabricación y venta de casas móviles, así como actividades de tiempo de ocio en general y de bienes raíces, todas las cuales se pueden considerar conectadas al desarrollo turístico, aparecen entre las 15 actividades de peores resultados.

Como un detalle humorístico ha salido a la venta una guía de "cómo quebrar" orientada al consumidor. Ello no debe hacer mucha gracia a las 2 000 empresas que, según un informe de Dunn and Bradstreet, han quebrado en los últimos meses.

La situación económica ha afectado incluso el orgullo internacional de Estados Unidos. En Hawaii, un grupo japonés ha adquirido cinco de los principales hoteles de Waikiki. La importante empresa hotelera Travelodge ha pasado a manos de un conglomerado (Trust Houses Forte), con base en la empobrecida Inglaterra, y Pan American Airways, la línea aérea asociada a la expansión bélica y comercial de Estados Unidos en el mundo[4] acosada por deudas de 400 millones de dólares, y después de que el Gobierno rehusó otorgarle un subsidio, hubo de recurrir al financiamiento del Emperador de Irán.

Las líneas aéreas ven con muy poco agrado lo que pasa. En 1973 las diez principales líneas aéreas, con excepción de Pan American y Trans World Airways (TWA) aumentaron sus ingresos o redujeron sus pérdidas. Pero ello se logró a costa del reacomodo de itinerarios, la eliminación de personal y cancelación de compras de equipo. Es posible que pronto cambien las concepciones operativas de las líneas aéreas debido a los cambios en los costos y en la disponibilidad de combustibles. La TWA informó al órgano *Aviation Daily*[5] que su tarifa promedio por pasajero fue en 1973 de 365 dólares y que sólo para cubrir el costo de combustible debía haber sido de 465 dólares. Ello ha conducido a pérdidas que rebasan los 100 millones de dólares y a un constante esfuerzo por fusionarse con Pan American, para hacer frente a la recesión en mejores condiciones.

Para el Gobierno norteamericano, con sus aumentos en gastos militares, sus obligaciones de ayuda exterior, las corrientes de entrada y salida de capitales especulativos y la competencia de nuevas esferas de poder económico, los egresos por turismo vuelven a ser elemento de preocupación.[6] Desde la época de las restricciones implantadas por Kennedy y luego por Johnson, nunca como en este tiempo sería más lógico que se establecieran limitaciones a la salida de viajeros de Estados Unidos. Si ello no ha sucedido, se debe quizá a un deseo de respetar la libertad de viajar, que contribuye al manejo mundial de sus intereses, y a la necesidad de atraer divisas. Sin embargo, se ha reforzado la promoción masiva para atraer turismo y, con medidas veladas, se trata de detener la salida de viajeros. Los bloqueos a los vuelos de fletamiento por parte de la Oficina de Aviación Civil y las restricciones a las tarifas reducidas y de grupo, parecen reflejar dicha preocupación. Con mayor claridad, el ministro de Transportes, Claude S. Brinegan, ha enviado a todos los agentes de viajes y carga un dramático llamamiento para que canalicen sus clientelas a las líneas norteamericanas.[7]

2 Loventhal, Krekstein, Horwath and Horwath, *Lodging Industry*, Filadelfia, 1974.

3 *Bussines Week*, enero 27, 1974.

4 Véase "El turismo como factor político en las relaciones internacionales", en *Foro Internacional*, núm. 45, El Colegio de México, México, 1971.

5 Ziff Davis Publishing Co., 1974.

6 Horwath and Horwath, *The Tourism Gap. Can it be bridged?* Filadelfia, 1972.

7 Claude Brinegan, discurso ante la Conferencia del Consejo Internacional de Operadores de Aeropuertos, San Diego, Calif., 8 de octubre de 1974. Con posterioridad una copia del discurso con una carta al respecto fue enviada a todos los agentes de viajes de Estados Unidos.

Dijimos antes que la correlación tiempo-ingreso y medio de transporte disponible determina las distancias y gastos del turismo. Los prestadores de servicios en Europa ya saben lo que esto significa. En 1974 el tráfico intercontinental se redujo 18% y la ocupación hotelera 10% respecto al año anterior.[8] Sólo en España se recibieron 4 millones de viajeros menos y bajó 20% la percepción de divisas. Aquí, como en el caso de los bienes raíces, parece darse una reducción paulatina de las posibilidades conforme a las cuales el turista puede viajar. Como en círculos concéntricos, los primeros destinos que dejan de ser visitados son los lejanos, los caros y netamente de recreo. En seguida empieza a reducirse el movimiento hacia los de distancia media y por último a los cercanos.

A ello puede deberse el hecho de que mientras la crisis ya es evidente en Europa, en México (que es un destino de distancia media respecto a la mayor parte de los Estados Unidos) apenas se haya hecho perceptible un desaceleramiento. Simultáneamente, en los destinos a corta distancia de los grandes núcleos urbanos de Estados Unidos se observó un crecimiento importante. Los tradicionales centros de recreo de la costa de Nueva Inglaterra renacieron después de un olvido de decenios y en Minnesota en los hoteles cercanos a St. Paul y Minneapolis se construyen albercas cubiertas de techos de acrílico e invernaderos de sabor tropical, a fin de atender, en las épocas nevadas, a una clientela que antes habría viajado a Florida o California.

VECINDAD Y CONTAGIO

Mientras los habitantes de Estados Unidos se dirigen a la pobreza en automóvil —como se decía en los años treinta— y van dejando de comprar carne y de viajar, en México se agregan a los problemas propios, los derivados de factores internacionales como causa de preocupación. El diálogo apenas ha logrado superar muchas tensiones que nos mantenían divididos y pudieron desangrarnos. El cambio ha tenido su precio de inflación e inestabilidad y ha sido necesario luchar contra muchas incomprensiones sectoriales. El costo de la infraestructura y de la operación de servicios se ha elevado y hemos sufrido escasez. Las circunstancias no han dejado mucho tiempo a la reflexión y ordenación de las nuevas ideas que atropelladamente han aflorado.

El fomento del turismo tal vez por ello no se ha ajustado a planes definidos con claridad. Así, se han dado importantes apoyos tanto a la empresa ejidal como a la gran iniciativa privada. Se han promulgado nuevas leyes para fomento de la inversión extranjera y el uso turístico de tierras ejidales y realizado numerosos cambios en los organismos responables del manejo turístico. En estos años surgieron Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo y Bahía de Banderas; se reforzó la economía de Aeroméxico y la Nacional Hotelera pasó a poder del Estado. Más de 1 700 millones de pesos financian la construcción de hoteles y de condomios hoteleros, mientras varias escuelas y universidades preparan a los futuros responsables de esa actividad.

En lo que se refiere al desarrollo del turismo en Mexico debemos ser optimistas, pero es claro que la economía norteamericana nos afecta y que sufriremos el contagio de sus vaivenes hasta que se estabilice y recupere. Aún no hay datos para juzgar la situación con extactitud. En los primeros meses de 1975 sólo hemos sido testigos de una discusión pública acerca de cómo ha afectado la recesión al turismo mexicano.

Los prestadores de servicios turísticos –cuyos líderes han sido notablemente activos en sus intervenciones públicas– hablaban a principios de 1974 con gran optimismo respecto al futuro. Hoy muestran su preocupación y han pedido conocer mejor los planes oficiales al respecto. Acapulco tuvo habitaciones vacías en la temporada pico de invierno. La ciudad de México sólo registró ocupado el 50% de su capacidad hotelera y se espera que la situación durante el verano será menos halagüeña todavía. Los restaurantes, afectados por alzas de costos, aseguran que su ritmo de crecimiento se ha estancado y que en 1975 dejarán de abrirse 3 245 establecimientos, sin contar a los que se vean obligados a cerrar.[9] La hotelería mediana y pequeña luchan por sobrevivir, mientras una de las principales cadenas internacionales anuncia que sólo operará hoteles de 200 cuartos o más y en zonas de gran actividad turística y de negocios. Otra cadena internacional, a unos meses de haberse establecido en México, abandonó también los hoteles que manejaba.

Los establecimientos que dejan ser operados por cadenas son propiedad de mexicanos. Por muchos años sólo se obtuvo de ellos una renta o participación. La situación actual obliga a sus dueños a enfrentarse al mercado y a desarrollar mejores técnicas, pues no les será fácil sobrepasar la crisis sin importantes pérdidas por falta intempestiva de apoyo de los servicios en cadena.

Simultáneamente, se van suprimiendo algunas rutas y horarios de transporte aéreo. La línea australiana QANTAS, al suspender sus vuelos a México, mencionó el alza de costos como problema principal. Meses antes, las negociaciones bilaterales aéreas con Estados Unidos quedaron congeladas. Por una parte, dicho país pretendió obtener ventajas sin reciprocidad; por otra, se hizo evidente que los organismos mexicanos que participaban en las negociaciones no presentaban un frente común y defendían intereses contradictorios.

En las publicaciones especializadas se informa que hay agencias de viajes que cierran por incosteables o cuyos gerentes huyen defraudando por no poder afrontar sus pérdidas. En la Confederación de Organizaciones de Turismo de América Latina (COTAL) se habla con pesimismo del futuro del turismo, mientras se cancelan convenciones y caravanas de *trailers*. El mercado de bienes raíces tampoco es excelente. El Estado ha sostenido el financiamiento a la construcción de hoteles con créditos a tasas ventajosas y con infraestructura en varios puntos del país. A través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) se apoya la construcción de más de 8 000 cuartos, además de la inversión directa en infraestructura en los centros de desarrollo bajo su responsabilidad. Es previsible que si dicha construc-

8 Horwath and Horwath, *International, Worldwide Operating Statistics of the Hotel Industry*, 1974.

9 Asociación Mexicana de Restaurantes, A. C., *Servicio*, México, noviembre-diciembre de 1974.

ción se realizara sólo conforme a los criterios de inversionistas privados y del mercado, ya se habría sentido un serio retraimiento en ese sector.

También se ofrecen signos optimistas en algunas declaraciones acerca de que no sucede nada que deba preocuparnos y que, por el contrario, la depresión nos favorecerá. Si el turismo aumentó en los años treinta —se dice— también debe aumentar ahora, y se agrega que los turistas que ya no van a Europa, por lógica vendrán a México. Asimismo, se ha mencionado la posibilidad de que las frustraciones de la recesión animen a muchos a evadirse y a viajar para olvidar los problemas de casa. En una especie de existencialismo turístico, muchos individuos pueden desear gastar de inmediato lo poco que les quede en un buen viaje. Aunque esto fuera válido, siempre tendría un límite: el de la desesperación económica que ya se esta sufriendo en algunas zonas de Estados Unidos.

Para reafirmar el optimismo, se han mencionado cifras contradictorias cuyo manipuleo ha creado confusión y hecho dudar de la eficacia de quienes las manejan. Así, basándose en un ritmo de crecimiento turístico de 11%, calificado de "conservador", se dijo que serán necesarios en México entre 13 000 y 16 000 nuevos cuartos de hotel por año, con un costo de 31 000 millones de pesos. En otras ocasiones se habló de 30 000 cuartos, con inversión de 5 000 millones de pesos. Dejamos al lector curioso y con sentido de humor, la tarea de analizar todas las apreciaciones al respecto que han aparecido en la prensa mexicana.

Algo que puede considerarse como real en esta materia es el *Informe anual* del Banco de México que dice al respecto: "Destaca el incremento de 16.9% en los ingresos de divisas por turismo al interior; el número de turistas que visitó México creció en un 4.7% no obstante el sensible debilitamiento en el turismo mundial y la baja en términos absolutos de la salida total de viajeros de los Estados unidos a otros países".[10]

Esta afirmación cauta y mesurada, que no está comparada con datos de ejercicios anteriores, puede desatar el júbilo momentáneo. Refleja que la actividad turística crece en México a pesar de la crisis. Pero en 1973 el crecimiento del turismo al interior había sido de 13% respecto al año anterior y se hablaba de un 11% sostenido como estimación conservadora. La tasa relativa de 1974 (4.7%) resulta entonces la más baja en muchos años. En términos absolutos ciertamente hay aumento, aunque se refleja con claridad la desaceleración del crecimiento. No sabemos cómo evolucionará el fenómeno a medida que avance 1975, pero cabe adelantar que si la economía norteamericana sigue su ritmo descendente y funciona la restricción por círculos concéntricos, es posible que para el año próximo hayamos presenciado la primera reducción del turismo en términos absolutos que se recuerde en nuestro país. En cuanto al aumento del ingreso de divisas del 16%, sería útil aclarar si ello es a precios actuales o de 1973, pues si el último año los precios al consumidor aumentaron en 20.6%, al menos se hubiera requerido ese aumento en el gasto turístico para adquirir los mismos servicios que en el año anterior.

10 Banco de México, *Informe anual 1974*, p. 43.

LIMITACIONES Y PROBLEMAS

La recesión turística se ha hecho presente, a pesar del esfuerzo promocional de los organismos del Gobierno y de los operadores nacionales e internacionales de servicios. No es un fénomeno del cual sea culpable un organismo o una gestión determinada. El que exista es una realidad económica que no debe ofender a los funcioanrios ni a los prestadores de servicios. Lo que ciertamente es grave, es la lentitud con que estamos reaccionando a las tendencias del mercado y la falta de información y acciones consistentes al respecto.

La recesión limita temporalmente nuestro desarrollo turístico pero su incidencia dejará un saldo positivo. Ayudará a que reaccionemos sobre otras limitaciones de la actividad. Servirá para que los empresarios refuercen su interés por superar la eficiencia y la productividad de los negocios y a que las autoridades se replanteen la estrategia global del desarrollo turístico.

El hecho de que la mitad de nuestros ingresos del exterior provengan del turismo y las transacciones fronterizas señala nuestra dependencia de un fenómeno inestable, que sufre primero que ningún otro los vaivenes de la economía mundial. Desde hace algunos años, es común oír decir que nuestro desarrollo económico debe basarse preferentemente en el turismo. Sostenemos, por el contrario, que el turismo no debe ser la actividad más importante del país. Debemos usar las divisas que recibimos por ese concepto para crear y fomentar la producción de bienes cuya demanda sea permanente en cualquier circunstancia.[11] Los alimentos y muchos productos industriales tienen demanda aun en las épocas más difíciles. Un desarrollo estable debe, en nuestra opinión, fincarse preferentemente en el desarrollo agropecuario e industrial. En este sentido, la fuerte incidencia del turismo en nuestro comercio exterior, más que signo de madurez, lo es de subdesarrollo. Esto no significa que busquemos eliminar tan importante actividad, pero sí invita a que reflexionemos sobre la verdadera dimensión del turismo dentro del conjunto de los problemas del desarrollo de México. Otra limitación que ilustra la crisis es lo circunstancialmente que actuamos y lo lentamente que reaccionamos a la situación del mercado mundial. Muchos de los problemas que han conducido al desaceleramiento eran conocidos desde hace más de un semestre. Su análisis permitía desde entonces concebir mecanismos para contrarrestar la crisis con oportunidad. En este aspecto, la principal limitación ha sido la falta de información rápida, eficaz y válida que permita analizar continuamente el comportamiento del turismo, así como el desinterés por ver en la planeación un medio de estudio y previsión constante del turismo y sus problemas, para tomar decisiones adecuadas y por adelantado, en beneficio de la actividad y de quienes dependen de ella.

La recesión señalará también los límites de la dependencia tecnológica de muchos empresarios de turismo. Por años las cadenas internacionales sólo operaron edificios sin invertir en su construcción. Esto se señalaba como prueba de lo mexicanizada que estaba la hotelería. Los propietarios de los

11 Véase del autor, "La encrucijada de la actividad turística en México", en *Comercio Exterior*, México, mayo de 1970.

inmuebles, por su parte, aceptaron voluntariamente la dependencia tecnológica y operativa de las cadenas y en las discusiones sobre el tema algunos defendieron su indispensabilidad. Ahora, de entre los ardientes defensores de las empresas transnacionales surgen los críticos, pues es evidente que las cadenas o los mayoristas internacionales no están operando negocios para contribuir al desarrollo del país sino para ganar dinero.

Los servicios más afectados son los de la mediana empresa, y los de aquellos que de pronto dejan de depender de operadores internacionales. Ellos encuentran difícil el acceso al mercado, costosa la publicidad individual, desventajosa la compra de insumos y, al desconocer las técnicas de operación, ven elevarse sus costos, al tiempo que desciende la calidad de sus servicios. Estos empresarios nacionales requieren ahora el estímulo y apoyo del Estado para superarse y entrar a competir, por sí mismos, al mercado internacional. Pero para que ese apoyo les resultase efectivo, sería necesario que superaran su falta de unidad real y de metas comunes.

También han resentido la crisis algunas agencias de viajes. Supeditadas por costumbre a sólo vender pasajes, paquetes al exterior, o recibir turistas de Estados Unidos, parecían preocuparse poco por optimizar la promoción, o por ofrecer nuevas posibilidades de excursión dentro del país y difundirlas entre sectores más amplios que los que tradicionalmente han formado su clientela. Ellos también encontrarán tal vez en la recesión el clima que los impulse a superar sus limitaciones de eficiencia.

Así como hay negocios dependientes los hay también privilegiados. Estos son los que han estado recibiendo créditos y apoyos, los que obtienen beneficios sin invertir, o que venden franquicias tecnológicas. Ellos podrán defenderse mejor de la recesión e incluso aprovecharla para acrecentar su dominio, si por parte de los demás prestadores de servicios no surgen soluciones solidarias, eficaces y permanentes, para ayudarse entre sí.

En México existen igualmente los prestadores de servicios marginados. Son aquellos que carecen de técnica operativa y administrativa y que se sustraen al fisco por el simple desconocimiento de cómo pagar impuestos. Son los dueños de ramadas en las playas o en los cruceros de las carreteras, que quisieran tener mejores condiciones de higiene y mejorar sus locales, pero carecen del conocimiento y de la asesoría apropiada. En fin, son aquellos que forman parte del folklore de la suciedad y la pobreza, indigno de un país que quiere superarse a todos los niveles. La mayoría de ellos carecen de la "calidad turística" que convencionalmente sirve de pasaporte al crédito privado y oficial y a la posibilidad de asesoría.

Entre los distintos prestadores de servicios turísticos, es lógico que haya diversos criterios y mentalidades. Cada uno actuará conforme a sus intereses. Correspondería a la política oficial armonizarlos y coordinarlos para trabajar en conjunto.

La marginación y los privilegios se hacen evidentes en cualquier polo de desarrollo turístico. En ellos aparecen acentuadas dramáticamente las contradicciones sociales y económicas del desarrollo mexicano. En los más importantes centros de recreo, mientras las inversiones federales en infraestructura benefician a los propietarios de la tierra, crecen paralelamente las *favelas* y se destruye la cohesión de la población local. Junto a los turistas que gozan las comodidades y el lujo, hay marginados que buscan inútilmente trabajo o que se ven en la necesidad de envolverse en la corrupción. Padeciendo criminalidad y olvido, estos mexicanos esperan un empleo en el turismo, mientras abandonan las actividades tradicionales de pesca y agricultura que, con una adecuada orientación de desarrollo regional, podrían significarles un trabajo permanente y productivo.

Por ello también es una limitante de nuestro turismo el haberlo visto más en función de su rendimiento económico que en función de sus consecuencias en el desarrollo regional y de sus efectos sociales. Estos últimos son evidentes do idequiera que el espejismo del crecimiento turístico se ha dejado sentir.[12] En España constantemente se interrogan sobre la validez de depender tanto del turismo. En el Caribe, a iniciativa de Barbados, se ha planteado el establecimiento de un centro que estudie los efectos del turismo para evitar que sea el nuevo instrumento de la explotación que esa región ha sufrido por 500 años. Guyana ha adoptado como política no fomentar el turismo, tal vez ante los resultados de dependencia, discriminación y animosidad social que se ve por doquier en el Caribe.

En México estos ejemplos nos invitan a dejar de medir la eficacia de los proyectos turísticos por la cantidad de recursos de que se dispone para realizarlos y a juzgarlos mejor por el efecto y la motivación de actividades regionales que provoque cada peso invertido en su favor. Debemos de considerar la necesidad de abandonar el desarrollismo y el utilitarismo económico para buscar también en este campo un desarrollo compartido. En México el turismo, además de ser un instrumento de aculturación, muchas veces en favor de la dependencia, ha provocado problemas que incluso pueden lesionar la soberanía del país.[13] En este sentido, la política al respecto debe reformularse en función del interés nacional, concibiéndolo, en cuanto al exterior, como la búsqueda de un desarrollo con independencia, y en lo interno, como un medio para lograr el desarrollo regional con equilibrio social.

También entre quienes gozan el turismo hay privilegiados y marginados. Los grupos con gasto discrecional elevado pueden encontrar servicios a su medida en los principales centros de recreo del país. Pero hay una gran clientela virgen, de medianos y modestos ingresos, que podría recorrer el país y descubrir en él nuevas oportunidades. Una clientela que hasta ahora no es bien recibida por los agentes de viajes, que ha sido saturada por la publicidad con una imagen aristocratizante del turismo y que carece de información, organización y estímulo. El fomento al turismo interior ha producido dividendos a algunas agencias que piensan que hay más clientes que pueden pagar menos y menos clientes que pueden pagar más. Para ello han tenido que ejercitar mucha imaginación y trabajar con intensidad. Tal vez la recesión

12 Véase Francisco Gómez Jara, *Acapulco, planeación y desarrollo*, 1974.

13 Véase, del autor, "La planeación del desarrollo turístico y el interés nacional", en *Planeación y Desarrollo*, mayo de 1974.

obligará a los agentes que antes sólo vendían excursiones al exterior y pasajes, a entrar en una nueva etapa de creación, imaginación y eficiencia.

Una limitación de nuestro desarrollo turístico es que por años hemos favorecido al turismo internacional, dejando a medio camino los planes de turismo interno. Más aún, se ha visto en esta actividad un medio de lujo o de evasión, más que de cultura, salud o bienestar. Se ha abandonado el estímulo a la mediana y pequeña empresa y , por tanto, a los segmentos más modestos del mercado. Recientemente se ha creado una Dirección de Turismo Social, dentro de la Secretaría de Turismo, la cual tiene como fin estructurar y realizar planes al respecto.

EN BUSCA DE LA ACCION

Consideramos que la discusión de los problemas es el medio más eficaz para encontrar soluciones. Si nuestro desarrollo turístico ha tenido omisiones y presenta límites, aún se está a tiempo de afrontarlos y, revolucionando la eficiencia, superarlos en un futuro inmediato.

Algunas limitaciones tenderán a superarse. La explotación de hidrocarburos y la petroquímica tenderán a desplazar al turismo de su papel básico en nuestras exportaciones y fortalecerá nuestra base industrial. Pero mientras esto sucede hay que tomar medidas urgentes y eficaces ante la recesión. Es importante agilizar, de inmediato, la disponibilidad de información a todos los niveles y absorber y difundir la mejor tecnología entre los prestadores de servicios. Es necesario sustituir el mercadeo masivo por un mercadeo tecnificado por segmentos; lograr la reglamentación del desarrollo en zonas turísticas, y perfeccionar la eficiencia operativa tanto en los mecanismos de inversión extranjera como en los de la empresa ejidal. Es de gran importancia maximizar la utilización de la capacidad de hospedaje y llevar el crédito en favor del prestador de servicios modesto y marginado. En general, es básico el estudio permanente de los problemas y las tendencias del turismo.

Algunos de estos planteamientos se han manejado ya con relación a la crisis. Un proyecto de utilidad general, el Sistema Unido de Reservaciones (SUR), banco de datos, fue elaborado para la hoy Secretaría de Turismo, a fin de adelantarse a la crisis, desde que ésta manifestó sus primeros signos. El SUR consiste a grandes rasgos en lograr la unión de los prestadores de servicios, bajo los auspicios del Estado, para integrar un sistema mecanizado de información y reservaciones turísticas.

Dicho sistema tendría extensiones en los principales centros de captación de turismo y proporcionaría instantáneamente todo tipo de datos turísticos sobre México, así como las disponibilidades de alojamientro y transportes. El sistema apoyaría sobre todo a la pequeña empresa, maximizando la ocupación en sus establecimientos, y alentando a nuevos segmentos del mercado exterior a visitar nuestro país. Sería también un centro de captación de información de mercado y serviría de apoyo al turismo interior. El Secretario de Turismo anunció ya ante los hoteleros su desarrollo inmediato.

Ante la recesión, deben replantearse todos los conceptos de la planeación turística. Ante todo, las acciones deben encaminarse a la consecución del interés nacional concebido como la búsqueda de un desarrollo con independencia. Más que como una política de fomento, el desarrollo turístico tendrá que concebirse a partir de una filosofía del bienestar colectivo. Más que una actividad de élites deberá considerarse como una necesidad de salud pública, orientada al recreo de los trabajadores a todos los niveles. El uso de los recursos turísticos también habrá de racionalizarse considerando al paisaje como una parte del patrimonio nacional y creando una mística de conservación en todo el país. La política de turismo tendrá que verse fundamentalmente como un proceso educativo, como un medio para aumentar la oferta de empleo y contribuir en todos los ámbitos al desarrollo social del país.

En el anteproyecto de desarrollo turístico del corredor San Blas-Bahía de Banderas[14] se ha planteado que mediante brigadas volantes de asesoría, los organismos del Estado pueden llevar técnica y operatividad a los prestadores marginados de servicios. Estas brigadas pueden absorber el trabajo social de muchos universitarios de distintas especialidades.

Por otra parte, funcionan con éxito asociaciones que ofrecen a los jóvenes la posibilidad de pasar sus vacaciones en ejidos o zonas marginadas donde puedan satisfacer su vocación de servicio, haciendo trabajos en beneficio de la comunidad.

Este impulso espontáneo y desorganizado de muchos jóvenes puede aprovecharse positivamente por el país. Las vacaciones pueden servir para cumplir propósitos de enseñanza y solidaridad entre distintos sectores sociales si se fomentan y orientan los esfuerzos con ese fin. Cuando en medio de la gran depresión el presidente Roosevelt creó en Estados Unidos los Cuerpos Civiles de Conservación, muchos jóvenes desocupados salieron a reforestar, construir presas, bordos, canales e infraestructura de adecuación en los parques nacionales para su uso recreativo, entre otras acciones encaminadas a la conservación de la riqueza natural de su país. En ese tiempo también se fomentó el arte, la música, la literatura, la catalogación de atractivos turísticos y su restauración, como nunca antes en la historia. Hoy se puede decir que entre los efectos indirectos de la depresión de los años treinta, se cuenta gran parte de la infraestructura turística de Estados Unidos. Aquí no podríamos establecer un paralelo, tendríamos que encontrar, con imaginación y diálogo, las soluciones propias a nuestra realidad, pero en la época que estamos viviendo, de compromiso con el cambio y con los marginados, el turismo debe contarse entre los aspectos de mayor preocupación.

Desde luego, la retórica no es sustituto de la acción. Esta última ha de acelerarse para elaborar, a corto plazo, una nueva e imaginativa política, que acorde con el interés nacional y la realidad de nuestra búsqueda de bienestar social interno, desate la pasión de todos los mexicanos que tienen relación con la actividad turística, para lograr la superación y la eficiencia necesarias en el turismo de nuestro tiempo.

14 Departamento de Turismo, *Anteproyecto, Corredor San Blás-Bahía de Banderas*, México, 1974.