

El turismo denominado social nace como un derecho a las vacaciones pagadas en Francia, al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Conquista laboral que conecta productividad con espacios de ocio y descanso. El objetivo fue construir una infraestructura operativa lo suficientemente importante que permitiera a los franceses acceder a la actividad turística.

En concreto, generar estrategias dirigidas al turista de casa, fue el punto de partida en el diseño de programas y actividades que fueron congregadas bajo el rubro de turismo social. En la consecución de esta meta se creó un programa que abrió rutas, hoteles y hospedajes, restaurantes y Bistró, destinos y ferias.



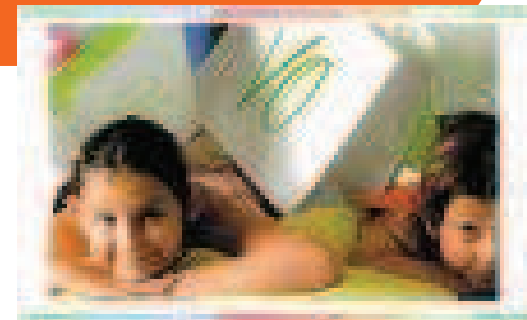
Se otorgaron ayudas en dos direcciones:

- a. A la piedra, con financiamientos y otorgamiento de créditos.
- b. A la persona a través de descuentos, vales turísticos, cheques vacacionales, entre otros.

Cabe señalar, que dentro de esta concepción, el turismo social nunca fue ni lo es actividad asistencial, sino todo lo contrario, es un ámbito que atrae inversión privada y desarrollo equitativo de las regiones. Actualmente, en Francia, el 85% de la población viaja. Visto de esta forma, para Francia, el turismo se ha convertido en factor central de la actividad económica, pago de impuestos e impulso a empresas y servicios de alta calidad.



- A través de esta mirada a la actividad turística, el Estado fomenta la consolidación y creación de la llamada economía social, sector principalmente integrado por microempresarios, mismos que promueven un turismo vinculado a las políticas de salud, cultura y educación.
- En congruencia con esta línea de pensamiento, el turismo social se aplica desde el Ministerio de Cultura, no del correspondiente de Turismo.
- Con ello, se le asegura a toda la población las vacaciones pagadas y el derecho al viaje, sumando un valor agregado, el de la formación del que realiza la visita, además de escalonar la vacación que contrarresta la temporalidad en los destinos.



En *México* el turismo social se incluye en las políticas gubernamentales a partir de los años setenta y se le concibe como actividad caritativa, asistencial o retributiva a grupos sindicales con vínculos políticos importantes. Esta posición lleva a subsidiar el viaje a esos grupos, lo que lo hace exclusivo, desvirtuándose el sentido y la imagen original.

Con el surgimiento de las profundas crisis económicas de los años ochenta, y la consecuente falta de recursos para el subsidio, hace que el naciente y mal concebido turismo social quede en total abandono o, en su caso, sea utilizado como parte de la retórica populista.

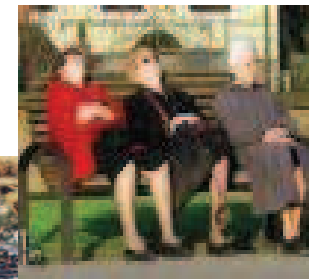
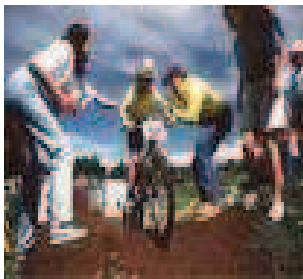


- Al desaparecer las políticas de apoyos, el turismo social se organiza de manera improvisada, perdiendo terreno la economía social y su importancia en la salud y en la conformación de una cultura turística.
- Las propuestas de un turismo social son recogidas en los años noventa por los sectores privados y asociativos (no sindicales) y ponen en marcha actividades de ecoturismo, deporte, salud, cultura, recreativos, bajo nuevas reglas del mercado y con apego a nuevos principios: accesibilidad, solidaridad y sustentabilidad vertidos sobre el desarrollo de las comunidades.
- La economía social, tanto formal e informal, empieza a gestarse e intenta agrupar numerosas empresas y organizaciones no gubernamentales a lo largo y ancho del país, buscando atender al sector más numeroso de viajeros: *el Turismo Doméstico*.



Turismo considerado por muchos como el menos interesante, calificado de esta forma desde la perspectiva de las políticas que han dado realce y mayor atención al turista receptivo. El turismo social, desgastado por su errónea aplicación, como tal se vuelve actividad rechazada dentro de las agendas turísticas estatales.

Por tal motivo, conviene reposicionarlo con una denominación que abarque más segmentos de la población y que lo lleve a ser considerado como *Un Turismo para Todos*. Bajo este nuevo rubro se empieza a dotarle de nueva imagen y forma de aplicación.



Reactivarlo y devolverle su sentido primigenio ha sido tarea que se viene realizando desde varias vertientes:

- Dentro del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 (que será sustituido en breve por el Programa Nacional de Turismo 2007-2012): construir un esquema de turismo social que sea base y sustento de la actividad turística nacional.
- Impulsar el Consejo Nacional de Turismo Social, el cual cumple con las tareas de representatividad estatal, asesoría, señalamiento de obstáculos y opinión fundamentada respecto a la aplicación de mejores estrategias.
- Creación de los Consejos Estatales de Turismo para Todos y de los Encuentros de la Red de Turismo Social, así como Muestras Nacionales, que hacen llegar en forma directa la oferta turística al cliente.



CONCEPTOS Y DEFINICIONES

SECTUR



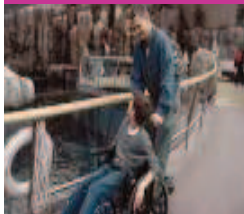
SECRETARÍA
DE TURISMO

Desde hace varios meses, la Dirección de Desarrollo de Turismo Social de la Secretaría, se avoca a la tarea de fortalecer los enlaces de trabajo entre los Estados y Municipios de manera que la propuesta de ***Un Turismo para Todos*** quede integrada en los programas y acciones regionales. Asimismo, se ha direccionado la actuación hacia la creación de un lenguaje común y metas compartidas.

Con estas acciones se recalca la importancia de unificar el trabajo turístico en pro del viajante nacional.



CNTS



CONCEPTO FUNDANTE. “Toda empresa de turismo cuyo acto de fundación o cuyo objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busca la accesibilidad del mayor número posible de personas a las actividades de ocio turístico - diferenciándose así de la sola maximización de utilidades- puede reivindicar su pertenencia al turismo social. La palabra social significa de entrada, solidaridad, fraternidad y esperanza para todos aquéllos - tan numerosos en el mundo- que esperan todavía ejercer su derecho a las vacaciones”. (art. 13 de la Declaración de Montreal 2001).

DEFINICIÓN EN SENTIDO ESTRICTO. Por turismo social debe entenderse como “el conjunto de actividades y fenómenos resultantes de la participación en el turismo de los actores de la economía social bien definidos”.^[1]

1. *Estatutos del BITS* de acuerdo a la modificación de la asamblea general del Congreso de México (mayo 2002.)

DEFINICIÓN EN SENTIDO LATO.

Conjunto de programas, proyectos y actividades que buscan hacer efectivo el derecho a las vacaciones y hacer accesibles los viajes a todos los grupos de la población... pero, también, consiste en una búsqueda de mejoramientos en la calidad de relación entre los visitantes y las comunidades que los reciben.^[2]

2. Extracto del documento: *La Ambición del Turismo Social: Un Turismo para Todos, sustentable y solidario*, Louis Jolin, profesor del Departamento de Estudios Urbanos y Turísticos, Escuela de Ciencias de la Administración de la UQAM, febrero 2004.



RECONCEPTUALIZACIÓN

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

De ser una actividad turística marginal, dedicada a dar atención a grupos vulnerables, ahora se preocupa por todos los segmentos de la población, sin importar el nivel económico; de ser actividad asistencial, actualmente promueve la inversión privada y parte de la rentabilidad de la empresa que participa en la organización de los viajes; de ser actividad preponderantemente grupal, y sin objetivos hoy por hoy satisface la recreación y el esparcimiento añadiéndose cultura, salud, deporte y espacio para el fortalecimiento de las relaciones familiares; de preocuparse por pequeños grupos de trabajadores, en este momento da atención a niños, jóvenes, estudiantes, adultos mayores, personas con discapacidad e inmigrantes.

De dedicarse principalmente a centros de recreación y balnearios, en nuestros días se inserta en el turismo deportivo, de salud, ecoturismo y cultural. De ser actividad menospreciada, excluyente, pasó a percibirse como incluyente, solidaria y sustentable, es decir, espacio que se abre permitiendo que el turismo se haga posible para todos.

De aquí, que *el Turismo para Todos sea el eje principal donde se sustenta el impulso del turismo nacional.*



DESARROLLO DEL TURISMO

Modelo 1

- La comunidad al servicio del turismo.
- Objetivos de desarrollo macroeconómico.
- El turista consume.
- Corporativos transnacionales e internacionales.
- Turismo de masas, destructor del medio ambiente.
- Visión únicamente mercantil del turista.
- Turismo ligado y relacionado con la cantidad.
- Prioridad: Divisas.

TURISMO DE DESARROLLO

Modelo 2

- El turismo al servicio de la comunidad.
- Objetivos de desarrollo integrales.
- El turista aprende y se recrea.
- Mediana, micro y pequeña empresas.
- Turismo solidario, sustentable y respetuoso.
- Visión humanista, social y mercantil del turismo.
- Turismo ligado y relacionado con la calidad.
- Prioridad: Bienestar físico, económico y social.



TURISMO PARA TODOS

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO



TURISMO SOCIAL

Actividad Turística

- Marginal.
- Atención a grupos vulnerables.
- Asistencial.
- Grupal, sin objetivos.
- Centros recreativos y balnearios.
- Ligado al concepto cuantitativo.
- Excluyente y menospreciado.

TURISMO PARA TODOS

Actividad Turística

- Que no distinga niveles económicos.
- Todos los segmentos de la población.
- Promueve la inversión privada.
- Recreación, salud y cultura.
- Diversificación de productos turísticos.
- Ligado al concepto cualitativo.
- Incluyente, solidario, sustentable.



PRINCIPIOS Y VALORES

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

De acuerdo con el *Buró Internacional de Turismo Social (BITS)*, el turismo social (hoy *Turismo para Todos*) se fundamenta en los siguientes principios:

- **Accesibilidad** que da origen al concepto de *turismo para todos* como un derecho que todos deben ejercer para mejorar su calidad de vida.
- **Sustentabilidad** que da origen al concepto de *turismo solidario y sustentable*, es decir, un turismo respetuoso del medio ambiente físico, social y cultural que debe impulsarse como herramienta de desarrollo.

Es así que el turismo social es un turismo *socialmente responsable, solidario y sustentable* (las tres S's), según lo señalado en el estudio de CESTUR 2001. La base de estos principios es el humanismo, cuyos valores ponen al hombre en el centro de la discusión e implementa principios del desarrollo. El objetivo no es tener un desarrollo del turismo sino *Un Turismo para el Desarrollo*.

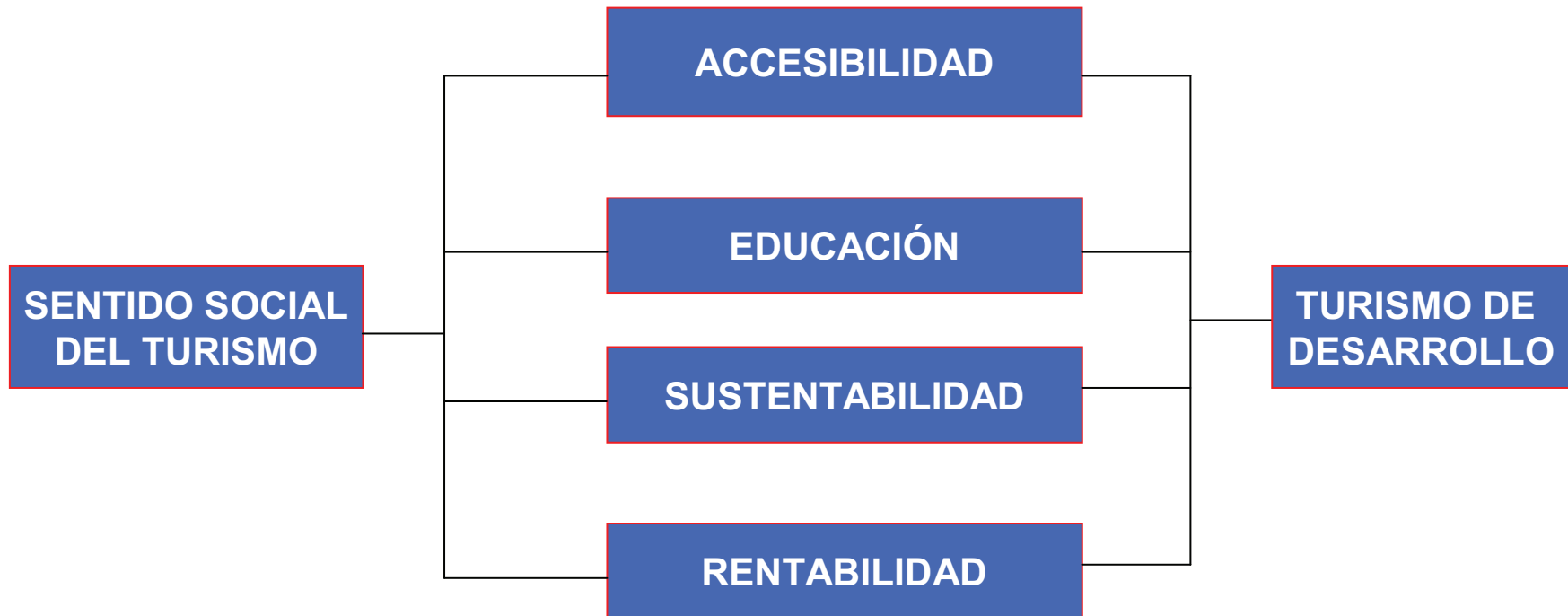


SÍNTESIS

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO





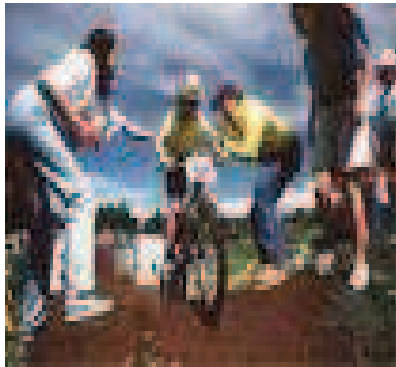
PROPÓSITOS DEL PROGRAMA TURISMO PARA TODOS

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

1. Hacer accesibles los viajes al mayor número de personas.
2. Iniciativas turísticas que permitan la realización plena de las potencialidades de cada individuo como persona y como ciudadano.
3. No sólo se busca un beneficio económico, sino un valor agregado que reporte beneficios sociales, educativos, deportivos, de salud, etc.



FOMENTANDO

PRINCIPIOS

PROCURANDO

- El respeto a la región.
- La no discriminación.
- Precios accesibles y justos.
- El desarrollo de la persona y de las Comunidades.

- Voluntad de inserción.
- Respeto a las legislaciones.
- Aliento a la promoción personal.
- Formación permanentemente del turista.
- Rentabilidad de los servicios.



CIFRAS

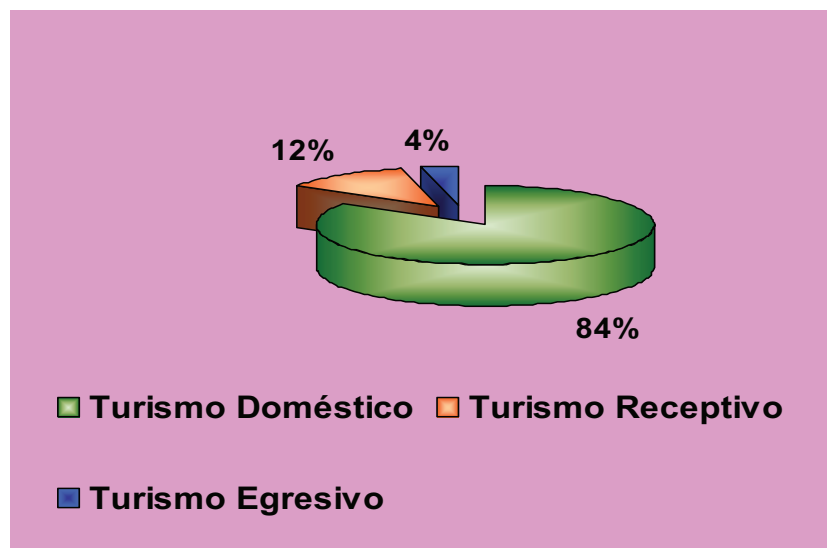
SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

En términos generales, el turismo social es el sustento y alimento del turismo doméstico. Su principal valor económico reside en la contribución altamente efectiva a la distribución del ingreso personal y regional.

En México, según cifras del INEGI³, el gasto total por turismo dentro del país se compone de la siguiente forma:



3. INEGI, *Cuenta Satélite de Turismo*, resultados 2001; comunicado de prensa 23 de abril de 2003, no. 041/2003, Aguascalientes, Ags.

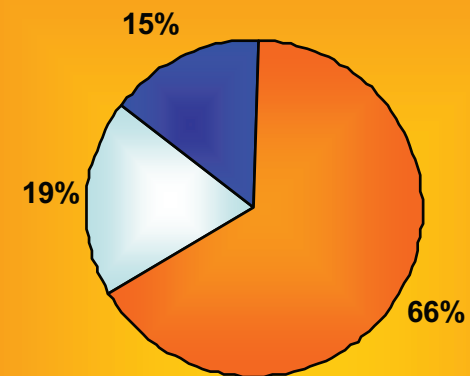
En su conjunto, el gasto del turismo doméstico, es superior al gasto del turismo receptivo, por lo que la oportunidad de negocio del *Turismo para Todos* es mucho mayor.




Por otra parte, las estimaciones de SECTUR respecto al número de nacionales que viaja, **es únicamente el 38% del total de mexicanos**, lo que hace que el mercado potencial - no desarrollado - de viajeros sea de más **de 66 millones de personas**.

La mayor captación de esos ingresos se hace en los niveles de micro y pequeñas empresas, así como en los ámbitos personal y regional a diferencia de la industria tradicional que concentra el ingreso en los centros emisores y en las corporaciones.

En lo que respecta al turismo internacional, el turismo social constituye un porcentaje importante del mismo. Se estima que el turismo juvenil que se desplaza internacionalmente representa el 19%^[4] del total de llegadas internacionales y, el turismo de jubilados, representa un 15%.^[5]

Turismo Social dentro del Turismo Internacional



-  Turismo Juvenil
-  Turismo de Jubilados
-  Turismo Internacional

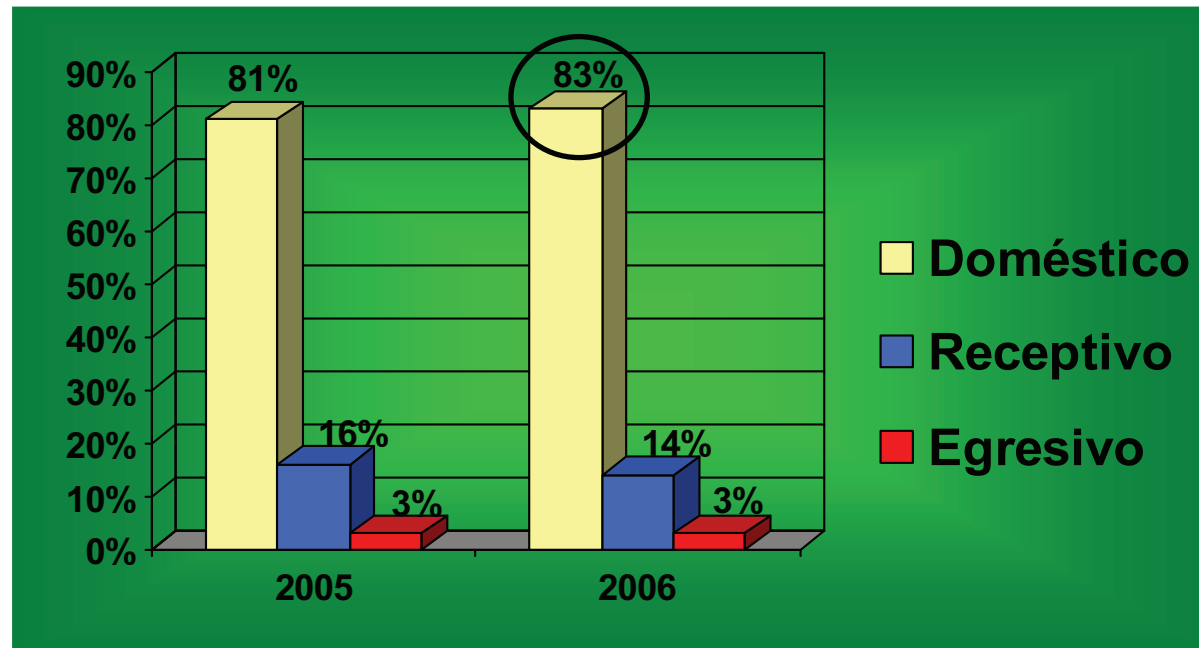
4. Bélanger Charles; *El turismo social: una oportunidad para México*; BITS, Montreal, 1999

5. Bélanger, Charles; *op. cit.*

Según las cifras contenidas en el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, se reafirma la tendencia apenas señalada sobre el movimiento del turista nacional: “de la Encuesta de Turismo en Hogares, INEGI-Secretaría de Turismo 1994-1997, alrededor del 60% de los turistas nacionales utilizan para sus desplazamientos turísticos el autobús, seguido por los viajes en automóvil particular con un 24%.

En cuanto al tipo de alojamiento utilizado, se privilegian las casas de familiares y amigos, por encima de otras modalidades. No obstante lo cual, de acuerdo a lo que señala el Compendio Estadístico del Turismo en México 2000, los turistas nacionales constituyen alrededor del 77% de las llegadas de turistas a cuartos de hotel en centros turísticos seleccionados”.

El turista nacional es el que más gasta durante el viaje y por lo tanto son ellos el factor que promueve el desarrollo económico de las regiones.



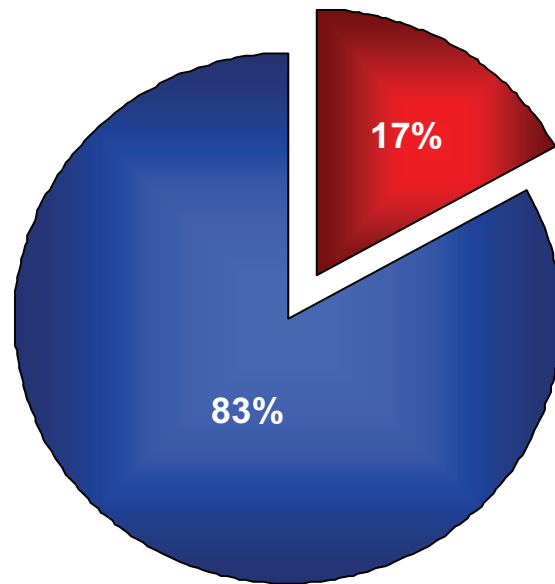


CONSUMO TURÍSTICO

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO



Doméstico
59,447.5
Millones de dólares

Internacional
12,176.6
Millones de dólares

Porcentaje de participación en las vacaciones. 38.0%



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

México ha desarrollado con éxito una política económica del turismo, misma que se ha ido consolidando a través del esquema de sol y playa como producto principal. Este modelo ha colocado al país entre los principales destinos del mundo y ha hecho de la actividad turística un sector que contribuye con casi el 7.7% del PIB nacional, percibiéndose 12 mil millones de dólares al año.

Sin embargo, en la actualidad los modelos alternativos del turismo deben convivir y complementarse. **De aquí la importancia de abrir espacios para consolidar la política social, patrimonial y ambiental del turismo, que asegura el bienestar a los participantes, la conservación del entorno y la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible.**

El desarrollo del turismo no tiene sentido si pierde su cualidad humana y, es por ello, que actualmente se concibe al *Turismo de Desarrollo* como una forma exitosa para la reconversión de la industria y su humanización.



La idea central en esta escenografía se dirige hacia dos estrategias:

- Darle una mejor atención al turista nacional, sin dejar de atender los destinos más prestigiosos de sol y playa que atraen al turista receptivo.
- Hacer que el turismo se vuelva un verdadero instrumento al servicio de la humanidad y medio eficaz en la construcción de un mundo más abierto y solidario.

DESARROLLO DEL TURISMO

Modelo 1

La comunidad al servicio del turismo.
Objetivos de desarrollo macroeconómico.
El turista consume.
Corporativos transnacionales e internacionales.
Turismo de masas, destructor del medio ambiente.
Visión únicamente mercantil del turista.
Turismo ligado y relacionado con la cantidad.
Prioridad: Divisas.

TURISMO DE DESARROLLO

Modelo 2

El turismo al servicio de la comunidad.
Objetivos de desarrollo integrales.
El turista aprende y se recrea.
Mediana, micro y pequeña empresas.
Turismo solidario, sustentable y respetuoso.
Visión humanista, social y mercantil del turismo.
Turismo ligado y relacionado con la calidad.
Prioridad: Bienestar físico, económico y social.



En conclusión el Turismo Social (Turismo para Todos)

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

... es el principal mercado del país.

... es un buen negocio.

... es una herramienta de inclusión social.

... se relaciona con todas las modalidades del turismo.

... es para todas las clases sociales.

Por lo que se requiere atención e impulso por parte de
todos los sectores de la sociedad.





HACIA UNA POLÍTICA SOCIAL Y HUMANISTA DEL TURISMO

SECTUR



SECRETARÍA DE TURISMO

Sin que se deba cancelar el modelo corporativo tradicional, pues tiene una función concreta y clara, es preciso desarrollar paralelamente un modelo social del turismo.

Preocupados por generar espacios variados destinados a las vacaciones de los mexicanos, ha sido elaborada y publicada la *política social del turismo*, producto del consenso del BITS, del Consejo Nacional de Turismo Social y de los integrantes del sector público, privado, social y académico del país. Los puntos relevantes a destacar del documento son los siguientes:



SECTUR



SECRETARÍA DE TURISMO

México

Vive hoy, vive lo tuyo



1. Reconoce al turismo social (*Turismo para Todos*) como *un derecho humano* y define acciones públicas encaminadas a facilitar el *ejercicio de las vacaciones* de los mexicanos.
2. Aplica las legislaciones actuales en materia de turismo, trabajo, salud y recaudación fiscal para asegurar la formación de una *economía social, rentable y responsable* en el campo del turismo.
3. Diseña estrategias donde el turismo sea la actividad e instrumento que *impulse el desarrollo* de las personas, de las empresas y de las regiones.
4. Define criterios de unificación respecto al *concepto de turismo social (Turismo para Todos)*, para ser compartidos entre los actores de los sectores turísticos público, privado y social.



5. Establece *mecanismos de promoción, desarrollo y financiamiento de proyectos de turismo social* con los sectores públicos del Turismo: FONATUR y CPTM.
6. Vincula la *promoción, el desarrollo y el financiamiento de proyectos* con los sectores encargados del desarrollo social, como son la salud, la cultura, la educación, la recreación y el deporte.
7. Promueve la *elaboración de manuales de sensibilización y formación para el viajero* que incluyan: accesibilidad, orientación sobre las rutas, *consejos* de viaje para cada uno de los segmentos y las normas de comportamiento para cada ocasión, es decir, abarca todos aquellos aspectos que orientan, guían e inculcan la responsabilidad social del turista y del empresario.





SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

8. Promueve fórmulas de *incentivos fiscales* a la inversión en economía social para MIPYMES y ONG's vinculadas con el turismo (cajas de ahorro para el turismo, cheques de viajero o vales equivalentes) y, arma una Red de Turismo para el Desarrollo que permita a sus integrantes acceder a sistemas de financiamientos en igualdad de oportunidades.
9. Considera que el segmento del Turismo Interno o el tema de *Un Turismo para Todos* debe estar en la *agenda de promoción* del CPTM.
10. Combate las prácticas discriminatorias aplicadas a los turistas nacionales cuando acceden a los servicios turísticos y busca sensibilizar al sector en la mejora de las tarifas y de los precios, siempre bajo el esquema de conservación y/o mejoramiento de los estándares de calidad.



México
Vive hoy, vive lo tuyo

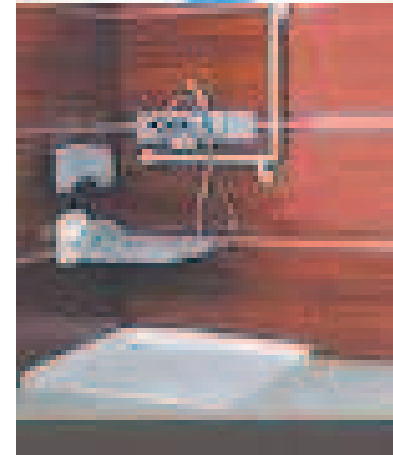
SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

FONATUR
FONDO NACIONAL
DE FOMENTO
AL TURISMO

11. Propugna por la adecuación de espacios en los centros turísticos y hospedajes, capaces de recibir a *personas con discapacidad*.
12. Combate a los organizadores turísticos *informales*.
13. Participa relevante en eventos como tianguis turísticos, organización de caravanas y encuentros formales entre funcionarios estatales y operadores turísticos, de manera que se *concerten alianzas y negocios*.
14. Procura dotar de recursos al área del Gobierno Federal encargada de impulsar un *Turismo para Todos*, para multiplicar destinos y espacios de descanso dirigidos a los nacionales, colocándolos en el mercado.





META

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

HACER QUE EL 60% DE MEXICANOS VIAJEN, EJERCIENDO SU DERECHO AL OCIO Y AL DESCANSO.

