

Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Ciencias Sociales y Políticas



Modelo de recorridos turístico-culturales para estudiantes de nivel primaria, como estrategia para generar valor público en la Ciudad de Tijuana, Baja California.

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
Maestro en Administración Pública

Presenta
Onésimo Cuamea Velázquez

Director de Tesis
Dr. José María Ramos García

Tijuana, Baja Cfa., Enero del 2005.

Índice de Contenido

	Pág.
Relación de tablas, cuadros y gráficas	v
Resumen	vii
Introducción	01
CAPITULO I	
Antecedentes	05
Análisis de los Planes y Programas de Turismo	09
Definición de Turismo	14
Conceptualización del Turismo	21
La Industria Turística	21
Origen, evolución y práctica de los paseos escolares en el turismo	28
CAPITULO II	
Justificación	44
Políticas Turísticas Actuales	52
El Programa Nacional de Turismo 2001-2006	52
Programa Integral de Desarrollo Turístico para Baja California 2002-2007	57
Plan Municipal de Desarrollo de Tijuana 2002-2004	59
Contexto del Municipio de Tijuana	61
CAPITULO III	
Objetivos y Metas	64
Objetivos generales de la investigación	64
Objetivos sociales	65
Objetivos administrativos	65
Metas	66
Limitaciones del estudio	66
Materiales y Método	67
Sujetos de estudio	68
Determinación de la muestra	70
Diseño de la encuesta de opinión de directivos sobre los paseos y excursiones de los estudiantes de nivel primaria	70
CAPITULO IV	
Resultados	72
Análisis de resultados	99
Perfil del turismo escolar infantil en Tijuana	103
Atributos	104
Integrantes	104
Transporte	104
Roles funcionales	104
Iniciadores	104
Influenciadores	105
Influencias funcionales	105
Compradores	105

Usuarios	105
Organización	105
Proceso más común para la realización de paseos	106
CAPITULO V	
Conclusión	113
Propuesta: Modelo de Recorridos Turístico Culturales, para estudiantes de Nivel Básico en Tijuana Baja California	118
Conceptualización	119
Descripción del modelo	119
Objetivos del programa	123
Operatividad.....	123
Planeación	124
Preparación de recursos humanos y materiales	124
Sensibilización y capacitación	124
Promoción y difusión	124
Desarrollo de actividades turísticas	125
Cuadro 2 Recorridos Turísticos Culturales para estudiantes de Nivel Básico en Tijuana Baja California	126
Fase 1	127
Fase 2	127
Fase 3	128
Fase 4	129
Fase 5	129
Recorrido a sitios culturales, históricos y turísticos recreativos de Baja California	
Tecate	130
Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido	
Museo arqueológico Vallecitos	132
El Rancho Ojai Koa	132
Itinerario de Recorrido No. 1	133
Programa de actividades a realizar durante la estancia en el Rancho Ojai Koa	134
Rosarito	135
Descripción de los sitios que se visitarán en e recorrido	
Calafia	137
Foxploration	137
Museo wa-kuatay	137
Itinerario del Recorrido No. 2	138
Ensenada	139
Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido	
Museo histórico regional	140
El Malecón	141
Museo de historia y galería de la ciudad Centro Cívico Cultural Riviera	141
Caracol, museo de ciencias	141
La Bufadora	141

Itinerario del Recorrido No. 3	142
Tijuana	144
Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido	
Museo de Cera	146
Hotel St. Francis	146
Avenida Revolución	146
Bital	146
Hotel Caesar's	146
Jai Alai.....	146
Torre de Agua Caliente	146
Casa Walicias	147
Toreo de Tijuana	147
Defensores de Baja California	147
Grand Hotel Tijuana	147
El Libro de Texto Gratuito	147
Club Soc. Deportivo Campestre	147
Hipódromo	147
Generalísimo José María Morelos	147
Minarete	148
Holiday Inn Express	148
Zona Río	148
General Ignacio Zaragoza	148
Abraham Lincoln	148
Cuauhtémoc	148
Las Dos Californias	148
CECUT	149
Itinerario del Recorrido No. 4	150
Código del Excursionista	
Comprensión cultural	151
Impacto social	151
Impacto ambiental	152
Guía práctica para estudiantes	153
Guía práctica para maestros	154
Sugerencias para trabajo futuro	155
Bibliografía	157
Anexos	
1. Encuesta	162
2. Lista de escuelas primarias seleccionadas	169
3. Glosario	175

Relación de cuadros, gráficas e ilustraciones

		Pág.
Tabla #1	Órganos de participación del Gobierno en el sector turismo.....	6
Tabla #2	Población total de Tijuana por lugar de nacimiento.....	51
Tabla #3	Rangos de edad.....	62
Tabla #4	Escuelas primarias en Tijuana y población atendida.....	67
Cuadro #1	Método de investigación	68
Gráfica #1	Escuelas que han organizado paseos.....	72
Gráfica #2	Paseos que en un año organizan las escuelas.....	72
Gráfica #3	Personas promotoras de la organización de paseos.....	73
Gráfica #4	Personas que deciden la organización de paseos.....	73
Gráfica #5	Personas que deciden el destino del paseo.....	74
Gráfica #6	Personas encargadas de conseguir e transporte.....	74
Gráfica #7	Personas encargadas de cobrar el costo de los paseos.....	75
Gráfica #8	Responsables de la organización del paseo.....	75
Gráfica #9	Formas de participación de los padres de familia en la organización de paseos.....	76
Gráfica #10	Número de estudiantes de años inferiores al cuarto que se asignan a cada profesor en un paseo.....	76
Gráfica #11	Número de estudiantes de años superiores al tercero que se asignan a cada profesor en un paseo.....	77
Gráfica #12	Seguros con los cuenta el estudiante aparte de escolar.....	77
Gráfica #13	Problemas comunes que se presentan en los paseos.....	78
Gráfica #14	Sitios naturales, culturales y turísticos de Rosarito y Ensenada que les gustaría a los maestros se llevará a los estudiantes.....	78
Gráfica #15	Sitios naturales, culturales y turísticos de Tecate y Mexicali que le gustaría a los maestros se lleve a los estudiantes.....	79
Gráfica #16	Sitios naturales, culturales y turísticos de Tijuana que le gustaría a los maestros se lleve a los estudiantes.....	79
Gráfica #17	Enseñanzas que se recomienda reforzar en los recorridos culturales, naturales y turísticos.....	80
Gráfica #18	Interés por realizar recorridos a sitios naturales, culturales y turísticos.....	80
Gráfica #19	Disposición para participar en la promoción y evaluación de recorridos a sitios culturales y turísticos.....	81
Gráfica #20	Sitio a los que las escuelas han realizado paseos en los Estados Unidos.....	81
Gráfica #21	Duración de los paseos a sitios de Estados Unidos.....	82
Gráfica #22	Meses en que las escuelas realizan paseos a los Estados Unidos	82
Gráfica #23	Costo aproximado de paseos a Estados Unidos.....	83
Gráfica #24	Número aproximado de asistentes a paseos en Estados Unidos..	83
Gráfica #25	Propósito principal de los paseos a los Estados Unidos.....	84
Gráfica #26	Destino de los fondos recabados de paseos a los Estados Unidos.....	84
Gráfica #27	Lugares a los cuales, las escuela han realizado paseos en Rosarito y Ensenada.....	85

Gráfica #28	Sitios a los cuales las escuela han realizado paseos en Tecate y Mexicali.....	85
Gráfica #29	Duración de los paseos a sitios de Rosarito y Ensenada.....	86
Gráfica #30	Duración de los paseos a sitios de Tecate y Mexicali.....	86
Gráfica #31	Meses en los que las escuelas realizaron paseos a ciudades de Baja California.....	87
Gráfica #32	Costo aproximado de los paseos a Rosarito y Ensenada.....	87
Gráfica #33	Costo aproximado de paseos a Tecate y Mexicali.....	88
Gráfica #34	Número aproximado de asistentes a paseos en Rosarito y Ensenada.....	88
Gráfica #35	Número aproximado de asistentes a paseos en Tecate y Mexicali.....	89
Gráfica #36	Propósito principal de los paseos a Rosarito y Ensenada.....	89
Gráfica #37	Propósito principal de los paseos a Tecate y Mexicali.....	90
Gráfica #38	Destino de los fondos recabados de los paseos a Rosarito y Ensenada.....	90
Gráfica #39	Destino de los fondos recabados de los paseos a Tecate y Mexicali.....	91
Gráfica #40	Sitios a los cuales, las escuelas han realizado paseos en Tijuana	91
Gráfica #41	Duración de los paseos a sitios de Tijuana.....	92
Gráfica #42	Meses en los que las escuelas realizaron paseos a sitios de Tijuana.....	92
Gráfica #43	Costo aproximado de paseos en Tijuana.....	93
Gráfica #44	Número aproximado de asistentes a paseos en Tijuana.....	93
Gráfica #45	Propósito principal de los paseos en Tijuana.....	94
Gráfica #46	Destino de los fondos recabados de los paseos en Tijuana.....	94
Gráfica #47	Duración general e los paseos.....	95
Gráfica #48	Meses en los generalmente las escuelas han realizado paseos en e estado y al extranjero.....	95
Gráfica #49	Años en que las escuelas organizaron el último paseo local y al extranjero.....	96
Gráfica #50	Número de estudiantes que en general asisten a los paseos que realizan las escuelas.....	96
Gráfica #51	Transporte o agencia que para realizar paseos contratan más frecuentemente las escuelas.....	97
Gráfica #52	Propósitos generales de los paseos.....	97
Gráfica #53	Destino general de los fondos recabados en los paseos.....	98
Cuadro #2	Recorridos Turísticos Culturales para Estudiantes de Nivel Básico en Tijuana Baja Cfa.....	126

Modelo de Recorridos Turísticos Culturales para Estudiantes de nivel Básico en Tijuana, Baja California.

RESUMEN

Durante su educación básica (primaria) los estudiantes de Tijuana, realizan varios paseos o excursiones a destinos de Baja California, México y del sur de California, Estados Unidos. Generalmente estas excursiones se asocian a objetivos culturales, recreativos y educativos, pero también económicos. No obstante la importancia local que representa este segmento de excursionistas debido al alto volumen de participantes, poco se sabe acerca de su forma de organización, del proceso de toma de decisiones, de quienes participan en dicho proceso, de los meses del año en que realizan esos desplazamientos, del valor económico que representan, y del nivel de efectividad en el logro de los objetivos proyectados. Esta es una actividad compleja que involucra a directores de escuelas primarias, profesores, padres de familia, estudiantes del nivel primaria, transportistas, prestadores de servicios turísticos de Baja California y California, así como autoridades educativas de Tijuana. Se espera que a partir del conocimiento generado acerca de sus componentes, niveles de participación, roles desempeñados durante el desarrollo de las excursiones y los beneficios económicos que generan, se pueda realizar con mayor efectividad a través del planteamiento de políticas turísticas y educativas proactivas, que posibiliten invertir la prioridad de los objetivos y metas que se pretenden alcanzar con las excursiones escolares, es decir, que permitan generar valor público en los ámbitos cultural, educativo y formativo para los estudiantes y para la sociedad, así como beneficios económicos para los planteles educativos y los empresarios.

Para lograr lo anterior, se requiere que las excursiones se organicen a partir de objetivos académicos y culturales, y consideren las visitas a sitios de Baja California y el Sur de California.

Los datos del estudio provienen de la información proporcionada por 125 directores de escuelas primarias públicas, urbanas localizadas en la ciudad de Tijuana.

Se identificaron tanto el proceso que siguen las escuelas para realizar paseos o excursiones, así como a los principales actores involucrados y los papeles que desempeña cada uno de ellos: iniciadores, influenciadores, compradores y usuarios; además, la estacionalidad o temporadas de mayor incidencia de excursionistas en las escuelas. Los principales destinos visitados, tanto en Baja California como en California, Estados Unidos y las principales razones para justificar dicha actividad; lo anterior permitió dimensionar el valor económico de este segmento de excursionistas.

La información obtenida acerca de los actores involucrados, el valor cultural, educativo, recreativo y formativo de los paseos, presenta un alto grado de uso potencial para la gestión gubernamental y empresarial turística y educativa, que podría ser la base de una política turística-educativa para la ciudad de Tijuana, basada en la propuesta del modelo de recorridos turístico-culturales para estudiantes de nivel básico que se propone en este documento.

ABSTRACT

During their years spent in Middle School, students in Tijuana take trips to places in Baja California, Mexico and Southern California, USA. Most of these field trips have a cultural objective, besides the educational and recreational experience. They also have an economical value. The community gets healthy profits from these events. Groups are quite large. Little is known about this type of programs. This complex structure includes decision makers, scheduling, and selection of places at appropriate times of the year, to budget effectively the resources and achievement of objectives. A great deal of people are involved in this process. Some of the are school directors, teachers, parent of students, transportation companies, tourist agencies in Tijuana. Its goal is to compile all possible information obtained to improve touring policies and educational and formative experience for the students.

The data obtained for this study were given by 125 public school directors in the urban area of Tijuana.

This study shows the procedures followed by the schools to prepare for these tours. It also shows the different actors, promoters, leaders, buyers and users involved. The roll they play in preparing time tables and choosing the best season of the year for these events, and destinations in Baja California and California, USA. This study presents a justification of this type of activities and at the same time determines the economical value of the tours.

With the information obtained from all the people involved and the understanding of the cultural, educational and formative values found in touring activities presents a great opportunity for government and educational authorities in Tijuana to establish a touring-educational policy for the city. The present touring programs for Middle School can help to develop such policy.

INTRODUCCIÓN

Las escuelas primarias de Tijuana al igual que las del resto de Baja California, realizan cada año por lo menos dos paseos o excursiones a sitios turísticos culturales del estado. Algunos centros recreativos de Estados Unidos también fueron destino de excursiones hasta octubre del 2002, fecha en que ese país dejó de autorizar permisos de internación para estudiantes y demás personas que no contasen con visa o pasaporte vigentes; para las escuelas dicha medida significó dejar de organizar esas actividades que les aportaba algunos ingresos que utilizaban en el mantenimiento y mejoramiento de sus instalaciones.

Los 322,882 estudiantes de nivel básico inscritos en escuelas públicas de Baja California en el año 2000, de los cuales el 44%, es decir, 144,157, atendidos en 394 planteles ubicados en la ciudad de Tijuana, son un segmento de población que representa una demanda potencial y una área de oportunidad para el sector turismo. Sin embargo, este segmento, al igual que otros en el estado, no se considera prioritario y por lo tanto no es debidamente atendido por los responsables de la promoción del turismo en el estado. En distintos momentos y periodos, los estudiosos de la actividad turística han planteado la necesidad de fortalecer el turismo nacional, tanto como una estrategia de aprovechamiento del tiempo libre de los mexicanos, así como una opción para reducir la dependencia del turismo extranjero. Además, los directores y profesores del nivel primaria, sólo conciben a las excursiones como una herramienta para obtener beneficios económicos en el corto plazo. Así mismo, las autoridades turísticas del Estado solo se han concentrado en atraer y atender al turismo extranjero, principalmente el proveniente del Sur de California, en EE.UU. Estos hechos han ocasionado que se carezca de un programa turístico cultural que contribuya a: mejorar la experiencia educativa; posibilitar el aprovechamiento integral de los recursos turísticos, culturales y naturales del estado; direccionar la demanda turística en tiempo y espacio para que aumente el nivel de actividad del sector; propiciar la generación de empleos y disminuir la capacidad ociosa de las instalaciones,

producto de la estacionalidad de la demanda. Los términos paseo y excursión se utilizarán como sinónimos de recorrido.

Los anteriores planteamientos, permiten suponer que un programa de recorridos turísticos culturales debidamente planeado, organizado y promovido puede ser un ámbito de oportunidad para el sector turismo y, para los maestros de nivel básico, un medio para inducir valores cívicos y nacionales, y fortalecer conocimientos de Historia, Geografía, Ecología y otras materias entre sus estudiantes.

Como alternativa de solución al problema planteado, la Facultad de Turismo de la U.A.B.C. realizó un estudio, como base para la elaboración de un programa modelo de recorridos turísticos culturales que servirá como una opción de los paseos que al margen del proyecto escolar realizan las escuelas, pero sobre todo como una alternativa educativa que permitirá a los maestros, fortalecer en sus estudiantes, los conocimientos de historia y geografía de Baja California que imparten en el aula, así como su interés cívico y cultural por conocer el estado. La propuesta de estudio fue apoyada por Sistema Educativo Estatal, SEB-SEP, a través de su Dirección de Educación Superior e Investigación, SEP-ISEB, en el año 2002.

El programa propuesto, de llevarse a la práctica, contribuirá a aprovechar los recursos y atractivos culturales, históricos, naturales y turísticos de Baja California, y al integrar objetivos educativos a experiencias de turismo, cultura, recreación y tiempo libre contribuirá como alternativa didáctica positiva al desarrollo social, personal y cultural del estudiante, que facilitará el acceso al turismo de un segmento de la población que no obstante ser de escasos recursos, puede orientarse como una demanda turística opcional en tiempo y espacio, generando empleos y aumentando el nivel de actividad del sector.

Desde esta perspectiva, esta situación puede ser capitalizada como una oportunidad de negocios por los centros recreativos de Baja California, los cuales

pueden ofrecer una propuesta alternativa que les redituaría importantes beneficios económicos. Sin embargo, frente a esta oportunidad, los operadores de viajes y los mismos propietarios de centros recreativos poco saben sobre la toma de decisiones, elección del destino, duración y actividades que se realizan en los paseos o excursiones.

Es importante reconocer que la actividad turística en México se ha orientado históricamente, a la atención del turismo internacional de alto gasto, menospreciando al turista nacional. Además, como resultado del modelo operativo conceptual denominado industria turística bajo el que se desenvuelven actualmente las empresas turísticas nacionales, se concentran principalmente en la generación de empleos, captación de divisas y el crecimiento económico, por lo que se percibe al turista exclusivamente como consumidor, soslayando las posibilidades de crecimiento personal y el potencial cultural y educativo que representan los viajes para quienes realizan esta actividad.

Esta investigación se divide en 5 capítulos. En el capítulo I se aborda la política turística que ha seguido nuestro país en los últimos 50 años, se analizan los planes y programas de turismo, se exponen los diferentes esfuerzos por definir al turismo así como el modelo conceptual operativo imperante en el sector turístico mexicano, y el origen, evolución y prácticas actuales de los paseos escolares en el turismo.

En el capítulo II, se analizan las políticas turísticas actuales tanto a nivel nacional, estatal y municipal, así como el marco legal que justifica la relación educación básica-excursiones-turismo y cultura.

El capítulo III incluye el planteamiento de objetivos y metas, métodos y técnicas seleccionados para obtener la información requerida, selección de los sujetos participantes en el estudio y la determinación de la muestra. El capítulo IV incluye la presentación de resultados y su correspondiente análisis, identificándose el

perfil del turismo escolar infantil en Tijuana, los principales actores involucrados y los roles que desempeñan, el proceso mas común para la realización de estos paseos, y la dimensión económica de este segmento de excursionistas.

En el capítulo V se presentan las conclusiones y la recomendación-propuesta de un modelo de recorridos turístico culturales para estudiantes de nivel básico en Tijuana, Baja California. Señalando sus objetivos, las fases del proceso, los participantes y las actividades que se propone desarrollen en cada fase, así como los guiones temático e itinerarios para cuatro recorridos por sitios de Baja California.

A través de la aplicación de este modelo, se pueden aprovechar las excursiones de las escuelas primarias para enriquecer la formación académica, cultural y social de los estudiantes, evitar la fuga de divisas hacia Estados Unidos, generar empleos y mejorar las condiciones económicas de la empresa turística bajacaliforniana y revalorar al turismo mexicano ofreciendo productos y servicios que respondan a sus necesidades.

CAPITULO I

ANTECEDENTES

La política turística mexicana en los últimos 50 años.

En sentido estricto se puede afirmar que la configuración actual del turismo moderno en México, es el resultado de la participación directa del gobierno mexicano en la concepción, diseño y operación de esta importante actividad.

La participación formal del gobierno mexicano en el turismo, se inicia mediante la creación de órganos de gobierno dedicados ex profeso a esta actividad, hecho que se remonta a “1929, año en que el país fue visitado por 30,000 turistas procedentes del extranjero. No hubo ningún tipo de promoción que los atrajera. Esto fue el inicio para que el Gobierno advirtiera la importancia de la promoción del turismo internacional. Para ello se formó ese año la Comisión Mixta Pro Turismo, dependiente de la Secretaría de Gobernación”.¹

Desde 1930, la Comisión Mixta Pro Turismo, experimento cambios organizacionales pasando por la Comisión Nacional de Turismo, Departamento de Turismo, Dirección General de Turismo, hasta llegar en 1974 a la conformación de la Secretaría de Turismo Federal.(Ver tabla # 1)

Al finalizar la Segunda Guerra mundial, siendo presidente de la república el Lic. Miguel Alemán Valdés (1946-1952), se otorgó especial énfasis al crecimiento del sector turístico mexicano privilegiando la construcción de la infraestructura y el desarrollo de la empresa turística, “ Iniciado el presidenciado (*sic*) de Alemán a los comienzos de la paz que siguió a la Gran Guerra, y cuando Europa sufría las consecuencias de tal conflagración, el Presidente con señalada clarividencia halló que México podía ser el centro de descanso y recreo para los noramericanos (*sic*)

¹ Romero, Héctor Manuel. “*Enciclopedia Mexicana del Turismo. Crónica mexicana del turismo*”. Tomo VI. Editorial Limusa, México, 1988. pp. 159-160

agobiados por las tantas penas que ocasionó la contienda armada; y a tal efecto, dispuso todos los medios a fin de que el país fuese atracción, remanso y divertimento para el turismo de Estados Unidos.”²

Tabla # 1

Órganos de participación del Gobierno en el sector turismo

Año	Órgano	Ubicación
1930	Comisión Nacional de Turismo	Secretaría de Gobernación
1933	Comisión Nacional de Turismo	Secretaría de Economía Nacional
1933	Oficina de Turismo *	Secretaría de Economía Nacional
1935	Comisión de Turismo	Secretaría de Gobernación
1936	Departamento de Turismo	Secretaría de Gobernación
1949	Dirección General de Turismo	Secretaría de Gobernación
1959	Departamento de Turismo	Presidencia de la República
1974	Secretaría de Turismo	Presidencia de la república

* Realizaba funciones paralelas a la Comisión Nacional de Turismo.

Desde entonces tal disposición se convirtió en componente estructural de la política de desarrollo turístico del país.

A raíz de este hecho, desde esa época hasta la fecha, el turismo se puede clasificar en cuatro periodos coincidentes en ocasiones con la situación internacional :

- “El primero abarca de 1945 a 1958, por los sucesos que afectan favorablemente el mercado del turismo mundial y que repercuten en México; se observan las acciones verificadas en el país para la promoción de esta actividad.
- El segundo abarca de 1959 a 1969 y su inicio también corresponde a la situación que priva en la escena internacional, tanto en el campo de los avances técnicos del transporte como en la política internacional que

² Valadés, C. José. *“Historia General de la Revolución Mexicana. La unidad nacional”*. Tomo X. SEP Cultura. Ediciones Gernica. México, 1985. p.206.

promueve al turismo como vehículo de comprensión y paz. El fin de este periodo lo constituye el inicio de la planificación de los macroproyectos turísticos, que modifica el papel del Estado en la promoción del turismo, haciendo eco de la economía internacional en este campo que tiene como premisa básica la cooperación económica internacional.

- El tercer periodo abarca de 1969 a 1982 y se caracteriza por el desarrollo y puesta en marcha de los macroproyectos turísticos; coincide con la crisis económica internacional (y la coyuntura de la política exterior de México) y se entra en una crisis económica cuyos resultados inmediatos fueron la temporal reorientación de la planta turística del país hacia el mercado nacional. Los críticos sucesos del fin de sexenio, enmarcados con la baja del precio del petróleo y la voluminosa deuda externa, marcarían el fin de esta etapa y el inicio de una nueva, caracterizada por la apertura comercial y el énfasis en el mercado turístico internacional que permite la llegada de divisas.
- El cuarto período del turismo en México, que abarcaría desde 1983, se caracterizará por una crisis económica generalizada(deuda externa, inflación, etc.) durante la mayor parte de la década, y donde se iniciaría una paulatina liberalización de la economía que repercutiría importantemente en diversas esferas de la actividad turística del país. Otro hecho relevante de este período sería la redefinición del papel del Estado en la economía y consecuentemente su abandono como inversionista en las actividades turísticas y como propietario de establecimientos orientados a esta actividad, cuya desincorporación se promueve activamente.”³

A lo largo de los dos primeros periodos, la política turística del país se enfocó al mercado internacional y, particularmente, al turismo estadounidense ofreciendo casi exclusivamente destinos turísticos de *sol y playa, especialmente* Cancún en Quintana Roo, Los Cabos y Loreto en Baja California Sur, Puerto Vallarta en

³ Jiménez, Alfonso. “*turismo, estrategia y desarrollo*”. McGraw Hill. México, 1993. p.xix

Jalisco, entre otros. Los cuales se diseñaron procurando satisfacer las necesidades de los viajeros estadounidenses de altos ingresos.

Los grandes objetivos turísticos se centraron en tres vertientes estructurales:

- 1.- La captación de divisas.
- 2.- La generación de empleos.
- 3.- El desarrollo regional.

Imperó la visión de corto plazo, los esquemas de crecimiento se centraron en la hotelería, líneas aéreas y agencias de viajes mayoristas que provocaron alta dependencia de los destinos turísticos debido a sus formas de operación y comercialización.

Sin embargo, durante el tercer período y al inicio de la década de los setentas como producto de la crisis económica internacional, el sector turístico empieza a reconocer la importancia del turismo nacional como elemento económico. Sin embargo sólo se le ofrecieron productos diseñados para el turismo internacional, especialmente se recurría al segmento nacional en temporadas de baja demanda u ocupación.

Debido al esquema centralista de planeación y operación del turismo, los gobiernos locales estuvieron prácticamente marginados de las decisiones fundamentales, por lo que se evidenció una falta de preparación local que generó conflictos ambientales, sociales y políticos entre otros.

Análisis de los Planes y programas de Turismo.

El primer documento de planeación turística de alcance nacional, lo elaboró el Departamento de Turismo en 1963 y se denominó Plan Nacional de Desarrollo Turístico. “La política de fomento turístico se centra, principalmente, en el funcionamiento de la hotelería como variable que regirá las diferentes acciones y orientaciones de los instrumentos de política, así como la orientación al mercado extranjero, particularmente el estadounidense; La propuesta fundamental del plan radica en la difusión de una imagen moderna del país en virtud de la realización de dos eventos internacionales : Las olimpiadas de 1968 y el campeonato Mundial de fut-bol de 1970.”⁴ ; Este documento inició un rasgo significativo que se ha seguido hasta fechas recientes “ Los documentos de planeación en materia turística responden a coyunturas mas que a la modificación estructural del turismo.”⁵

El siguiente plan nacional en realizarse fue el Plan Nacional de Turismo de 1978. Los objetivos de este plan se centraron, entre otros, en “ la captación de divisas; la generación de empleos; propiciar el desarrollo regional; el fomento del descanso creativo y recreativo de la población; contribuir a la justa distribución del ingreso y procurar la integración nacional.”⁶

Es importante mencionar que a raíz de las crisis económico-financieras que enfrentó nuestro país en ésta década, el gobierno mexicano empezó a reconocer la importancia del turismo nacional como estrategia para reducir la fuga de divisas por concepto de viajes de mexicanos al extranjero y, tratar de nivelar la balanza turística que ya empezaba a presentar déficit.

A partir de la crisis económica iniciada en 1982, el programa nacional de turismo 1984-1988, pone “énfasis en la administración de los recursos financieros del

⁴ Rodríguez Woog, Manuel. “Evolución de la planeación turística en México”. Seminario de Planeación Turística. SECTUR-CESTUR. México, 1989.

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem

sector, procurando que toda la inversión pública resulte rentable bajo el criterio de generar empleos y captar divisas ... En este programa se consolida el modelo turístico que se sustenta en el desarrollo de la hotelería y en los análisis económicos de la dinámica del turismo receptivo.”⁷

Ante el agravamiento de la crisis económica de México, en 1986 se revisan las estrategias planteadas en el PNT de 1984-1988, privilegiando la visión de corto plazo, con el propósito de sortear lo mejor posible la crisis económica por la que atravesaba nuestro país, dando como resultado la estrategia emergente que quedó plasmada en el Programa de Acción Emergente para el Fomento del Turismo de 1986. “ Dicha estrategia tuvo dos orientaciones básicas : la primera, buscaba reactivar el turismo interno que había quedado marginado del programa sectorial de 1984; y la segunda, dirigida a fomentar el crecimiento del turismo receptivo y reforzar la posición de México en el mercado internacional.”⁸

Durante la década de los años ochentas, la crisis económica pasó de ser una situación coyuntural y esporádica a una situación estructural en la economía nacional. Sin embargo, el turismo receptivo de internación continuó su tendencia a la alza, aún por encima del crecimiento promedio anual a nivel mundial.

El Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, de la Secretaría de Turismo Federal, le otorgó el “carácter de estratégico a la actividad turística para influir en el desarrollo regional, en la generación de empleos y en la captación de divisas, atributos que la convierten en un verdadero instrumento de desarrollo económico y social; señalando como objetivos sectoriales:

1.- Propiciar el crecimiento sostenido de la actividad turística nacional y lograr una mayor y mejor distribución de sus beneficios en las economías locales donde se genere.

⁷ Ibidem

⁸ Ibidem

2.- Lograr el desarrollo equilibrado de la actividad turística en el ámbito regional, propiciando la utilización racional de los recursos naturales, históricos y culturales del país.

3.- Fortalecer la identidad nacional, preservar y difundir los valores culturales, históricos y tradicionales de México.

4.- promover la imagen de México como uno de los principales atractivos turísticos del mundo.

5.- Fortalecer los mecanismos de coordinación, inducción y concertación.”⁹

En relación con el segundo objetivo, establece que “una gran parte de las corrientes turísticas de nuestros tiempos se originan en grandes centros urbanos, donde se observa un considerable deterioro ambiental, que induce a sus habitantes a la búsqueda de lugares donde la naturaleza es el mejor atractivo.”¹⁰

Un rasgo sobresaliente en la relación al tercer objetivo, y que destaca por su trascendencia en el cambio de valoración del mercado nacional, por lo menos en el discurso oficial, lo fundamenta la necesidad expresa de que el turismo “se constituya en uno de los principales elementos que promueva y fortalezca la identidad nacional, para lo cual, es necesario fijar en la memoria de todos los mexicanos, la grandeza de nuestro acervo cultural, histórico y tradicional, de nuestras raíces, que es lo que nos hace diferentes del resto del mundo y de lo que debemos estar orgullosos.”¹¹

La frontera norte de México atrae la atención de las autoridades turísticas federales, debido al elevado número de visitantes extranjeros que llegaban a esta región y a la importante derrama económica que generaban, razón por la cual, en 1991 se pone en marcha el Programa Frontera Norte, Puerta y Destino, “ Como puerta su objetivo es incrementar el número de turistas que se internan a nuestro país por vía terrestre. Para ello, se ha implementado un programa de turismo

⁹ SECTUR. *“Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994”*. Poder Ejecutivo Federal. 1991. p.29

¹⁰ Ibidem p.30

¹¹ Ibidem p.31

carretero que facilitará el acceso de América del Norte. Como destino, procuró aumentar la afluencia de visitantes a las ciudades fronterizas brindando, ante todo, un cómodo acceso a las mismas, mejorando la calidad y aumentando la cantidad de los alojamientos y servicios turísticos y elevando el atractivo de las ciudades, ya que se busca especialmente captar un mayor volumen de turismo familiar.”¹²

Al inicio de la década de los años noventas nuestro país inicio un amplio proceso de apertura económica, representado principalmente por la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), a partir de esos años, el sector turismo empezó a repensarse como un sector que debería responder más a las fuerzas del mercado internacional y, que por lo tanto, debería posicionar a México en el ámbito mundial.

Ante tal escenario, el Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, planteó como su objetivo principal “Fortalecer la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos mexicanos para coadyuvar en la creación de empleos, la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional.”¹³

Además, señala que la estrategia para consolidar la oferta y la demanda turística “implica comercializar hacia los segmentos del mercado nacional e internacional más rentables, estables y de pronta respuesta a los productos nacionales, para garantizar el ingreso de divisas y la creación de empleos.”¹⁴

Al referirse a la frontera norte, establece que “ para consolidar el turismo en la frontera norte la estrategia requiere del conocimiento del perfil de los clientes reales y potenciales, con el propósito de recuperar y elevar el gasto de los

¹² SECTUR. “*Programa Frontera Norte, Puerta y Destino*”. Gaceta del Sector Turismo. Año 2 Núm. 8, Octubre de 1993. p.10

¹³ SECTUR. “*Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000*”. Poder Ejecutivo Federal. México, 1996. p.30

¹⁴ Ibidem p.33

visitantes. Los esfuerzos de promoción deben concentrarse en los segmentos de mayor rentabilidad situados en los estados de California, Arizona y Texas (Estados Unidos), principalmente.”¹⁵

A pesar de la histórica orientación de la política turística mexicana hacia el turismo extranjero, particularmente el estadounidense, han habido algunos períodos recientes en donde el mercado de turistas mexicanos se ha revelado como prioritario para el sector turístico nacional, tanto para empresarios como para el gobierno. Sobre todo en respuesta a las crisis económicas asociadas al decremento en el flujo de divisas (dólares) que recibe el gobierno mexicano, es decir, la atención al mercado de turismo nacional ha respondido más a coyunturas que ha posicionarse como una estrategia de largo plazo y que trate de responder a las necesidades del turista mexicano. Debido a que dichas crisis económicas en nuestro país han podido sobrellevarse, pronto se pierde el interés por el turista nacional lo que ha provocado una falta de evaluación permanente del sector turismo.

¹⁵ Ibidem p.36

Definición de Turismo.

El turismo de masas es un fenómeno reciente que se remonta a la segunda mitad del siglo XX. Esto no significa que no haya habido viajeros antes del desarrollo y evolución del turismo moderno.

De acuerdo con Ortuño Martínez, Arrillaga propone una definición de turismo y dice que es “ todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro : el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los y los viajeros tienen lugar”¹⁶. De esta definición se desprenden algunos elementos que merecen destacarse: el desplazamiento temporal, fines distintos a realizar alguna actividad remunerada, la oferta de servicios diseñados especialmente para los turistas y, la interacción entre el turista y la población residente.

Oscar de la Torre Padilla sostiene que “ el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, 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”¹⁷. El autor explicita al turismo como un hecho social, aclara que los viajeros por razones de trabajo no son turistas, incorpora las relaciones culturales y sociales a la mera relación comercial o económica entre pobladores y turistas.

Donald Lundberg afirma que “ Las Naciones Unidas dan una definición muy lata(*sic*) de turismo, adoptada por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOTO). Los turistas, de acuerdo con la UIOTO, son visitantes

¹⁶ Ortuño Martínez, Manuel. *“Introducción al Estudio del Turismo”*. Joaquín Porrúa editores. México, 1996. pp.38-39

¹⁷ De la Torre Padilla, Oscar. *“El Turismo fenómeno social”*. Fondo de Cultura Económica. México, 1980. p.19.

temporales que están siquiera veinticuatro horas en el país que visitan, cuando el propósito del viaje se puede clasificar bajo uno de los siguientes encabezados:

- A. Asueto (Recreación vacacional, salud, estudio, religión y deportes).
- B. Negocio, familia, cometido, encuentro.

Los viajeros que están menos de veinticuatro horas, según la UIOTO, son *excursionistas*".¹⁸

De aquí se desprenden nuevos elementos, una permanencia mínima a 24 horas para considerarse turistas, quienes realizan todas las demás actividades similares a los turistas pero no permanecen al menos 24 horas se consideran excursionistas.

Otros autores inician esfuerzos por diferenciar a los distintos tipos de viajeros, ya sean turistas o excursionistas. Para Gurría Di-Bella, " Visitante es toda persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada. Los visitantes se dividen en dos categorías :

Turistas : Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros :

- A. Tiempo Libre (Recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, etc.)
- B. Negocio, familia, misiones o reuniones.

Excursionista es el visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado. Incluye los viajeros de crucero."¹⁹

Como se puede observar, es prácticamente imposible llegar a un consenso acerca de una definición de turismo que no deje lugar a dudas. Ya que, como afirma Bringas " Existen tantas definiciones como autores. En algunas de ellas se

¹⁸ Lundberg E., Donald. "El negocio del turismo". Editorial Diana, cuarta impresión, México, 1981. p.17

¹⁹ Gurría Di-Bella, Manuel. "Introducción al Estudio del Turismo". Editorial Trillas, segunda reimpresión. México, 1997. pp.15-16

resaltan las virtudes económicas, en otras las sociales, las psicológicas o culturales, principalmente. Algunos autores afirman, incluso, que el turismo es una industria, otros, conciben el turismo como un sistema”²⁰; Sin embargo, a pesar de la gran cantidad de definiciones, y de acuerdo con Bringas “todas tienen algunos rasgos fundamentales:

- a) Desplazamiento temporal de las personas de su lugar de residencia habitual.
- b) Este movimiento de efectúa durante el tiempo libre, y
- c) Por motivos de recreación, descanso, salud, diversión, desarrollo personal y cultura.

Se puede decir que estos elementos son los que caracterizan al fenómeno del turismo”.²¹

Por otra parte, el Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCN), presenta definiciones y conceptos de turismo que tienen como marco de referencia, las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), expresadas en los documentos *Una Cuenta Satélite de Turismo; Recomendaciones sobre estadísticas del Turismo* y la *Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT)*. El citado documento define al turismo como “ el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual”²². Con el propósito de clarificar los componentes de esta definición, añade “ La utilización del concepto de ‘entorno habitual’, evita que se incluyan como visitantes a las personas que realizan frecuentes desplazamientos entre su domicilio y su centro de trabajo, estudio u otros lugares, ya que esas acciones refieren la movilización de un lugar de ambiente habitual a otro, lo cual representa

²⁰ Bringas R., Nora L. y Carrillo Jorge V. Coordinadores, “*Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana*”. Cuadernos El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, Baja California, 1991. p.22

²¹ Ibidem, p.23

²² Secretaría de Turismo-INEGI, “*Sistema de Cuentas Nacionales. Cuenta Satélite de Turismo en México 1993-1998*”. México, 2000. p.9

viajar pero no hacer turismo. El entorno habitual comprende los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su rutina normal de vida, excepto por ocio o recreación”²³, además agrega las siguientes precisiones :

- a) “ Cuando una persona abandona su lugar usual de residencia con la intención de establecerse en otro diferente, no debe tratarse como turista en ese sitio, ya que éste representará su nuevo entorno habitual.
- b) Tampoco son considerados turistas las personas refugiadas y migrantes; diplomáticos y el personal de consulados; los trabajadores fronterizos, estacionales o viajeros laborales diarios, puesto que su lugar de residencia o de trabajo corresponde a su entorno habitual.
- c) Cuando una persona ha estado presente en un lugar por más de un año, éste sitio representa su entorno habitual”²⁴.

Además, establece una clasificación del concepto de *visitante*. El primero que podríamos considerar que se refiere propiamente a los turistas y señala que son “aquellos que al menos permanecen una noche en algún tipo de alojamiento; y excursionistas [son aquellos] que salen de su entorno habitual y retornan el mismo día”.²⁵

La Ley Federal de Turismo de México, en su artículo 3. Fracción tercera, define al turista como “ La persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población”.²⁶

En el artículo 4 define como “ servicios turísticos los prestados a través de:

- I. Hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas;
- II. Agencias, subagencias y operadoras de viajes;

²³ Ibidem

²⁴ Ibidem

²⁵ Ibidem p.10

²⁶ Ley Federal de Turismo. Diario Oficial de la Federación. México, D.F., 19 de Mayo de 1999.

III. Guías de turistas, de acuerdo con la clasificación prevista en las disposiciones reglamentarias;

IV. Restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares que se encuentren ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes a que se refiere la fracción I de este artículo, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y

V. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios a que se refiere la fracción IV que no se encuentren ubicados en los lugares señalados, podrán solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, siempre que cumplan con los requisitos que la Secretaría fije por medio de disposiciones generales”.²⁷

Sin pretender elaborar una nueva definición de turismo, puesto que no es el propósito de este trabajo, y con el ánimo de contribuir a la futura reflexión y discusión, a las anteriores definiciones se pueden agregar algunas características que permitan comprender de manera mas integral la esencia y practica de la actividad turística :

1.- Es una actividad que se realiza en el tiempo libre. Es necesario que el individuo que lo realiza se desprenda de su actividad principal, al menos durante el tiempo que dura su viaje turístico. Generalmente se restringe la actividad principal a la actividad laboral remunerada, es decir, el empleo. Así, tenemos otros casos, el ama de casa debe cesar sus actividades propias del hogar durante este tiempo; en el caso de los estudiantes, es necesario que no se combine un viaje con estudios en el lugar de destino.

2.- Es una actividad que se realiza *in situ*. Por lo tanto, el usuario de los servicios turísticos (turista), debe trasladarse al destino turístico para satisfacer sus necesidades. A diferencia de otros sectores económicos, donde los bienes son llevados hacia el consumidor.

²⁷ Ibidem

3.- Es una actividad altamente estacional. Es decir, para hacer turismo se requiere de tiempo libre así como desprenderse de la ocupación principal, tal como se explicó en el punto número 1 de esta sección. Por lo que los viajes turísticos se realizan en temporadas de viajes que se asocian a las temporadas de vacaciones : vacaciones de verano, vacaciones de fin de año, días feriados que permiten realizar *puentes vacacionales*.

4.- Demanda que el individuo salga de su lugar habitual de residencia. Lo que significa que, aun cuando una persona viva en una ciudad o localidad turística, por el solo hecho de utilizar servicios turísticos no se le debe considerar turista. En otras palabras, nadie puede ser turista en su misma ciudad.

5.- Es una actividad económica multisectorial. Si bien es cierto que se ubica en el sector terciario de la economía al ofrecer servicios, también es cierto que involucra al sector primario, por ejemplo, como proveedor de alimentos; al sector secundario, al requerir la construcción de las instalaciones e infraestructuras. Incluso, activa al mismo sector terciario al requerir servicios de telecomunicaciones, transacciones bancarias, etc.

6.- Es un hecho socio-cultural. Al coincidir en un destino turístico el visitante (turista) y el prestador de servicios turísticos (residente), se establece una relación que generalmente traspasa la mera relación cliente-vendedor, particularmente al incrementarse el tiempo que el turista permanecerá en el destino. Lo que define la esencia del hecho social. Además, al coincidir en un mismo espacio, ambos llegan y ponen en valor sus propias culturas ya que, ninguno se desprende de sus valores, aspiraciones, creencias, conocimientos, actitudes, etc.

7.- Posibilita la redistribución de la riqueza. Dicha redistribución se da en dos ámbitos : el sectorial y el geográfico-espacial. Para algunos autores, debido a que el turismo no produce un bien, en el sentido económico, resulta una actividad improductiva bajo la perspectiva de generar riqueza. Sin embargo, se acepta que la riqueza generada en los sectores primario y secundario, debido a la realizaciones de viajes turísticos, pasa a ser distribuido al sector terciario, al igual que sucede con las telecomunicaciones, la banca, etc.; En el sentido geográfico-espacial, cuando una persona que reside habitualmente en una ciudad y decide

emprender un viaje con fines turísticos, deberá cubrir sus necesidades de alojamiento, alimentación, diversión, etc., en el destino, lo que implica dejar parte de su dinero en otra ciudad o en otro país.

8.- Es una actividad compleja por lo que involucra varias disciplinas del conocimiento. Para lograr una aproximación a la comprensión integral del turismo, es necesario recorrer a distintas disciplinas del conocimiento, entre otras: la sociología, la economía, la psicología, la antropología, derecho, administración, etc.

En el siguiente apartado se presentan los enfoques que se han utilizado para abordar el turismo como objeto de estudio.

Conceptualización del turismo.

Hasta hoy en el caso de México, los esfuerzos por explicar el turismo se han centrado en la vertiente económica, soslayando las distintas implicaciones que entraña esta actividad. Los enfoques que se han desarrollado son el turismo como sistema, el turismo como fenómeno social y el turismo como industria. Debido a que este último es el que mayor aplicación ha tenido en los países de América latina, el análisis se centrará en dicho enfoque.

La industria turística.

Como resultado del final de la II Guerra Mundial y con la aparición de un nuevo orden económico, dominado por los países vencedores, en nuestro país se dejó sentir principalmente la influencia norteamericana.

Algunos de los factores que contribuyeron a la masificación de la actividad turística en los últimos cincuenta años, fueron la aplicación a la vida civil de las tecnologías de comunicación y transporte desarrollada por las fuerzas armadas durante la Gran Conflagración. Los adelantos en el transporte aéreo de tropas, las nuevos y mejores barcos para transportar tropas y pertrechos permitieron, en la aplicación civil, poder movilizar mas personas con mayor rapidez, con la consecuente reducción de los costos, provocando que mayor número de personas tuvieran acceso a estos servicios con fines recreativos, de esparcimiento y de negocios.

Con la mejora en las condiciones económicas de Norteamérica “ El ciudadano estadounidense experimento una variación en las condiciones económicas, sociales y políticas, favorables a la utilización del tiempo libre, comenzó a viajar al exterior. Como resultado de su creciente interés por conocer los países periféricos y de su desconfianza por el estado material de las cosas existentes en éstos, los estadounidenses comenzaron a demandar una serie de servicios, los cuales sólo ellos mismos estaban en posibilidad de ofrecer.”²⁸

²⁸ Molina, E. Sergio; Rodríguez A. Sergio. *“Planificación Integral del Turismo. Un enfoque para Latinoamérica”*. Editorial Trillas. Segunda edición. México, 1991. p.32

A partir de ésta dinámica, el capitalismo estadounidense incorpora al turismo como una estrategia más de internacionalización de su capital que derivó en una área emergente de conformación de empresas transnacionales que, además de incorporar recursos financieros a los países de la periferia, incluye una nueva forma de penetración ideológica del capitalismo, no sólo por los valores que transmite la empresa transnacional, sino por la influencia que tienen los turistas estadounidenses al relacionarse con los habitantes y servidores turísticos de los países visitados. Por lo cual, “ La idea de que la atención a turistas consistía un excelente negocio, tanto por los servicios que se demandaban como por los gastos en los que incurría el viajero, generó un modelo de evolución del turismo que se ha denominado *Industria turística* , y que hasta hoy, no sólo subsiste, sino que se ha transformado en un modelo ascendente, es decir, en expansión constante.”²⁹

La incapacidad de los empresarios turísticos de los países de la periferia para desarrollar una forma local de operar y aprovechar el turismo, se puede explicar por 2 grandes vertientes; la primera, originada por la dependencia de la tecnología extranjera para la operatividad de las empresas del sector, es decir, no se ha desarrollado investigación turística aplicada que permita generar el nuevo conocimiento que sirva de base al desarrollo turístico local; la segunda, caracterizada por la dependencia de las grandes empresas transnacionales que controlan las corrientes internacionales de turistas desde los países emisores a los países receptores (centro-periferia), a las cuales se les denomina tour operadores mayoristas y que, en el mejor de los casos, las empresas turísticas de los países de la periferia han optado por asociarse.

“ El apoyo al desenvolvimiento de la industria turística se basa en una concepción exclusivamente financiera de esta manera de ocupar el tiempo libre, ya que el objetivo es garantizar la rentabilidad de las inversiones.”³⁰

²⁹ Ibidem

³⁰ Ibidem

Varios estudiosos del turismo se ocuparon por tratar de explicar esta dinámica que caracteriza a la actividad. Novo Valencia afirma que “ un aspecto del turismo se considera industria aunque no en el sentido clásico del término. La expresión se aplica al conjunto de empresas de diferente índole que participa en la organización y facilitación del desplazamiento y estancia de los turistas de un lugar. Representa los aspectos de inversión y comercialización en o hacia el sitio mismo de origen de los recursos turísticos, transformándolos y presentándolos a la clientela.”³¹

Se advierte ya la intención del modelo industrial, al privilegiar la recuperación financiera de las inversiones sobre cualquier otra ventaja social, cultural o ambiental. Incluso, algunos autores llegaron a niveles verdaderamente contradictorios al considerar al turismo como *La Industria sin Chimeneas*, con la clara intención de posicionar un lado positivo del turismo y su forma de explotación. Sin embargo, las chimeneas del turismo tampoco deben verse desde un sentido clásico del término, ya que sus efectos negativos se manifiestan en otros ámbitos, el cultural, el social, etc.

Ortuño Martínez, en un intento por describir a la industria turística señala que “Todas las características, fundamento, organización y actividades que se reconocen privativos de una industria, se encuentran, y son de fácil reconocimiento en nuestra campo [el turismo]. Hay una ‘materia prima’ , unos ‘instrumentos’, unos ‘procedimientos de transformación’ y de ‘elaboración’, y unos ‘productos finales’, puestos a la ‘venta’, a través de sistemas y mercados.”³² Al referirse a la industria turística como institución señala que “ la componen tres grandes grupos de organizaciones : los transportes, los alojamientos y los intermediarios.”³³

³¹ Novo Valencia, Gerardo. “*Diccionario General de Turismo*”. Editorial Diana. Sexta impresión. México, 1990. p153.

³² Ortuño Martínez, Manuel. “*Introducción al estudio del turismo*”. Colección textos universitarios. México, 1996. p72

³³ Ibidem p.73

Toda la maquinaria de la industria turística no tendría sentido sin lo que Ortuño Martínez define como la materia prima, es decir, lo que pone en movimiento el proceso de producción industrial turístico: el turista.

En este enfoque, por demás restringido y utilitario, el turista se aprecia sólo como un factor más de producción, reduciéndolo prácticamente a su función consumista “ *El hombre-turista es el sujeto activo de aquel conjunto de actividades que tienen por objeto llevar a cabo viajes de placer, o sea, el elemento primordial de la industria turística.*”³⁴ Más aún, al describir al turista de la etapa capitalista moderna, de 1945 a la fecha sostiene que “ con el desarrollo de las grandes corrientes de viajeros y la tipificación del turismo, la figura parece convertirse con facilidad en el *hombre-típico-medio*, que responde a incentivos dados y sigue sus usos y costumbres, figuras y formas determinadas.”³⁵

Queda claro entonces, que la industria turística es la responsable de definir, diseñar y enviar los incentivos al turista para que este, durante su viaje, se comporte de una forma tal que responda a las expectativas preestablecidas por la industria : hacer un mayor gasto que contribuya a la rentabilidad financiera de la empresa turística.

En este sentido, Molina señala que a partir de la década de los cincuentas, “ el turismo se convierte en un fenómeno de desplazamientos masivos generando importantes consecuencias sociales, políticas, culturales, medioambientales y financieras, parte de ellas benéficas y otras contribuyendo a detonar relaciones conflictivas.”³⁶ Ya empieza a percibirse que la actividad turística es más que una mera transacción económica comercial, aún cuando este modelo tiene sus propias prioridades. “ En esta etapa el turismo se instrumenta como industria, es decir, [como] un conjunto de empresas de diversos giros que se guían por un

³⁴ Ibidem p.176

³⁵ Ibidem p.177

³⁶ Molina, E. Sergio. “*El pos turismo. De los centros turísticos industriales a las ludópolis*”. D.R. Sergio Molina. México, 1998. p.17

código conceptual y operativo en el que dominan los principios de uniformización, de centralización y de maximización.”³⁷

Para Sergio Molina, “ la industria turística no es sinónimo de turismo. Puede afirmarse que el turismo es el todo y que una de las formas en que se manifiesta se le denomina industria. En todo caso la industria turística se relaciona con el negocio del turismo, con la parte operativa de un todo llamado turismo.”³⁸

Así mismo, señala y describe a manera de crítica, no sólo los factores que la integran, sino también, los principios que aplican y han orientado el diseño y operación de las actividades turísticas :

1.- “ Uniformización : promueve y justifica la producción seriada, la estandarización de servicios como uno de los logros mas trascendentales. Los turistas son considerados como demanda de similares gustos y preferencias, aun cuando sean individuos que provengan de grupos culturales diferentes.

2.- Especialización : La especialización persigue aumentar la eficiencia del trabajo disminuyendo costos, para lo cual se requiere dividir el proceso de producción en segmentos. Sin negar el valor de la especialización, cabe anotar que en el turismo, el trabajo rutinario restringido a ciertos límites, viene a empobrecer la relación entre un prestador de servicios y un turista.

3.- Sincronización : Se refiere a la coordinación necesaria que debe haber entre distintos trabajadores y unidades de producción, con el objetivo de obtener un producto determinado (cuarto de hotel, servicio de transporte de la residencia del turista a su hotel de destino).

4.- Concentración : Consiste en la agrupación de actividades en un espacio geográfico determinado, el cual normalmente se utiliza de forma intensiva. La intención es la de aumentar la eficiencia por el empleo de recursos, o en otros términos, con el deseo de elevar la rentabilidad financiera de las inversiones, lo que constituye la finalidad esencial del modelo.

³⁷ Ibidem. Pp.17-18

³⁸ Molina, E. Sergio. “*Conceptualización del turismo*”. Editorial Limusa. México, 1997. p.52

5.- Maximización : se refiere a dos ideas fundamentales, a) Maximización del beneficio, se privilegia la variable rentabilidad financiera de las inversiones sobre otras como calidad del servicios, buena imagen, hospitalidad, satisfacción del cliente-turista; b) Lo grande como sinónimo de lo bueno, así entendido, existe el concepto muy extendido de definir a un hotel de 1000 cuartos de mejor calidad que uno de 150. El tamaño del hotel sirve para determinar su calidad.

6.- Centralización : La toma de decisiones sobre cuestiones turística queda en manos de una autoridad, personal o institucional, que finalmente controla la orientación y el contenido del modelo industria turística.”³⁹

En resumen al turismo solo se le ha valorado como actividad economía capaz de generar impactos positivos en ese mismo ámbito: capta divisas, genera empleos y apoya el crecimiento de las regiones donde se explota.

Predomina la intención de obtener la mayor ganancia económica posible, como el mas alto propósito de las empresas del sector turismo.

El sujeto del turismo, es decir el turista, solo es apreciado por su capacidad de gasto, dejando de lado sus intereses, motivaciones y aspiraciones como individuo. Por lo tanto, solo se le atiende y privilegia cuando se cuantifica su valor económico.

Por otro lado, sin negar la importancia económica del turismo, también se puede ver y practicar como una posibilidad de crecimiento personal y desarrollo cultural integral que contribuya al enriquecimiento del sujeto del turismo. Tales propósitos pueden iniciarse con los niños de las escuelas primarias si los enseñamos a viajar a temprana edad, aun no como turistas, sino como excursionistas que complementan su instrucción escolar en el aula, con paseos o excursiones como talleres vivenciales donde practiquen valores personales y sociales que, posteriormente, los conviertan en mejores seres humanos y mejores ciudadanos.

³⁹ Ibidem. Pp.55-62

Debe rescatarse la máxima que sostienen que “Los Viajes Ilustran”. Para las autoridades estatales y municipales de Baja California, tanto del sector turístico, educativo y cultural, así como para las empresas turísticas, representaría una excelente oportunidad el aprovechar estas excursiones como una estrategia para crear “Valor público”.

Entendiéndolo como la forma en que el sector público produce valor, caracterizada por el dialogo con la comunidad, la participación de los distintos actores sociales, la observancia de la normatividad y el respeto a los valores constitucionales y democráticos. Esta noción se desarrolla más adelante en este mismo capítulo.

Origen, evolución y practica de los paseos escolares en el turismo.

A pesar de que el turismo es una actividad del mundo moderno y, particularmente el turismo masivo que logra su mayor esplendor a mediados del siglo XX, debido principalmente a la mejora de los medios de transporte, los avances en las tecnologías de comunicación y la mejora de las condiciones de vida de los habitantes de los países desarrollados. Los orígenes de los paseos escolares se remontan a Francia, posteriormente, estas ideas pasan a nuestro país y, durante el porfiriato fueron realizados intentos por establecer los paseos escolares como estrategias educativas. “Esta moderna práctica pedagógica puede situarse en Francia, desde la aparición del artículo del profesor Paul Berton, ‘L’enseignement par l’aspect á l’école primaire’, publicado en 1879, en la Revue Pédagogique, donde preconizaban el enriquecimiento de la educación con la práctica de paseos escolares, el fin era utilizar todo lo que llamara la atención de los niños, para lograr un verdadero aprendizaje práctico de las ciencias y la artes. Con este conocimiento, los alumnos podrían ser capaces de trazar sus propios itinerarios en una carta geográfica, evaluar las distancias y las alturas, conocer la composición de los terrenos y el funcionamiento de la maquinaria en los trabajos agrícolas, es decir reconocer el dominio del hombre sobre la naturaleza (Chanet, 1996:329). Una idea que será retomada durante el período porfirista, en el propósito general de los paseos escolares mexicanos cuyo objetivo fue lograr que el alumno aprendiera observando las costumbres y las riquezas del suelo para explicar su transformación con la industria.”⁴⁰

“La organización pedagógica y el plan de estudios de la escuela moderna mexicana se propuso como objetivo principal lograr el desarrollo intelectual, moral y físico de los alumnos, para ello se prescribió la práctica de la gimnasia, los ejercicios militares, el trabajo manual, la higiene en la escuela y la realización de paseos escolares. Esta última fue una de las innovaciones pedagógicas que se recibió con mayor entusiasmo debido a que representaba una actividad lúdica y

⁴⁰ Martínez, Moctezuma, Alicia. “Educar fuera del aula: los paseos esclares durante el porfiriato”. Revista Investigación Educativa. Mayo-Agosto 2002. Vol.7 Num. 15 p.280

de aprendizaje fuera de la disciplina impuesta en el aula escolar “[...] Nunca las lecciones de la escuela obtendrán su cabal perfeccionamiento, si no son completadas por la observación de la naturaleza [...] eso es lo que la escuela moderna exige, eso es lo que reclama la naturaleza infantil” (La enseñanza Normal, 1907:78).⁴¹

Alberto Correa, inspirado en la idea del pedagogo suizo Topffer, recomendaba a sus alumnos que admiraran el paisaje y las costumbres de las diversas regiones para que aprendieran del contacto con la naturaleza y la gente, pues el viajar representaba cambiar a un horizonte que permitía instruir deleitando, ya que de esta manera se sustituía el mundo artificial de la escuela por la naturaleza misma (Correa 1907: 5).⁴²

¿Qué puede aprender un alumno fuera de la escuela, templo especial consagrado a la enseñanza?. Se preguntaban los pedagogos de finales del siglo XIX en México. Su respuesta consideraba que el saber no es otra cosa que el conocimiento de las leyes naturales y la aplicación que de esas leyes había hecho el hombre para alcanzar su bienestar. Observar directamente la naturaleza para interpretar y aprovechar la vida que les rodeaba, era la mejor manera de obtener la ciencia teórica y la práctica. Para el aprendizaje la escuela y el libro representaban un auxiliar útil de los cuales no podía prescindirse, como tampoco podía prescindirse de todos los elementos que existían en la ciudad y en el campo. La geografía, la historia, la aritmética, el dibujo, las ciencias físicas y naturales, la agricultura, la industria, el comercio; todo lo que representaba el mundo físico y la actividad del hombre podía y debía estudiarse recorriendo los campos, visitando granjas, fábricas y museos. De esta manera podía contemplarse la topografía del país, la altura y la forma de las montañas, el manantial que daba nacimiento a un río, recorrer los bosques y las llanuras coleccionando plantas y animales y recogiendo muestras para obtener

⁴¹ Ibidem p.280

⁴² Ibidem

clasificaciones minerales que formarían parte del museo escolar, además que estarían presentes en la transformación de la materias primas en manufacturas con la fuerza que generan las máquinas “[...] palpando la agitada vida mercantil y las rudas pero tranquilas faenas del labrador” (Correa 1905: 15).⁴³

Con el paso de los años y al evolucionar al turismo hacia la especialización, tanto de los servicios como de las practicas de los turistas, se encontró que, en la actualidad ya no interesa tanto el turismo masivo sino el turismo por segmentos específicos de usuarios. Así surge el turismo de congresos y convenciones, el turismo cultural, el ecoturismo, el turismo de aventura, entre otros. Incluso, como una estrategia impulsada por los propios viajeros, que trata de oponerse al turismo masivo, surge lo que actualmente se conoce como turismo alternativo que, por definición, en sus practicas trata de impulsar los valores naturales y culturales en los propios turistas.

A tal grado ha llegado la especialización de los viajes turísticos, que incluso ha sido necesario identificar y atender a los segmentos de turismo estudiantil y turismo escolar infantil. Así se tiene que la importancia del turismo como medio para descansar, divertirse, educarse y renovar la energía creativa, se ha proyectado a todos los sectores de la sociedad haciendo surgir nuevas formas de utilizar el tiempo libre, que en el caso del turismo, se clasifican según la duración del viaje, lugar de destino, nivel socioeconómico del turista, forma de organización, motivo del viaje y medio de transporte utilizado, entre otros, dando origen a diversas modalidades de turismo.

El Turismo Masivo o Tradicional y el Turismo Alternativo son dos grandes tipos de turismo que incluyen múltiples modalidades, no obstante nuestro interés se centra en el Turismo Alternativo el cual puede clasificarse en Turismo Natural, Cultural, de Eventos y Otros.

⁴³ Ibidem pp.280-281

El Turismo Natural involucra “a todo el turismo directamente dependiente del uso de los recursos naturales en áreas alejadas de zonas edificadas o pobladas, lugares distantes y poco alterados por el paso del hombre incluyendo el paisaje, la topografía, la vegetación, los cuerpos de agua y a vida salvaje incluye: al turismo de aventura, ecoturismo, y turismo de naturaleza”.⁴⁴

“El Turismo Cultural lo constituyen personas que se desplazan con el objeto de autoeducarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a sitios de alto valor cultural, incluye el turismo arqueológico, rural, religioso y étnico”.⁴⁵

En el “Turismo de Eventos participan los interesados en experimentar eventos característicos de una zona en determinada época del año, como deportes, carnavales y festivales”⁴⁶. Y por último en la clasificación Otros se encuentra el Turismo Estudiantil, el Educativo, el Escolar Infantil, el de Excursión y el Recreativo, modalidades todas con diversos nombres, pero que en sus prácticas y fines son parecidas a los intereses de nuestro tema de estudio: Los recorridos turísticos culturales para niños de edad escolar primaria.

El turismo escolar infantil, se puede definir como un tipo de turismo alternativo en el cual los estudiantes se involucran en una combinación de actividades turísticas, educativas, recreativas y culturales, que les permiten experimentar algunos de los conocimientos que reciben en las aulas, mediante su participación en visitas guiadas a parques de atracciones, ranchos, balnearios, recorrer lugares de carácter histórico-cultural, recibir charlas educativas y visitar exposiciones monográficas.

⁴⁴ Rhodes, Espinoza. Allan R. “*Motivación of nature tourism*”. Ecoturismo Latino, turismo alternativo. (www.ecoturismolatino.com) México, 2003.

⁴⁵ Novo Valencia. Gerardo. “*Diccionario General de Turismo*”. Editorial Diana. México, 1977. pp.246

⁴⁶ Ecoturismo Latino. “*Turismo alternativo*”. (www.ecoturismolatino.com). México, 2003.

“El turista siempre se desplaza con la idea de culturizarse, pero si desde niño se le da la oportunidad de conocer la fuente donde están los elementos que producen la cultura, ésta vendrá más fácilmente. Así el Turismo Estudiantil, se convierte en un factor pedagógico y formador de cultura. El estudiante al observar y palpar el valor e importancia de las obras y de los sitios que ha visitado, aprenderá a quererlos. También el profesor podrá más fácilmente hacer las explicaciones de la materia que enseña.

El turismo en general y el estudiantil en particular, bien dirigidos y explicados se convierten en formadores de conciencia en el educando frente a fenómenos, que es además de disfrute y esparcimiento, factor de desarrollo económico.

El turismo así inducido, es decir desde la escuela, prepara mental y culturalmente al futuro ciudadano a entender la importancia del mismo para el desarrollo del país, y tendrá siempre clara conciencia frente al mágico fenómeno del turismo.

El turismo estudiantil debe promoverse intensamente pues lo que se aprende en la niñez y en la juventud, perdura para el resto de la vida. Cuando la lectura de textos y las explicaciones del maestro se constatan con la realidad se entiende mejor y se amplía el horizonte de la vida.

Un persona educada desde la niñez para formarse con conciencia frente al turismo, apreciará más y más, lo que el país posee y por supuesto lo va a querer eternamente”.⁴⁷

En una búsqueda bibliográfica y de publicaciones electrónicas, no se encontraron investigaciones o estudios relacionados con el turismo escolar o excursiones escolares en los *journals* y revistas especializadas en turismo, lo único que se encontró, fueron páginas de organizaciones, nacionales y extranjeras, que vía

⁴⁷ Ramírez Castellanos, Rafael. “Conciencia, Turismo y Desarrollo. Turismo Estudiantil”. (venezuelatuya.com/articulos/principal) Venezuela, Agosto 2003.

internet, ofrecen a escolares, viajes, paseos, excursiones o recorridos a atractivos turísticos, culturales, naturales y centros recreativos. En todos los casos las empresas o dependencias oferentes enfatizan la importancia de los recorridos, como una opción formativa, educativa y vivencial, a través de la cual, los estudiantes pueden descubrir la riqueza histórica, cultural y natural que ofrecen los destinos.

En la práctica, se encontraron páginas de internet de empresas y organizaciones que atienden a este segmento, mediante la oferta de paseos, excursiones o recorridos turísticos culturales, como las siguientes:

Operadora de Turismo Recreativo y Cultural García, en México D.F.⁴⁸, es una empresa que Ofrece a alumnos de escuelas y colegios, empleados de empresas y grupos en visitas o recorridos, servicios de transporte dentro y fuera de la ciudad, así como paquetes a granjas, zoológicos, parques ecológicos, centros recreativos y de diversión, museos, visitas a zonas arqueológicas, playas, ciudades coloniales y fabricas. Promete que los alumnos de escuelas y colegios podrán reforzar su nivel de aprendizaje, descubrir sus sentidos, ampliar conocimientos, desarrollar habilidades motrices y ampliar su formación educativa, ahorrando a todos los participantes el trabajo de organizar, reservar y adquirir entradas a los sitios

Paseos y salidas Montamarta⁴⁹ en Zamora España, es otra empresa que realiza Salidas anuales por aulas, ciclos o con todos los alumnos, con el objeto de conocer fuera del entorno próximo, lugares destacables por su historia, manifestaciones artísticas o características naturales, así como visitas a servicios o instalaciones que no existen en las localidades del ámbito provincial. Cuando la actividad es de carácter general no participan alumnos de preescolar. Se

⁴⁸ Operadora de Turismo Recreativo y Cultural: García. (www.transportescolares.com/paquetes.htm) México, D.F., 2003.

⁴⁹ Montamarte CRA. "Actividades. Paseos Escolares" Zamora, España. 2002.

privilegian las actividades por ciclos al ser más adecuadas por la coincidencia de intereses de los alumnos con edades similares. Los gastos originados por las actividades, tanto en la organización como en su desarrollo y los medios de transporte necesarios, corren a cargo del Centro, mientras que los de alimentación y otros gastos personales a cargo de los participantes. Se solicita a los padres de los alumnos colaborar en los gastos y en la atención y vigilancia, sobre todo en los de los cursos menores. Se procura que no haya discriminación económica ni de otro tipo para la participación del alumnado en la actividad.

Mochilazo⁵⁰, empresa ubicada en el Estado de México, ofrece excursiones en las que el alumno aprenderá e interpretará las relaciones del hombre con la naturaleza y su medio ambiente, son una experiencia única diseñada para lograr resultados de excelencia en el aprendizaje de las Ciencias Naturales y aumentará su conocimiento y asombro al sensibilizarse mediante el contacto directo con la naturaleza y la forma de vida de diferentes especies de animales exóticos, reforzando el sentido del cuidado y respeto por la naturaleza y la ecología.

Se concreta a organizar visitas dentro de la propia localidad, a lugares o establecimientos o actos destacables por una u otra razón. Las visitas son en función de la programación de las Unidades Didácticas, conmemoraciones u otros temas puntuales de interés formativo, cultural o recreativo para los alumnos(as).

Su organización y realización corre a cargo del tutor o tutores de la localidad que deciden sobre la conveniencia o no de la actividad y la temporalización de la misma, que debe figurar en la programación de las Unidades Didácticas. Pueden participar un grupo de alumnos o todos los de la localidad, a discreción de los tutores. Este tipo de actividades se suponen sin gastos o a cargo de las propias aulas.

⁵⁰ Mochilazo en el Estado de México. (mochilazo.com.mx) México, 2003.

Boomerang Viajes Solidarios⁵¹, es una empresa Argentina que ofrece viajes que constituyen una verdadera novedad dentro del tradicional Turismo Educativo. Se caracterizan por combinar actividades de la currícula escolar con acciones solidarias en la comunidad que es visitada; el viaje es cuidadosamente planificado teniendo en cuenta los requisitos del grupo de alumnos y docentes.

Para Boomerang Viajes, el Turismo Educativo es un sinónimo de Turismo Solidario, el cual puede ser una respuesta creativa e innovadora a la crisis que en el contexto actual se vive en Argentina, es una respuesta que permite crecer a los estudiantes y que, a la vez, les ofrece una práctica de cómo ser ciudadanos solidarios y activos para la sociedad.

La experiencia de Boomerang Viajes en grupos con los que ha implementado la propuesta, les ha permitido comprobar que si el alumno incorpora sus aprendizajes y los lleva a la práctica durante su viaje, mejora su rendimiento escolar. Si, por otra parte, integra esos aprendizajes en una actividad de servicio a la comunidad que visita, ejerce un protagonismo cívico y social de relevancia en momentos en que es necesario consolidar una profunda conciencia de solidaridad nacional, resultando la inversión redituable en todo los aspectos.

Boomerang Viajes es la primera agencia de turismo que pone en práctica esta modalidad de Viajes Estudiantiles que integran el aprendizaje y el servicio solidario y pone a disposición de la Institución Escolar su conocimiento y experiencia al servicio de un positivo desarrollo social.

Sus profesionales en Turismo cuentan con más de 10 años de experiencia en la conducción y programación de viajes educativos y cuentan con asesoramiento pedagógico.

⁵¹ Boomerang Viajes. (www.viajessolidarios@boomerangviajes.com.ar/vestudiantes/solidarios) Argentina, 2003.

Paseos Culturales en la ciudad de México⁵², es un programa coordinado por el INAH, que incluye recorridos con visitas a: Teotihuacán, el Convento Carmelita del Desierto de los Leones, Teopanzolco y el Palacio de Cortés en Cuernavaca, Tula, el Bosque de Chapultepec, Malinalco, Cuicuilco, Xochimilco, Cacaxtla, la Alameda Central, el Templo Mayor, Chapingo y Tlatelolco. También satisface solicitudes de paseos no establecidos en el programa.

Cada uno de los viajes es guiado por especialistas en educación y pedagogía, quienes cuentan con estudios profesionales en materias como la arqueología, la historia, la geografía, el arte, la etnología y la ecología. Los guías, están capacitados para mantener la atención de los niños y jóvenes; y para que en ellos se genere la confianza para participar en las actividades lúdicas y de reafirmación de los conocimientos que se realizan como parte de los paseos.

Mediante estos paseos los niños tienen la oportunidad no sólo de divertirse, jugar, correr, gritar, disfrutar del aire libre y los ambientes naturales, sino de reforzar los conocimientos adquiridos en aulas y libros, a través de la vivencia directa. A los niños, dice, les gusta mucho la arqueología y les emociona recolectar piedritas en los sitios, subir y bajar pirámides, entre otros juegos.

Al final de cada recorrido se les hace una evaluación que, desde luego, no parece examen sino es un juego en el que los niños y jóvenes intercambian sus conocimientos con el guía y otros participantes.

Los Paseos Educativos están abiertos a los planteles escolares, hijos de trabajadores, empresas e instituciones públicas y privadas. Se requiere de una inscripción previa. Hay tres diferentes paquetes: con autobús fuera de la ciudad

⁵² Amador, Judith. *“Entre palacios, trajineras, bosques y pirámides: una opción para vacaciones”*. Dirección de Paseos Culturales, INAH. (www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/diarios/060789/paseos.edu) México, 2003.

de México, dentro, y sin autobús. El costo incluye servicio de exposición, coordinación y entradas a zonas arqueológicas y museos del INAH.

El Turismo Educativo Infantil del Estado de Puebla⁵³, es un Programa que la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Educación Pública del estado, coordinan bajo los siguientes lineamientos.

a) Fomentar en los niños de los municipios con vocación turística el ejercicio del turismo infantil para fortalecer la cultura que promueva el desarrollo turístico regional, estatal y nacional;

b) Promover y custodiar el acervo cultural-turístico del Centro Histórico, llamados “Ángeles de la Cultura Turística” con el apoyo de los jóvenes del municipio de Puebla.

El programa de Turismo Educativo opera en 59 municipios con vocación turística que integran los tres circuitos turísticos del estado: Angelópolis, Sierra Mágica y Mixteca Poblana, participan niños y docentes de 5º y 6º año de primaria en diversas actividades planeadas y ejecutadas coordinadamente entre la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Turismo, con el apoyo de prestadores de servicio social de la carrera de turismo, procedentes de diferentes universidades de la entidad.

Al revisar el papel que desempeñan los Directores de escuelas primarias en Tijuana, queda claro que cada director es directivo público, “ lo es porque dispone de un conjunto de recursos públicos que le han sido confiados para su administración. Es responsable del uso de estos recursos en beneficio del municipio y de sus ciudadanos. Se supone que una de sus tareas como directivo consiste en encontrar el modo de generar el máximo valor posible a partir de estos recursos.”⁵⁴

⁵³ Secretaría de Turismo y Secretaría de Educación del Estado de Puebla. “*Turismo Educativo Infantil*”. 2003.

⁵⁴ Moore, Mark H., “Gestión Estratégica y creación de valor en el Sector Público”. Países, Barcelona, España. 1998. Pp. 40-41

Para los administradores públicos de Baja California y de sus municipios, incluidos los directores de escuelas primarias, de los sectores turismo, educación y cultura, así como para los empresarios, resulta una excelente oportunidad el aprovechar las excursiones escolares como una estrategia para crear “valor público”, es decir, pasar de la visión de realizar excursiones para generar un ingreso y realizar una mejora material a sus planteles, a una visión estratégica donde a partir de la innovación y establecimiento de redes entre los actores participantes, estas mismas excursiones generen resultados socialmente aceptables para la comunidad.

Es importante reconocer que los directores de escuela realizan un esfuerzo importante para atraer recursos adicionales a los que les son asignados, sin embargo, “ No basta con decir que los directivos públicos crean resultados valiosos, sino que deben ser capaces de demostrar que los resultados obtenidos se pueden comparar tanto al coste del consumo privado como con la libertad del mismo a la hora de producir los resultados deseados. Solo entonces pueden estar seguros de que se ha producido algún valor público”⁵⁵

Por lo tanto, hay que considerar si los directores de escuela organizan excursiones con costos de mercado o con costos preferenciales para maximizar los recursos que obtendrán para mejorar sus planteles educativos, o bien, son una estrategia menos agresiva para los padres de familia que aceptan de mejor manera pagar el costo de una excursión que aportar una cuota directa más para dichas mejoras. “Las administraciones públicas crean valor a través de transacciones individuales con los ciudadanos (garantizando sus derechos, prestándoles servicios o a través de transferencias monetarias).”⁵⁶

⁵⁵ Ibidem. P.61

⁵⁶ Ezebarria Koldo, Mendoza Xavier. “La especificación de la Gestión Pública: el concepto de Management Público”. BID. Departamento de desarrollo sustentable. Gestión Pública. P.7 <http://www.iadb.org/sds/doc/sgc-koldo2-5.pdf>

Pero también crean valor en otras formas, en el caso que nos ocupa, se pueden crear beneficios colectivos no solamente para los niños que participan en las excursiones, sino para la comunidad ya que esos mismo viajes pueden crear una especie de red de protección y enriquecimiento social, educativa, ambiental, económica y cultural de la sociedad fronteriza.

Para hacer posible dicha transición, se necesita hacer patente a los directivos públicos, la necesidad de contemplar su quehacer bajo un “Nuevo marco de responsabilidad basado en la exigencia de resultados, frente a la mera conformidad formal del procedimiento en la que se agota el modelo burocrático. Este nuevo marco supone 3 pilares:

- a) El poder de los directivos. El reconocimiento y fortalecimiento de los directivos como actores con sentido y responsabilidad propia.
- b) Reconocimiento de los subsistemas de gestión. Delimitación de los subsistemas de gestión. Promover la identificación de centros, unidades o agencias bajo la contrapartida de sistemas de medición de recursos, objetivos, resultados y mecanismo de planificación y control de gestión.
- c) El control por el mercado. Desde una perspectiva de la oferta, la transición al mercado implica la sustitución de la jerarquía por competencia entre proveedores; desde una perspectiva de la demanda, el mercado significa otorgar a los consumidores (usuarios) de los servicios públicos una mayor influencia, mediante la ampliación de los derechos de elección, información, participación y reclamación.”⁵⁷

⁵⁷ Longo, Martínez Francisco, Echeverría A. Koldo. “La nueva gestión pública en la reforma del núcleo estratégico del gobierno: experiencias latinoamericanas. BID. Departamento de Desarrollo Sostenible. Nov. 2000. Pp. 5-6 http://www.iadb.org/sds/scs/site_4638.htm

Este nuevo marco implica que los directores de escuelas primarias acepten que las excursiones se realizan a iniciativa de ellos mismos o de sus profesores; que su esfera de gestión se debe ampliar e incluir no solamente a las autoridades educativas, sino a los institutos municipales de arte y cultura del municipio que le corresponde, el Instituto de Cultura de Baja California; la Secretaria de Turismo de Baja California, departamento de cultura turística y capacitación y el programa “*Se turista en tu Estado*”; las universidades públicas y privadas, con los programas educativos que apoyen estas actividades: Educación, Turismo, Administración, etc., así como con los programas de servicio social comunitarios y servicio social profesional; las asociaciones de prestadores de servicios turísticos tales como transportistas, museos, servicios de alimentación, etc; asociaciones civiles que apoyen o puedan apoyar este tipo de esfuerzos y, con las asociaciones de padres de familia.

Esto permitiría iniciar un proceso de planeación a partir del cual las escuelas primarias plantearían sus necesidades y generar una competencia entre proveedores; asimismo, establecer mecanismos de control de gestión que permita obtener y medir los recursos, objetivos y resultados esperados a partir de la visión de crear valor público. Así, los padres de familia podrían participar en las decisiones de elegir proveedores, acceso a la información para tomar mejores decisiones e incluso participar activamente en las excursiones y avalar o rechazar los resultados obtenidos.

Sin duda esta nueva visión de los directivos públicos al tener mayor autonomía, los obliga a complementar sus propuestas con nuevas formas de control:

- “Control de resultados, realizado a partir de indicadores de desempeño estipulado de forma precisa en los contratos de gestión.
- Control contable de costos, que abarcará no sólo el control de los gastos realizados, sino también el descubrimiento de formas más económicas y eficiente de hacer cumplir las políticas públicas.

- Control por competencia administrada, o por cuasi-mercados, en los cuales las diversas agencias buscan ofrecer el mejor servicio a los usuarios.
- Y por último, control social, por medio del cual los ciudadanos evaluarán los servicios públicos o participación en la gestión de los mismos.”⁵⁸

Para transitar hacia la creación de valor público a través de las excursiones escolares, los directivos deberán iniciar un proceso de planeación estratégica, tomando como base dos factores importantes: primero, reconceptualizar el carácter y la función de las excursiones escolares para los propios estudiantes y para la comunidad, segundo, establecer un proceso de adaptación creativa, estableciendo la necesidad de obtener cooperación entre las distintas organizaciones públicas, privadas y sociales a fin de concretar el proceso de planeación estratégica, es decir, concebir a las excursiones escolares como actividades asociadas a los contenidos académicos de los cursos de primaria y estrategias formativas multifinalitarias, que permitan crear valor público bajo la perspectiva antes mencionada. Además especificar las características del valor público que se desea generar y, establecer los indicadores para medir el valor público generado.

Por otro lado, se deben identificar los distintos actores, públicos, privados y sociales, a los que se considerará en la participación de este nuevo enfoque, y establecer su grado y factibilidad de participación.

Estas nuevas funciones y actividades, requerirán de directores creativos y prácticos en sus tareas que “Al concebir el valor público deben encontrar una manera de integrar la dimensión política, la dimensión sustantiva y la dimensión administrativa”.⁵⁹ Es el momento de delinear el esquema de aplicación directa del nuevo esquema de excursiones, que dará la pauta para el diseño del nuevo

⁵⁸ Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo “Una nueva gestión pública para América Latina”. Octubre de 1998. Pag. 17.

⁵⁹ Moore, Mark H. Op. cit. P. 47

modelo operativo, y consiste en “Identificar las funciones y tareas clave que deben llevar a cabo para definir y realizar su visión.

Destacan especialmente tres aspectos diferentes de su trabajo:

- a) El análisis del valor de su propósito deseado
- b) La gestión hacia arriba, con el fin de obtener del entorno político la legitimidad y apoyo suficientes para su propósito; y
- c) La gestión hacia abajo, intentando mejorar las capacidades de la organización para conseguir los propósitos deseados”⁶⁰

Ante esta noción y considerando que, las excursiones escolares se ubican dentro del sector turismo, que el turismo es una actividad económica multisectorial y una actividad compleja, y que se han identificado diversos actores públicos, privados y sociales que intervendrán en el nuevo modelo, se recomienda incorporar un cuarto aspecto. La transversalidad, que “Equivale al reforzamiento de la coordinación horizontal o lateral. Supone la búsqueda de causas de relación entre unidades, sin ascender por la línea de mando, ni arrebatar la capacidad de decisión a la base. Es una apuesta por la convivencia de la especialización, que favorece a la profundidad de los conocimientos aplicándolos a los problemas, con la interdisciplinariedad en su tratamiento. Puede aplicarse tanto en el interior de una misma organización, como entre diferentes organizaciones, atravesando sus fronteras por la base de la estructura para contribuir a la gestión conjunta de entornos compartidos”.⁶¹

Es evidente que los actores públicos, privados y sociales identificados en este apartado, se relacionan o asocian en mayor o menor medida con las excursiones que realizan las escuelas primarias, lo que no queda tan claro es si las reconocen como una oportunidad para cumplir con sus misiones y visiones y sumarse a las gestión conjunta de ese entorno emergente compartido, lo cual se puede obtener

⁶⁰ Ibidem. P. 48

⁶¹ Echebarría A. Koldo. “Capital Social, Cultural Organizativa y Transversalidad en la Gestión Pública”. Panel Capital Social. VI Congreso Internacional del Clad sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública. Buenos Aires, Argentina, 5-9 Noviembre 2001. P.12.

mediante procesos de gestión estratégica, tratando de eliminar la polarización y dispersión de los actores y alineando la necesidad de compartir un propósito común, solo de este modo se generará la visión de la obra común privilegiando la consideración de la totalidad sobre la lógica de actuaciones parceladas.

CAPITULO II

JUSTIFICACIÓN

La importancia, efectos positivos y relaciones del turismo nacional, el desarrollo social y cultural, educación y turismo estudiantil o de excursión, son ampliamente reconocidos tanto por estudiosos en la materia como en los documentos de política turística vigentes, ya que “El turismo es una actividad económica de relevante importancia, determinada, en parte, por su contribución a la generación de riqueza y empleo y en parte por su importante efecto de arrastre sobre otros sectores, que le confieren un carácter estratégico de primera magnitud. El turismo proporciona además un efecto positivo en el desarrollo de infraestructuras y servicios públicos, su aportación a la convergencia social también es positiva, ya que la libre circulación de turistas lleva aparejado el intercambio de tradiciones, culturas y favorece el acercamiento de los pueblos, la modernización de la sociedad y el desarrollo económico de las regiones”.⁶² Aunado a lo anterior, se destaca al turismo como elemento de crecimiento personal y cohesión social debido a que “ promueve la identificación e integración, solidifica las tradiciones y la herencia cultural, actuando en aspectos tan importantes como la utilización del tiempo libre y las nuevas formas que han tomado las técnicas pedagógicas y de aprendizaje en general. Intrínsecamente, tiene la capacidad de generar diferentes valores individuales, entre los que se destacan:

- a) El elemento socializante, pues en el encuentro entre los hombres se descubren capacidades y otras formas de interpretar, de ver y de sentir.
- b) El elemento auténtico de conocimiento, ya que se amplía el marco de referencia individual en el contacto con la naturaleza y con las condiciones de tipo económico y social, en el conocimiento de los resultados del ingenio de los hombres precedentes y contemporáneos, y en el hecho de estar inmerso en realidades diferentes de las propias de la experiencia cotidiana.

⁶² Prados Pérez, Elisa. “*Turismo Cultural. Un segmento turístico en expansión*”. Congreso Virtual de Turismo Cultural (www.naya.org.ar). Argentina, Octubre, 2001.

c) El factor cultural, en el contacto con los patrimonios artísticos, arqueológicos, literarios, religiosos, ideológicos, folklóricos y demás formas expresivas de la humanidad.”⁶³ Como actividad multifactorial, el turismo permite el desarrollo de las comunidades receptoras “ Al ofrecer una experiencia personal no sólo acerca de lo que se percibe del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y de la cultura. El Turismo puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Por su propia naturaleza, el Turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas.”⁶⁴

En este contexto, los beneficios que aporta la práctica del turismo estudiantil a la formación integral de los estudiantes de diferentes niveles educativos, quedan de manifiesto al entenderse como “El practicado por grupos de estudiantes, que en compañía de profesores y con la organización de técnicos en la materia, visitan sitios históricos, museos, parques, monumentos, ambientes naturales de importancia, playas, montañas, llanuras etc. Este tipo de turismo es de suma importancia y si es debidamente planificado se convierte en oportunidad para ampliar conocimientos que forman parte de la educación de los jóvenes. Así mismo les permite conocer de cerca ciertos sitios y actividades de los que solamente se han enterado en forma somera por explicaciones de cátedra.”⁶⁵

La relevancia de la practica del turismo por parte de los niños, también es reconocida por algunos organismos estatales de turismo de nuestro país, particularmente por las autoridades de Puebla, al afirmar que “Promover el

⁶³ Ripol, Graciela. “*Turismo Popular. Inversiones Rentables*”. Editorial Trilla. México, 1986. p.35.

⁶⁴ ICOMOS. “Carta de Turismo Cultural”. España, Noviembre, 1997. (www.icomo.org/tourism/tourism-sp.html).

⁶⁵ Ramírez, Castellano Rafael. “*Conciencia, Turismo y Desarrollo. Turismo Estudiantil*”. (venezuelatuya.com/articulos/principal) Venezuela, Agosto 2003.

ejercicio de la actividad turística infantil es ejercer el derecho de los niños a la educación, al descanso, y al esparcimiento, también es fomentar la cultura de las tradiciones y los valores nacionales, pero algo que se debe observar con detenimiento es que, realizar esta actividad depende de las posibilidades de ejercerla y por lo tanto está relacionada con la profunda desigualdad que caracteriza a la sociedad mexicana.

En esta perspectiva proponer la formación de una cultura turística no sólo beneficia al desarrollo económico regional, sino que contribuye a mejorar la calidad de vida, al posibilitar la adquisición de desempeños socialmente necesarios y el cumplimiento de propósitos nacionales de justicia, bienestar económico, social y cultural de los niños”.⁶⁶

En el ámbito educativo, un programa de recorridos turísticos culturales para estudiantes de nivel básico, también encuentra su justificación en el Artículo 7o. Fracción III de la Ley General de Educación que plantea el imperativo de “Fortalecer la conciencia de la nacionalidad y de la soberanía, el aprecio por la historia, los símbolos patrios y las instituciones nacionales, así como la valoración de las tradiciones y particularidades culturales de las diversas regiones del país”.⁶⁷

De igual forma el Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica plantea que “Todo niño debe adquirir un conocimiento suficiente de las dimensiones naturales y sociales del medio en que habrá de vivir así como de su persona, por lo que los organismos educativos estatales deberán incluir en los planes de estudio contenidos, materiales y objetivos educativos que aseguren al estudiante el mejor conocimiento de la historia y geografía, el civismo, las

⁶⁶ Turismo Educativo Infantil, Secretaría de Turismo y Secretaría de Educación Pública del Estado de Puebla.

⁶⁷ Ley General de Educación. Diario Oficial de la Federación. México, 13 de Julio de 1993.

costumbres y tradiciones, la diversidad ecológica y la protección del medio ambiente y los recursos naturales del estado en el que habitan”.⁶⁸

El turismo y por ende las excursiones, tienen lugar y se manifiestan en el ámbito municipal, sin embargo, como se verá más adelante, apenas se han iniciado las acciones para que los municipios participen en el diseño de estrategias y acciones turísticas en su esfera de competencia.

A pesar de esta limitación, la ley federal de turismo, en su capítulo II del turismo social, establece los mecanismos de coordinación que han permitido a los Estados y Municipios presentar este tipo de iniciativas. “Artículo 9.- el Turismo Social comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados, y con discapacidad viajen con fines recreativos, deportivos y/o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.

Las dependencias y las entidades de la administración pública federal, coordinarán y promoverán sus esfuerzos entre ellas y con los de los gobiernos estatales y municipales, y concertarán e inducirán la acción social y privada, para el desarrollo ordenado del turismo social”⁶⁹

“Artículo 11.- La Secretaría, con el concurso de las dependencias y entidades mencionadas en el Art. 9., promoverán la suscripción de acuerdos con los prestadores de servicios turísticos por medio de los cuales se determinen precios y condiciones adecuados, así como paquetes que hagan posible el cumplimiento de los objetivos de este capítulo, en beneficio de grupos de obreros, campesinos, infantiles, juveniles, burocráticos, magisteriales, de personas con discapacidad, de estudiantes, de trabajadores no asalariados y otros similares”.⁷⁰

⁶⁸ SEP. “Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica”. Poder Ejecutivo Federal. México, 2000-2006.

⁶⁹ Ley Federal de Turismo. Diario Oficial de la Federación. México, D.F., 31 de Diciembre de 1992.

⁷⁰ Ibidem.

En este contexto, son los gobiernos locales quienes nos han aprovechado estas oportunidades para incorporar cuestiones emergentes en las agendas públicas, como la creación de valor público a través de las excursiones escolares. “Las políticas locales ya no pueden tratar dichas cuestiones (las emergentes) desde concepciones clásicas: la innovación democrática, la articulación de redes, la activación del capital social... ya no operen como referentes normativos sino como valores practicables y hasta requisitos para la resolución eficaz de problemas”⁷¹

El reto queda a disposición de los actores locales: directivos públicos, organizaciones civiles y empresas privadas, que quieran asumir un papel activo e innovador para desarrollar el nuevo esquema de excursiones escolares.

Los argumentos presentados, justifican de manera suficiente la realización de un estudio y la elaboración de una propuesta que permitan disponer de información básica para llevar a la práctica este programa, procurando lograr los máximos beneficios para los participantes.

Por otro lado, vale la pena mencionar que el total de alumnos inscritos en el nivel primaria en el municipio de Tijuana, asciende a 144,157. Que incluye los sistemas estatal y federal. Las evidencias empíricas señalan que generalmente las escuelas primarias del municipio, incluso en las de todo el estado, organizan paseos a los parques temáticos del sur de California : el Zoológico, Parque Balboa y el Sea World de San Diego; Disneylandia, Magic Mountain, Knott’s Berry Farm, entre otros, de Los Ángeles. Ambas ciudades del Sur de California.

Para la realización de estos paseos y la internación temporal de los niños de las primarias, bastaba que las autoridades educativas tramitaran una visa grupal para los escolares, lo que les permitía visitar y regresar el mismo día aún cuando no

⁷¹ Blanco, Ismael. Richard Goma. “Gobiernos locales y redes participativas: Retos e innovaciones”. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. Revista Reforma y Democracia. No. 26 Junio 2003. Caracas, Venezuela. P.1

tuvieran pasaporte y visa vigentes. Dicho trámite se realizaba ante las autoridades del Servicio de Inmigración y Naturalización de los Estados Unidos (INS por sus siglas en inglés). Estos permisos se ubicaban dentro del Programa Binacional de Niños y se clasificaban en permisos de carácter cultural o educativo, otorgándose exclusivamente para menores matriculados en escuelas públicas. Además, diversas empresas estadounidenses apoyaban programas para que niños mexicanos visitaran museos y parques de diversiones, ya sea ofreciendo entradas gratis a todos los estudiantes de Baja California, o bien, ofreciendo boletos de entrada a precios especiales, situación que las asociaciones de padres de familia, profesores y directores de las escuelas de Tijuana, aprovechaban para obtener ganancias que eran invertidas en realizar mejoras a las instalaciones e infraestructura de sus planteles. Esta práctica estuvo vigente por casi 35 años, hasta Octubre del 2002.

A raíz de los atentados terroristas del 11 de Septiembre del 2001, contra las torres gemelas de Nueva York, Estados Unidos, la oficina del Servicio de Inmigración y naturalización de los Estados Unidos, decidió suspender el otorgamiento de permisos a visitantes que no contaran con pasaporte y visa vigentes. Las consecuencias para Tijuana y para los estudiantes de nivel primaria fueron inmediatas, “ El efecto dominó es fulminante:

- 1.- Miles de niños bajacalifornianos dejarán de visitar museos y parques de diversiones [Ubicados en el sur de California].
- 2.- Las asociaciones de padres de familia, profesores y directores tendrán de suspender obras de construcción y remodelación en escuelas primarias.
- 3.- Las pérdidas para museos, parques de diversiones y establecimientos comerciales de California ascenderán a 35 millones de dólares al año.”⁷²

La medida causó gran malestar entre la población tijuanaense, ya que indirectamente se consideraba a los niños bajacalifornianos terroristas en

⁷² González, Delgado, Hector J., “Ya no dan visas a niños sin pasaporte”. Semanario ZETA. No.1494. 15 al 21 de Noviembre del 2002. Sección reportaje. Tijuana, B.C., México.

potencia que podrían representar un peligro para la seguridad del país del Norte. Sin embargo, en el lado mexicano también se vieron afectados algunos negocios relacionados con estos paseos. Además de las obras en las escuelas, los transportistas de Baja California resintieron la medida al reducirse el volumen de solicitudes de las escuelas primarias para transportar niños en sus paseos, así como a las empresas que realizaban las remodelaciones o ampliaciones en los planteles escolares, evidenciándose una limitada o nula capacidad de gestión por parte de los directores de escuelas primarias y de los empresarios del sector para establecer propuestas emergentes.

Otro aspecto que resalta a nivel local, lo constituye el flujo de visitantes, nacionales y extranjeros que cruzan la frontera por diversos motivos desde los que realizan turismo, recreación, visitas para realizar compras, visitas a familiares y amigos, hasta los que se desplazan para trabajar.

En el caso de los visitantes por turismo y recreación, destaca el hecho de que en las estadísticas oficiales de los organismos públicos que se ubican en Tijuana, Comité de Turismo y Convenciones y la Secretaría de Turismo de Baja California, no aparecen contemplados los menores de edad como un segmento que debe analizarse al realizar los estudios del perfil del visitante a la ciudad.

En el caso del Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, realiza un sondeo mensual del perfil del visitante extranjero que llega a la ciudad, diferenciado por que pernocta en la ciudad y visitante que no pernocta y solo realiza visitas por horas. En este caso, ni siquiera se incluye la variable edad del visitante. Algunos de los resultados de las características del visitante sin pernocta son “ el 76 % de los visitantes no pernoctaron en la ciudad; su estancia promedio fue de casi 3 horas; el gasto promedio por visitante fue de \$ 49.8 Dólares americanos; el 26.4% visita la ciudad cada semana y el 39.6% cada mes”.⁷³

⁷³ “*Perfil del turista extranjero que visita la ciudad de Tijuana*”. Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana. Septiembre del 2001.

En el caso de las estadísticas de la Secretaría de Turismo de Baja California, si se incluye la variable edad en las estadísticas del perfil del visitante a Tijuana. Los rangos de edades que manejan en su encuesta son:

Tabla # 2 ⁷⁴

Rangos de edad
15 a 24 Años
24 a 34 Años
35 a 49 Años
50 Años ó mas

En ninguno de los casos anteriores, las estadísticas permiten identificar, dimensionar o proyectar el valor del mercado del segmento de los niños que visitan Tijuana. Además, tampoco se incluyen en los reportes de residentes del municipio que salen con fines de turistas o excursionistas hacia el sur de California.

A pesar de que la política turística en México se orientó, por varias décadas, al mercado extranjero de alto gasto, queda plenamente justificado tratar de llevar los beneficios del turismo a otros sectores de la población, con los beneficios económicos, sociales, ambientales, educativos y culturales que provocaría esta nueva política. La cual se reconoce no únicamente en los planes y programas nacional, estatal y municipal, sino también en la leyes de educación y de turismo.

Lo antes expuesto se fundamenta en el marco de las políticas turísticas vigentes en nuestro país las cuales se describen a continuación.

⁷⁴ SECTUR de Baja California. *“Perfil del visitante al estado de Baja California”*. 2000.

Políticas turísticas actuales.

El turismo ha cobrado capital importancia para nuestra país, razón por la cual se abordarán los documentos de planeación que identifican los objetivos, estrategias y líneas de acción, en el ámbitos federal el Plan Nacional de Turismo (PNT); a nivel estatal el Programa Integral de Desarrollo Turístico para Baja California (PROIDET); y a nivel municipal el Plan Municipal de Desarrollo Turístico de Tijuana (PMD). En dichos documentos se hace referencia explícita a los elementos centrales incluidos en el presente estudio: turismo, importancia económica nacional, segmentos especiales de viajeros, participación de los residentes no solo en la definición de la política turística, sino en la practica de esta actividad, generando beneficios económicos, culturales y sociales.

El Programa Nacional de Turismo 2001-2006.

El PNT establece como primer objetivo sectorial el diseñar e impulsar una política de Estado en materia turística. Durante varias décadas se ha hablado de la importancia del turismo para nuestro país, pero ahora mas que nunca se las acciones que permiten considerarlo una prioridad nacional, razón por la cual el gobierno federal a través de la SECTUR ha considerado que “ Aunque el carácter protagónico del turismo como factor de desarrollo social y económico para el país debiera estar fuera de discusión, en los últimos años el rol asignado al turismo desde la perspectiva gubernamental ha sido contradictorio; quizá porque se ha percibido con ciertos visos de superficialidad.

Por un lado, el discurso oficial manifestó que se le asignaba un espacio de privilegio, pero por otra parte, en la práctica, no se le otorgaron los apoyos que demandaba, ni en lo económico, ni en lo político.

El compromiso de la presente Administración es el de romper esta contradicción, situando al turismo como una alternativa real para alcanzar el crecimiento con

calidad, a través de la articulación de una política de Estado en favor de su desarrollo.”⁷⁵

Para hacer efectiva la política de estado en materia turística, se promovió la reforma al Artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y fue turnada a la Cámara de Diputados y el 19 de Septiembre del 2002, “ El pleno de la Cámara de Diputados aprobó por unanimidad el dictamen que reforma y adiciona la fracción XXIX-K al Artículo 73 Constitucional, con ello se faculta al Congreso de la Unión para legislar en materia de turismo.

La reforma constitucional reconoce al turismo como una prioridad nacional, y con ello se fortalecen las relaciones interinstitucionales entre las diversas dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal y municipal Dicha reforma fue aprobada por 344 votos a favor y una abstención, de una asistencia de 398 diputados. El documento fue enviado al Senado de la República para su análisis y ratificación.”⁷⁶

La iniciativa fue recibida por el Senado y el 24 de Octubre del 2002, “ por unanimidad, el Senado de la República aprobó la iniciativa que reforma y adiciona la fracción XXIX-K al artículo 73 constitucional. Al respecto, la Secretaria de Turismo, Leticia Navarro, manifestó su amplio reconocimiento al trabajo realizado por las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales, Turismo y Estudios Legislativos de ese Cuerpo Colegiado, y señaló que la decisión del Poder Legislativo está en plena coincidencia con los criterios que sostiene el Ejecutivo Federal sobre la materia.”⁷⁷

⁷⁵ SECTUR. *“Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Política Turística”*. Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.

⁷⁶ Navarro, Leticia. *“Unánime aprobación de la Cámara de Diputados Reformadle Artículo 73 para dar al turismo rango de constitucional”*, Secretaría de Turismo Federal. México, D.F. 24 de octubre de 2002. Comunicado de Prensa 124/02.

⁷⁷ Navarro, Leticia. *“Aprobó el senado de manera unánime reforma al artículo 73 Constitucional en materia de turismo”*. Secretaría de Turismo Federal. México, D.F., 19 de noviembre de 2002. Comunicado de Prensa 137/02.

El siguiente paso en esta reforma, consiste en que la mayoría de los Congresos Estatales aprueben estas modificaciones. De hecho, el pasado mes de Diciembre del 2002, en el marco del Sexto Congreso de la Comisión Nacional de Legislaturas Estatales en Materia de Turismo, se informó que los Estados de Campeche, Zacatecas y Querétaro habían aprobado dicha iniciativa.

Una de las principales ventajas que esta reforma traerá a los estados de la república en materia turística, es que incorpora a las legislatura locales para destacar y privilegiar la participación del municipio en el diseño de estrategias y acciones locales, ya que es el nivel de gobierno y su territorio, donde verdaderamente se realiza el hecho turístico.

Por otro lado, al referirse al turismo nacional, el PNT establece que impulsará el desarrollo del turismo doméstico, resaltando que “ el turismo de los mexicanos debe ser medido por su enorme aportación a la redistribución del ingreso y por constituir un importante elemento para la difusión de la cultura, creando un sentido de orgullo y pertenencia a nuestro patrimonio, fortaleciendo la identidad nacional y contribuyendo a la convivencia familiar. Los programas para el desarrollo del turismo doméstico habrán de tomar en cuenta las particularidades propias de la demanda, adaptando las características del producto, su distribución, difusión y comercialización para que responda de manera amplia a todos los nichos y segmentos del mercado. Solamente de esa forma se podrá garantizar el derecho de los mexicanos a la recreación y al turismo; Por lo tanto se requiere un importante esfuerzo de parte de todas las entidades del sector turístico para ampliar estas posibilidades a otros sectores de la población, como pueden ser los casos de estudiantes, minusválidos y adultos en plenitud. El turismo doméstico debe ser, al igual que lo que ocurre en países líderes del turismo como Estados Unidos, España y Francia, el pilar de la industria turística mexicana.”⁷⁸

⁷⁸ SECTUR. “Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Turismo Doméstico”. Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.

Sin embargo, el citado documento reconoce que “el mercado doméstico de viajes presenta un problema de desarticulación de la oferta, en la que no existen suficientes productos armados que respondan de manera clara a las características de la demanda, en cuanto a su calidad y cantidad, por lo que los existentes resultan poco atractivos y difíciles de comprar para la población local”.⁷⁹ Como solución a dicho problema establece como una de sus estrategias, la de “diseñar y operar un programa para el turismo social, el cual deberá considerar, entre otros aspectos, la creación de oportunidades para el disfrute de sitios con alto valor natural, histórico y cultural; la organización e integración de la oferta sobre servicios, paquetes y recorridos en apoyo a mercados específicos y la difusión amplia y eficiente de la misma, a través de mecanismos promocionales”⁸⁰.

El Programa Nacional de igual forma señala entre sus acciones la de “fortalecer la relación con organismos y empresas del sector público, social y privado, que presten servicios turísticos para reorientar y fortalecer programas para el turismo social, así como impulsar la firma de convenios con organismos y empresas de los sectores público, social y privado que presten servicios turísticos para el desarrollo ordenado del turismo social”.⁸¹

Para llevar a cabo estos propósitos, el PNT establece como objetivo el contribuir a la organización de la oferta turística para el mercado nacional y, señala como línea de acción “ Fomentar la adecuación de la oferta turística para segmentos especiales”⁸²

Además, para atender particularmente la frontera norte de México, el PNT incluyó el PROGRAMA FRONTERAS, el cual esta integrado y abarca los estados de : Baja California, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sonora y

⁷⁹ Ibidem

⁸⁰ Ibidem

⁸¹ Ibidem

⁸² Ibidem

Tamaulipas. En las ciudades fronterizas de esos estados existen 47 puentes y cruces fronterizos, por tal razón y debido a la función turística que desempeñan se consideran destinos de viajes y ciudades de tránsito para el turismo que se interna a nuestro país.

El objetivo fundamental de este programa establece que se debe “Posicionar a los estados de la frontera norte de México como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con clara identidad nacional coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.”⁸³

Para el cumplimiento de este objetivo, señala los segmentos de mercado a los que podrían dirigirse los esfuerzos turísticos :

“ Turismo Cinegético

Pesca deportiva

Turismo Social

Turismo de Aventura

Congresos, convenciones y exposiciones

Turismo Náutico

Playas

Turismo de Negocios “⁸⁴

Todos estos segmentos del mercado se refieren a los ciudadanos de los Estados Unidos de Norteamérica, con lo que se refuerza la práctica de la dependencia del mercado externo, desconociendo la valía del mercado nacional y de otros segmentos emergentes que, si bien no captan divisas, también son importantes ya que pueden realizar su gasto en territorio mexicano y contribuir a reactivar el turismo en el estado y beneficiar la balanza turística de Baja California.

⁸³ SECTUR. “Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Desarrollo Turístico”. Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.

⁸⁴ Ibidem p.70

Programa Integral de Desarrollo Turístico para Baja California 2002-2007.

El PROIDET se plantea como misión “ Fomentar el desarrollo de la actividad turística en el Estado de manera sustentable, impulsando la implementación e integración de productos turísticos de calidad y la promoción de proyectos estratégicos que estimulen la participación de la sociedad y el respeto al medio ambiente, promoviendo la consolidación de una cultura turística que contribuya a posicionar a Baja California como uno de los principales destinos turísticos del país.”⁸⁵

Sin embargo, reconoce que la escasa información referente a la importancia económica, social, cultural y ambiental del turismo en el estado, es uno de los factores principales que ha inhibido el desarrollo de esta actividad en el Estado. Por lo cual plantea como objetivo sectorial el sensibilizar a la sociedad y el gobierno acerca de la importancia del turismo en la entidad. Señalando como estrategia el “ Promover la sensibilización de los distintos sectores de la población hacia la cultura turística.”⁸⁶ Realizando acciones específicas, entre las que destacan:

“ Mantener un diagnóstico actualizado sobre la cultura turística de la población.
Mantener actualizados de forma anual, estudios sobre la importancia económica del turismo para la entidad.
Elaborar herramientas de cultura turística adecuadas a los públicos objetivos.”⁸⁷

Otro objetivo se centra en posicionar al “ sector turismo, [como] detonador del desarrollo socioeconómico del Estado.”⁸⁸ A través de la estrategia de “Procurar

⁸⁵ Sectore de Baja California. “*Programa Integral de Desarrollo Turístico para Baja California 2002-2007*”. Poder Ejecutivo de Baja California. P.52

⁸⁶ Ibidem p.70

⁸⁷ Ibidem p.71

⁸⁸ Ibidem p.80

una mejor distribución de los beneficios de la actividad turística entre las localidades receptoras.”⁸⁹ Para tal fin, propone tres acciones específicas :

- 1.-“ Desarrollar productos con énfasis en las iniciativas locales.
- 2.- Implementar esquemas de participación de los residentes locales en la actividad turística.
- 3.- Promover proyectos turísticos que incluyan atractivos locales e integren cadenas productivas.”⁹⁰

Se reconoce el esfuerzo del gobierno estatal por desarrollar una estrategia que permita posicionar al turismo como eje central del desarrollo bajacaliforniano, procurando mayor participación de los actores locales que participan en la actividad turística; además, rescata la participación de la población local ya no solamente como servidores turísticos, sino que también sean los principales beneficiarios de la derrama económica.

⁸⁹ Ibidem p.81

⁹⁰ Ibidem p.81

Plan Municipal de Desarrollo de Tijuana 2002-2004.

Por su parte, el plan municipal de desarrollo de la ciudad de Tijuana, en relación al tema de esta tesis, en el apartado de desarrollo humano, plantea como lineamiento estratégico el mejoramiento de la cultura, procurando alcanzar los objetivos generales :

- 1.-“Realizar un diagnóstico del estado actual de la infraestructura y recursos dedicados a la cultura en el municipio.
- 2.- Dar un mayor impulso a la promoción de la cultura en la ciudad.”⁹¹

Para el cumplimiento de tales objetivos, plantea 16 líneas de acción, entre las que destacan :

“ Promover en los centros educativos y la comunidad exposiciones y recorridos culturales de tipo regional.

Reevaluar la política cultural y la función del quehacer municipal en el ámbito de la cultura.

Convocar a las instituciones y grupos promotores de cultura a participar en la organización y operación de programas que impulsen el desarrollo de la cultura.”⁹²

Con respecto a la actividad turística señala como uno de los lineamientos estratégicos del desarrollo económico, la promoción económica de la ciudad a través del fomento al sector turístico. Para lo cual se requerirá impulsar las siguientes líneas de acción :

“ Impulsar acciones de fomento para la creación de nuevos atractivos turísticos en la ciudad.

⁹¹ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. “*Plan Municipal de Desarrollo 2002-2004. Desarrollo Humano*”. Tijuana, B.C., 2002. p.49

⁹² Idem. p.49

Apoyar la realización de ferias en la ciudad y estimular la comercialización de productos locales.

Impulsar acciones estratégicas para atraer más turistas a la ciudad en coordinación con el Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO).”⁹³

Como se aprecia, aun dentro los organismos oficiales de turismo federal, estatal y municipal, se presentan discrepancias en relación a los objetivos, estrategias y acciones que deben llevarse a cabo para reconocer el valor estratégico del turismo para nuestro país. Mientras a nivel federal se trabaja para incluir al turismo en una política de estado, a nivel estatal se realizarán esfuerzos por conocer el valor económico de esta rama económica y, a nivel municipal, se trabaja por separado el aspecto cultural y turístico con lo que se refuerza la idea de una visión parcial de una actividad altamente compleja.

⁹³ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. *“Plan Municipal de Desarrollo 2002-2004. Desarrollo Económico”*. Tijuana, B.C., 2002. p.58

Contexto del municipio de Tijuana.

El municipio de Tijuana se ubica en la porción noroeste del estado de Baja California. Colinda al norte con el estado de California, Estados Unidos de América. Al sur con los municipios de Playas de Rosarito y Ensenada. Al este con el municipio de Tecate, y al Oeste con el Océano Pacífico.

La colindancia con los Estados Unidos y la lejanía de la capital mexicana, poco más de 3,000 kilómetros de distancia, han influido de manera determinante en la diversidad y complejidad de la dinámica social, económica, política y cultural de sus habitantes. Por lo que resulta comprensible que exista una mayor interdependencia económica, social y cultural con la ciudad de San Diego, California, que con el resto de la república mexicana.

Las principales actividades económicas en el municipio son el comercio, el turismo y la industria maquiladora de exportación.

Los intercambios de distinta índole: comercial, de negocios, recreativos, culturales y laborales que suceden en la región fronteriza binacional entre Tijuana y San Diego, tienden a la interdependencia, integración y consolidación entre esas ciudades, donde cada una aprovecha las vocaciones de la otra para tener mayor ventaja. “El número de cruces mensuales hacia el norte de Otay y San Isidro oscila entre cinco y seis millones de personas.

- 96% de los cruces son efectuados por residentes de Tijuana y San Diego.
- La mayoría de los cruces los hacen 521 000 viajeros frecuentes.
- 56% de las personas que cruzan al norte son mexicanos, y éstos cruzan más veces, al realizar 69% de los cruces.

Los 40 000 trabajadores de Tijuana que cruzan cada mañana (40% de los cruces) traen un efecto económico positivo para la ciudad, aun cuando también representan una sangría de recursos humanos calificados que se emplean en Estados Unidos; éstos se ocupan en el sector de servicios (meseros, cocineros,

guardias de seguridad); en los trabajos técnicos, administrativos y de venta (cajeros, vendedores, dibujantes, laboratoristas, programadores de computo); en los trabajos de precisión y artesanales (carpinteros, construcción calificada, industria naviera); como operadores de maquinaria, chóferes e instaladores, en los sectores de pesca, agricultura, jardines y trabajos hospitalarios, y como profesionistas y gerentes, arquitectos y dueños de negocios.

En cambio, los residentes de Tijuana realizan 1.5 millones de viajes a San Diego para gastar 2 800 millones de dólares al año. Se realizan 200 000 viajes mensuales para fines comerciales, recreativos y culturales”.⁹⁴

La diversidad demográfica de la ciudad y su carácter fronterizo, la convierten en un crisol de la cultura nacional donde confluyen valores, costumbres, tradiciones, creencias, imágenes y voces de todo México. Dicha riqueza cultural se ve enriquecida por la aportación de los millones de extranjeros que visitan la ciudad con fines turísticos o de recreación. Además de los residentes nacidos en otros países, particularmente estadounidenses y orientales.

Tabla #3
Población total de Tijuana por lugar de nacimiento⁹⁵
1'099,153

Lugar de Nacimiento	%
Nacidos en Baja California	41.8
Nacidos en otros estados de México	53.5
Nacidos en otro país	2.5
No especificado	2.2
Población Total	100

⁹⁴ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. “Tijuana Plan Estratégico 2003-2025. Tijuana, México, 2003. P.56.

⁹⁵ “XII Censo General de Población y Vivienda 2000” INEGI, 2000.

Los principales estados de la república mexicana de donde provienen los mexicanos no nacidos en el estado son : Jalisco, Sinaloa, Michoacán, Distrito Federal, Sonora y Nayarit.

Sin embargo, estos datos son cuestionados por los mismos residentes del municipio, en virtud de que no se contabiliza a toda la población migrante que se establece temporalmente en la ciudad, y que tiene como propósito cruzar ilegalmente a la Unión Americana.

Lo importante para los fines de este trabajo, consiste en resaltar que el 56% de la población del municipio no nació en el estado de Baja California, lo que implica, sin menospreciar su aporte a la economía y a la diversidad cultural, que no conocen el patrimonio histórico y cultural del municipio y del estado. Lo que propicia que no influyan en sus hijos menores para inducirlos a conocer el estado ya sea como excursionistas o turistas. En muchos casos, ese desconocimiento se traduce en un sentido de no pertenencia al municipio y una baja valoración de la cultura local. Nadie valora y ama lo que no conoce.

CAPITULO III

OBJETIVOS Y METAS

Debido a la complejidad del tema, se decidió por plantear objetivos en 3 ámbitos: en el primero, orientados generalmente al cumplimiento mismo de los propósitos de la investigación; en el segundo ámbito, procurando generar valor público en la esfera social y, en el tercero, objetivos administrativos que permitan facilitar la puesta en marcha de la propuesta final, como medio para lograr los objetivos sociales y culturales asociados a los recorridos turísticos-culturales para estudiantes de nivel primaria.

Objetivos generales de la investigación

Identificar los procesos de organización, implementación y decisión de los paseos en las escuelas.

Determinar el interés de los directores de escuelas primarias, para que los estudiantes participen en recorridos didácticos a sitios culturales y turísticos del estado.

Analizar la disposición de los directores de escuelas primarias transportistas y autoridades de turismo, de participar en la organización, promoción y evaluación de recorridos didácticos a sitios culturales y turísticos del estado.

Analizar si la operación de un programa de recorridos didácticos a sitios culturales y turísticos del estado es factible.

Seleccionar los recursos y atractivos culturales y turísticos del estado para su aprovechamiento en los recorridos educativos

Objetivos sociales

Contribuir a fortalecer los conocimientos de Geografía e Historia de Baja California de los estudiantes de nivel primaria de Tijuana.

Contribuir a fomentar los valores cívicos, culturales y nacionales de los estudiantes de nivel primaria de Tijuana.

Contribuir a incrementar y diversificar la oferta de servicios turísticos para estudiantes mediante la incorporación de nuevos destinos.

Consolidar al turismo estudiantil como un actividad responsable de alto contenido pedagógico y un gran respeto por las culturas y sitios visitados.

Unir a la ciencia y la sociedad mediante el turismo para obtener beneficios mutuos, mejorando las actividades interpretativas del viaje y dando herramientas al estudiante como intérprete.

Servir a las escuelas participantes como medio para recabar fondos para solventar algunas de sus necesidades escolares.

Contribuir a disminuir el problema de la estacionalidad de la demanda y la capacidad ociosa de la oferta de centros turístico recreativos del estado para la generación de fuentes de trabajo.

Objetivos administrativos

Diseñar un programa de gestión estratégica de recorridos culturales y turísticos para dar servicio a estudiantes de las escuelas de nivel básico de Tijuana.

Lograr la participación de directores, profesores, transportistas y autoridades de turismo y cultura en la organización, promoción y evaluación del programa de recorridos culturales y turísticos.

Metas

1.- Diseñar cuatro recorridos a sitios históricos, naturales, culturales y turísticos de Tecate, Rosarito, Ensenada y Tijuana, asociados a los contenidos del libro de historia y geografía de Baja California, del tercer grado.

2.- Diseñar un modelo operativo que permita la realización de recorridos culturales y turísticos, el cual contendrá niveles y ámbitos de participación para directores, profesores, estudiantes, operadores de viajes y autoridades de turismo.

Limitaciones del Estudio

Los resultados obtenidos son exclusivos al nivel básico sin que por ello signifique que el concepto pudiera ser generalizable a otros niveles de estudio, sólo se estudiaron las declaraciones de los directores de escuelas debido a que se detectaron como los más autorizados para proporcionar información, y tomar decisiones sobre el interés de que los estudiantes participen en el programa de recorridos así como de colaborar en la organización, promoción y evaluación del modelo propuesto. Se excluyeron por lo tanto a los profesores y padres de familia a quienes inicialmente se habían considerado como sujetos del estudio. El estudio no se realizó en una amplia cobertura geográfica, se limitó únicamente a escuelas públicas de la ciudad de Tijuana, Baja California, México.

Este estudio descriptivo brinda información agrupada para identificar el proceso de organización, implementación y decisión de los paseos en las escuelas. A pesar de que el estudio se encuadra dentro del método científico, su complejidad no es alta. No se encontraron investigaciones y estudios relacionados con viajes o recorridos turísticos culturales para estudiantes, lo que se encontró fue un gran número de páginas de internet de diversos países y ciudades ofreciendo recorridos a atractivos turísticos, culturales y naturales a grupos e individuos de diferentes perfiles, entre ellos los estudiantes.

MATERIALES Y METODO

El diseño y método de investigación usado en la presente investigación es el descriptivo en su modalidad de auto informe, en virtud de que se recurrió a entrevistas y cuestionarios para recabar la información. El tamaño del universo considerado, correspondió a 394 Escuelas primarias públicas estatales y federales, de turnos matutinos y vespertinos localizadas en el área urbana del municipio de Tijuana.

Tabla # 4

Escuelas primarias en Tijuana y población atendida⁹⁶

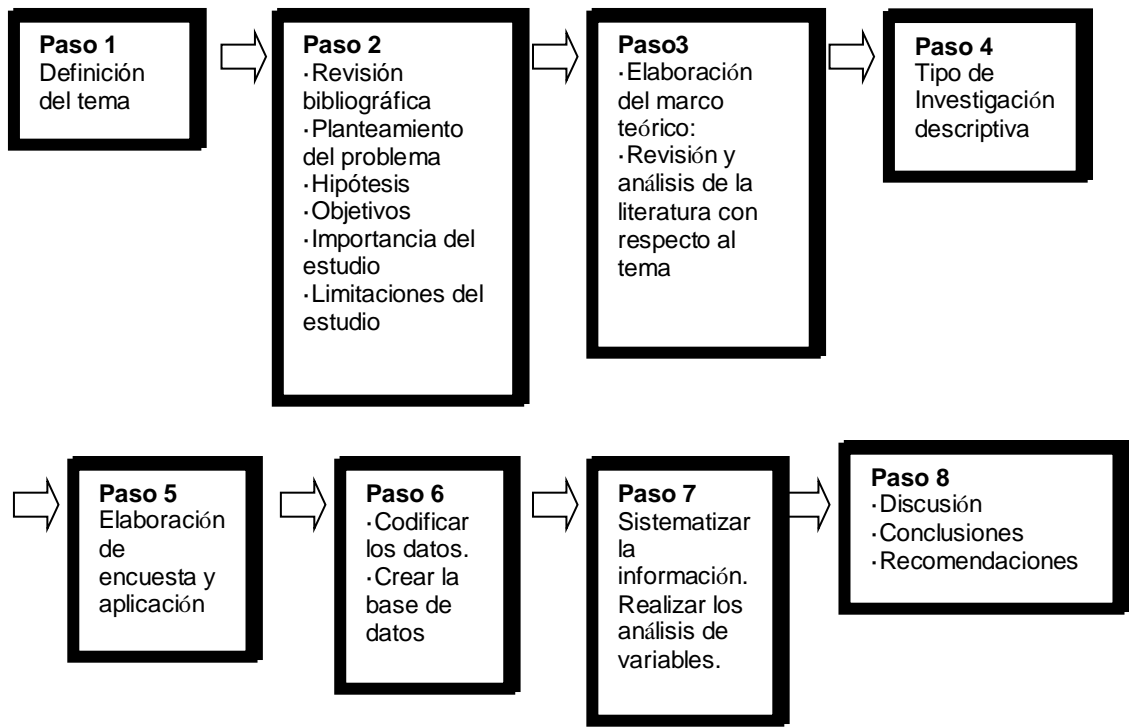
Sistema educativo	No. De planteles	Población atendida
Federal	268	98,025
Estatal	126	46,132
Total	394	144,157

El propósito del estudio consistió en conocer la opinión de los directores de la escuelas primarias del municipio, con relaciones a las excursiones que realizan sus estudiantes a distintas partes del estado de Baja California y del vecino estado de California en Estados Unidos de América. Para llevar a cabo esta investigación, se desarrolló la siguiente metodología:

⁹⁶ INEGI. "Tijuana, Baja California. Cuaderno Estadístico Municipal". Edición 2001.

Cuadro # 1⁹⁷

Método de Investigación



El diseño de la investigación que se eligió, permitió conocer la opinión de los directivos de la escuelas primarias de Tijuana, en relación a los participantes en el proceso de las excursiones escolares : directores, profesores, estudiantes, empresarios y padres de familia, así como las funciones que cada uno desarrolla en el proceso de las excursiones: iniciadores, influenciadores, compradores, usuarios y evaluadores.

Sujetos de Estudio

Con el propósito de identificar y seleccionar a las personas idóneas para ser entrevistadas, y que se cumpliera con los objetivos y alcances del estudio, se determinaron los siguientes criterios :

⁹⁷ Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. “*Metodología de la Investigación*” Mc Graw Hill, México, 1998.

Que el director de la escuela primaria fuera el sujeto a entrevistar. Ya que es la máxima autoridad en cada plantel con la capacidad suficiente para tomar decisiones en asuntos académicos y administrativos y, concentra toda la información de las actividades que se realizan.

Solo se incluyeron escuelas de nivel primaria. No se consideraron los niveles pre-escolar, secundaria, preparatoria o universidades.

Escuela primarias ubicadas en la zona urbana del municipio de Tijuana. Quedando excluidas las escuelas primarias rurales.

Se incluyó a cada turno como una escuela por separado. Debido a que generalmente, en una misma instalación física se encuentran dos escuelas, una en el turno matutino y otra en el turno vespertino.

Escuelas primarias públicas de municipio. Dejando fuera las escuelas primarias particulares y a los colegios privados. Se seleccionaron exclusivamente escuelas públicas debido a que en la mayoría de ellas se llevan a cabo paseo o excusiones no solo con propósitos recreativos-culturales, sino además para recabar fondos para obras y mantenimiento de las instalaciones escolares.

Escuelas primarias públicas de los sistemas estatal y federal. Conforme a los directorios proporcionados por la Secretaría de Educación de Baja California.

Escuelas primarias que hayan realizado por lo menos un paseo escolar o excursión en el último año. Con el propósito de obtener información relevante basada en experiencias recientes. Se realizaron llamadas telefónicas para confirmar esta situación, una vez que resultaran seleccionadas en el marco muestral.

Determinación de la muestra

A partir del universo considerado, 394 escuelas primarias públicas, urbanas en el municipio de Tijuana, se realizó un muestreo aleatorio simple “con un nivel de confianza de 95 %, y un margen de error de $\pm 8\%$ ”.⁹⁸

La muestra la constituyeron 125 directores , hombres y mujeres, seleccionados del padrón de directores de escuelas primarias, proporcionado por la Secretaría de Educación pública del Estado de Baja California.

Para los fines de la encuesta, previa cita acordada por vía telefónica, se acudió a los centros escolares. El 70 % de las encuestas se desarrolló mediante entrevista directa, y el 30 % a petición de los encuestados se recuperaron posteriormente.

Diseño de la encuesta de opinión de directivos sobre los paseos y excursiones de los estudiantes de nivel primaria.

En este apartado se diseñó la encuesta que permitiría obtener la información requerida. Dicho instrumento consta de 4 apartados que se enlistan y describen a continuación. (Ver anexo I)

Presentación .- Incluye la identificación de la institución que realiza el estudio; el propósito de la investigación y los datos necesarios para identificar el plantel escolar y su respectivo director o directora.

Preguntas filtro .- Consta de dos preguntas fundamentales para validar la calidad de la información que aportará nuestro encuestado. La primera, se refiere a si en esa escuela se han organizado paseos o excursiones escolares; la segunda, orientada a identificar el numero de paseos o excursiones que se han realizado en un año.

⁹⁸ Rea Louis M. y Parker, Richard *“Methods of análisis in public and urban affairs”*. San Diego State University. Estados Unidos. 1991. pp. 189-190

Estos reactivos permitieron garantizar que el sujeto de encuesta, pertenece al segmento del universo que interesa incluir en el estudio.

Preguntas del proceso .- consta de 7 reactivos que permiten identificar el proceso que se sigue, desde el surgimiento de la idea de realizar un paseo, hasta la fase de realización del mismo, asociados a la participación de cada uno de los actores involucrados : directivos, profesores y padres de familia.

Preguntas de la seguridad en los paseos .- Consta de dos preguntas que se orientan a identificar el tipo de seguros que cubren a los estudiantes durante sus paseos o excursiones, así como a los problemas que se presentan con mayor frecuencia en los mismo.

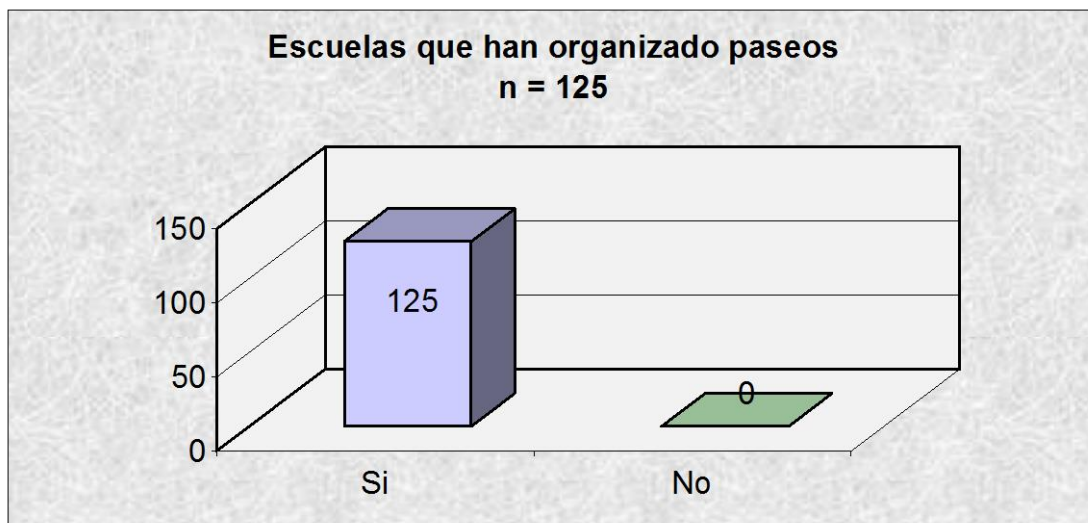
Información de los destinos de los paseos .- Se incluyeron 6 reactivos orientados a identificar los sitios de Baja California, ya sean culturales, naturales o turísticos, a donde se llevan a los estudiantes durante los paseos. Además, se procuró obtener la disposición de los directivos para participar en el diseño, promoción y evaluación de nuevos recorridos turísticos-culturales.

Actividades previas a la realización de paseos .- Por último, se presenta un bloque de reactivos en los cuales se presenta la secuencia de las actividades que se desarrollan antes de cada paseo. El encuestado deberá ordenar cada opción conforme a sus experiencias recientes.

El instrumento se validó mediante la aplicación de una prueba piloto de 25 directores de escuela primarias, conforme a los criterios establecidos en el apartado de sujetos de estudio.

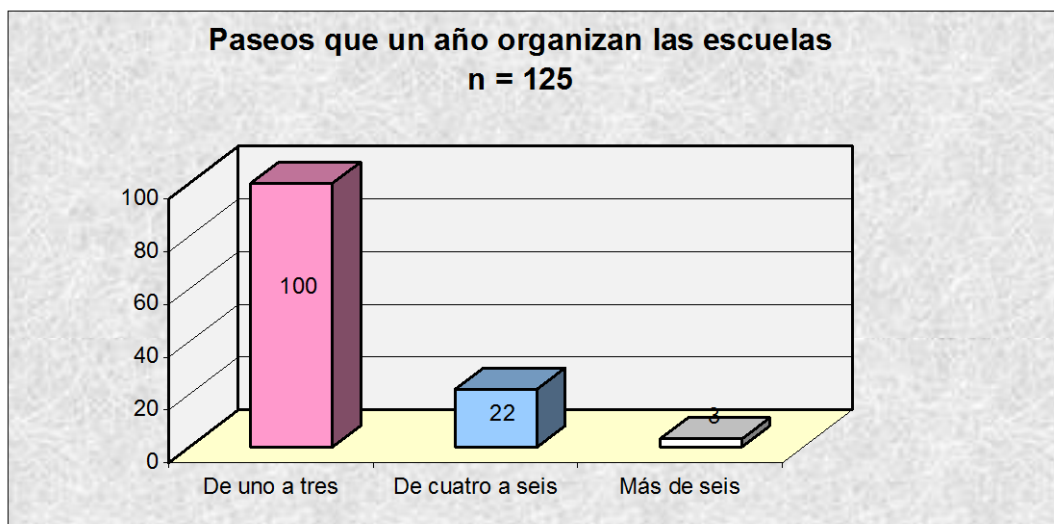
CAPITULO IV

RESULTADOS



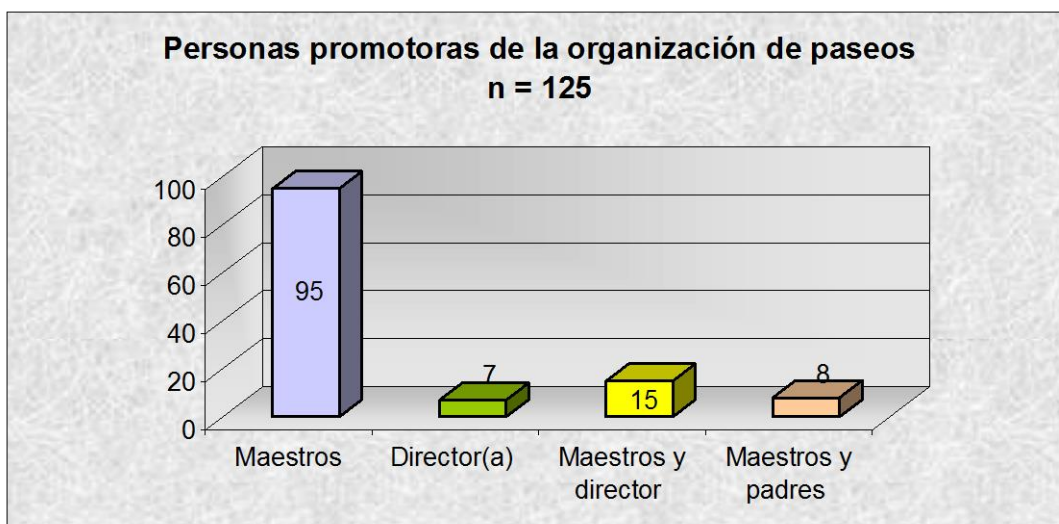
Gráfica No. 1

Como se observa en esta grafica el total de directoras de las escuelas manifestaron haber organizado paseos cuando menos en una ocasión.



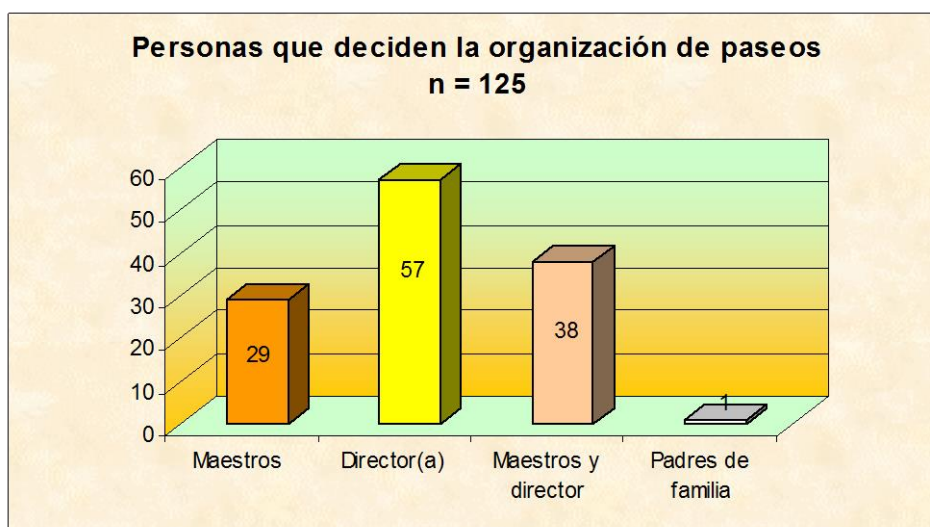
Gráfica No. 2

El 80% de las escuelas realizan de uno a tres paseos al año, el 18 % de cuatro a seis paseos, y el 2% mas de seis.



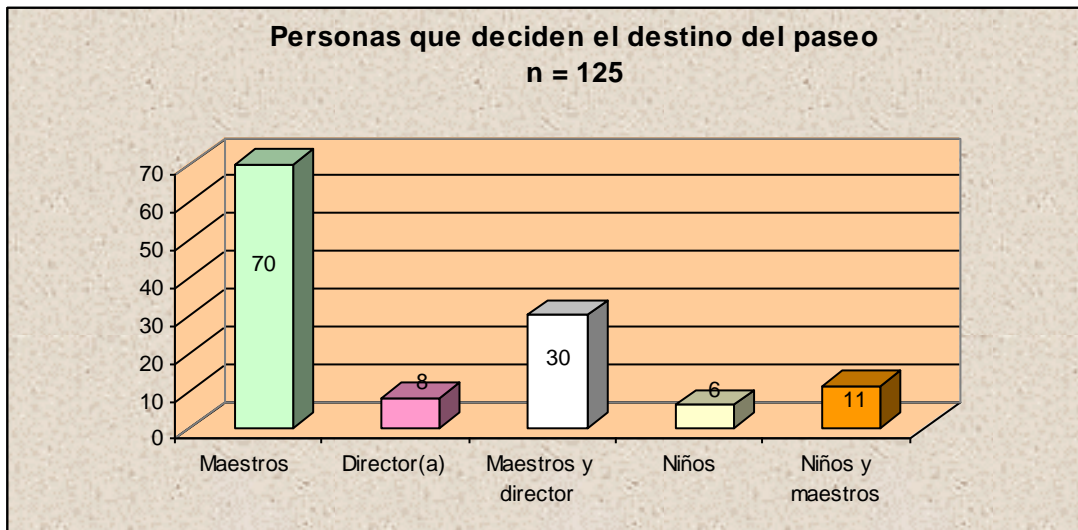
Gráfica No. 3

En esta gráfica se observa que en el 77% de los casos las personas que promueven inicialmente la organización de paseos son maestros, en el 6% de los casos es el director(a), en el 12% son los maestros y el director, y en el 6% son los maestros y los padres de familia conjuntamente.



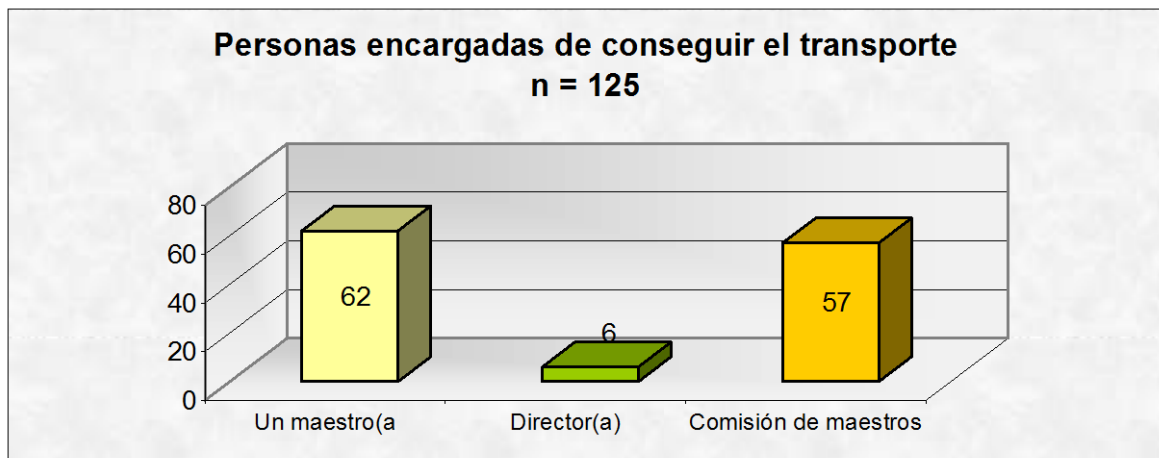
Gráfica No. 4

El 23% de los casos son los maestros quienes toman la decisión final de realizar los paseos, en el 46% son los directores, en el 30% los maestros y el director, los padres de familia en el 1%.



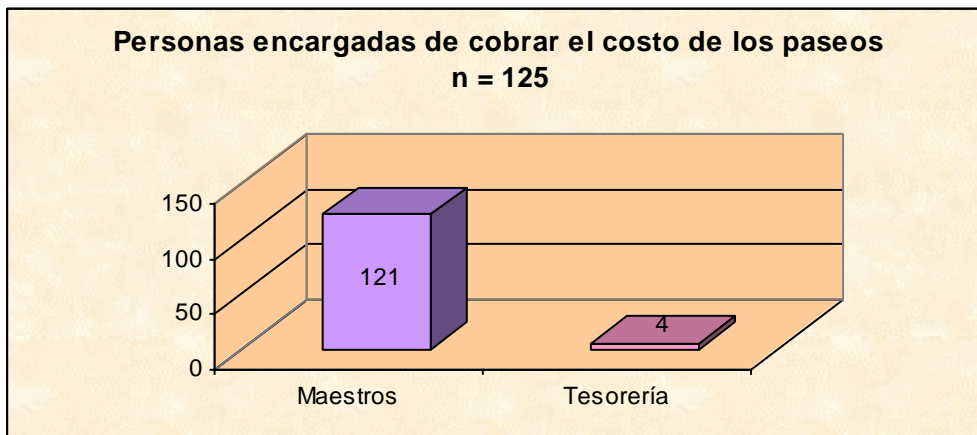
Gráfica No. 5

El 56 % de los casos son los maestros quienes deciden los lugares a donde se llevaran a cabo los paseos, en el 6% es el director (a), en el 24% son conjuntamente los maestros y el director, en el 5% son los niños, y en el 9 % los niños junto con los maestros.



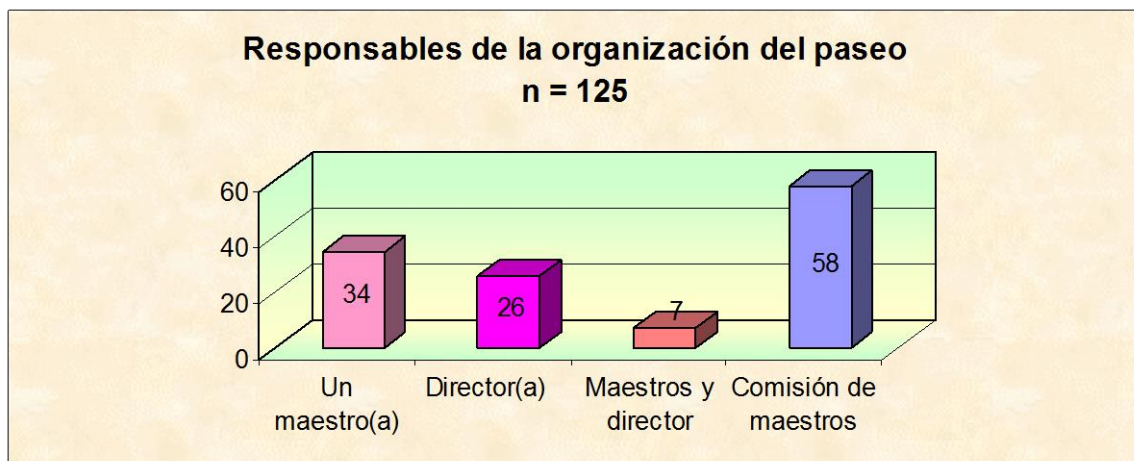
Gráfica No. 6

En esta gráfica se aprecia que en el 50% de los casos, el conseguir transporte para los paseos está a cargo de un solo maestro, en el 5% del director de la escuela y en el 45% a cargo de una comisión de maestros.



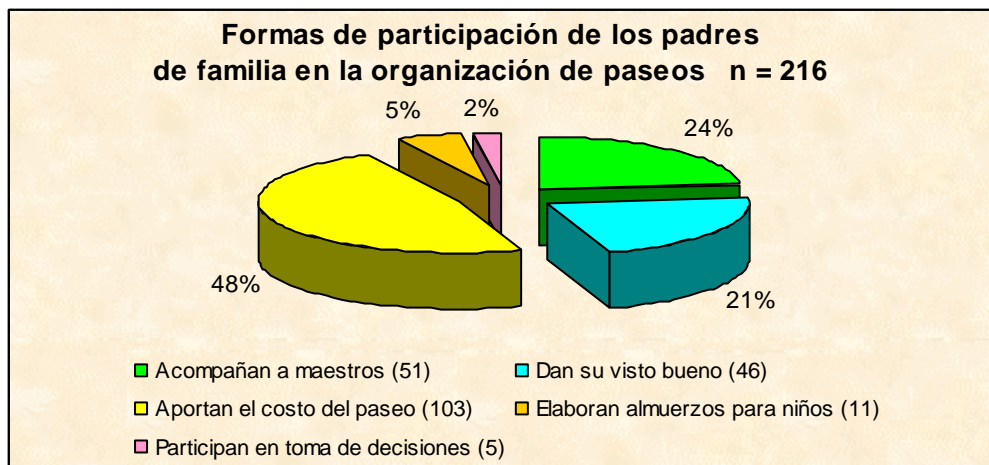
Gráfica No. 7

En un 96.8% de los casos, los maestros son los encargados de cobrar el costo a los niños que asisten a los paseos y en el 3% la tesorería realiza esta función



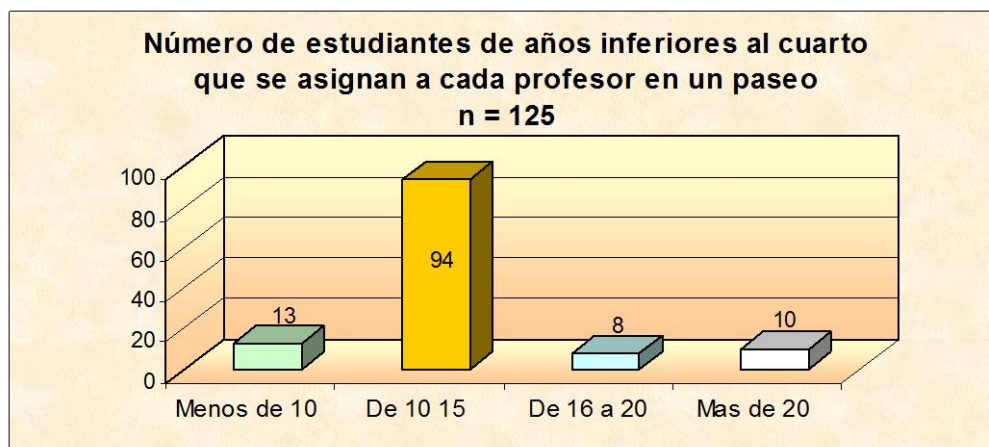
Gráfica No. 8

En esta gráfica se observa que en el 27% de los casos, un maestro(a) es el encargado de la organización de los paseos, en el 21% es el director(a) de la escuela, en el 6% son los maestros junto con el director (a), y en el 46% una comisión de maestros.



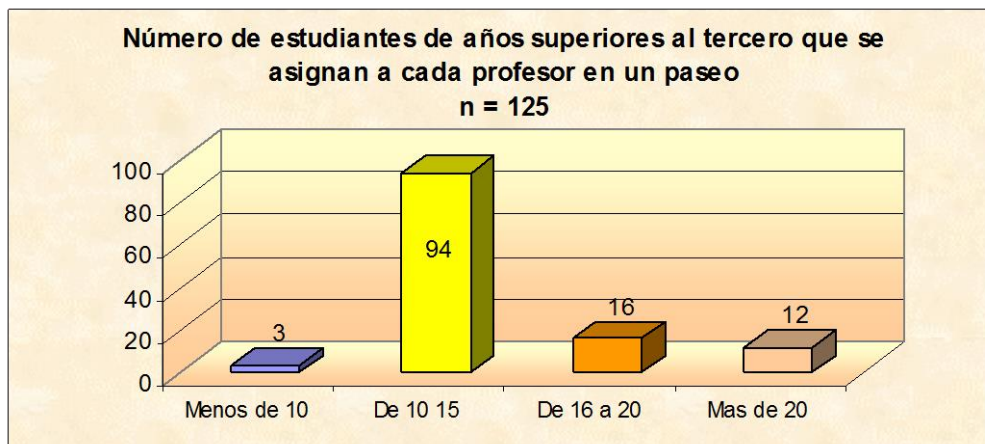
Gráfica No. 9

Las formas más comunes de participación de los padres de familia en la organización de paseos son: el acompañar a maestros en un 24% de los casos, el dar su visto bueno 21%, aportar el costo del paseo en el 48%, elaborar almuerzos para los niños 5%, y participar en la toma de decisiones 2% de los casos.



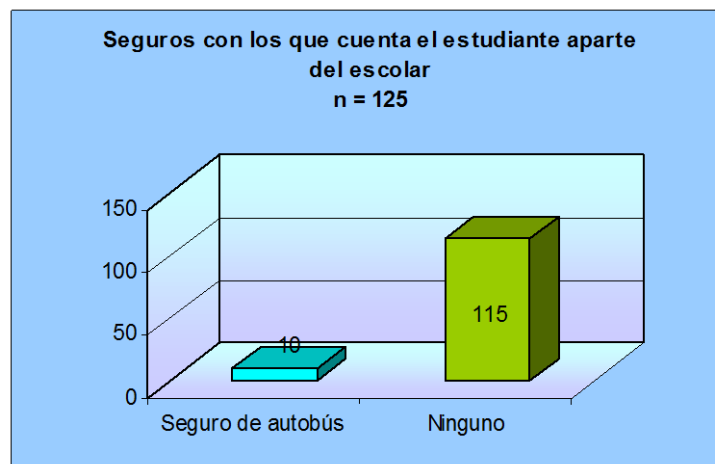
Gráfica No. 10

En paseos en los que participan estudiantes de grados inferiores al cuarto año, en el 11% de los casos a cada profesor se le asignan menos de 10 estudiantes, de 10 a 15 en el 75%, de 16 a 20 en el 6%, y mas de 20 en el 8%.



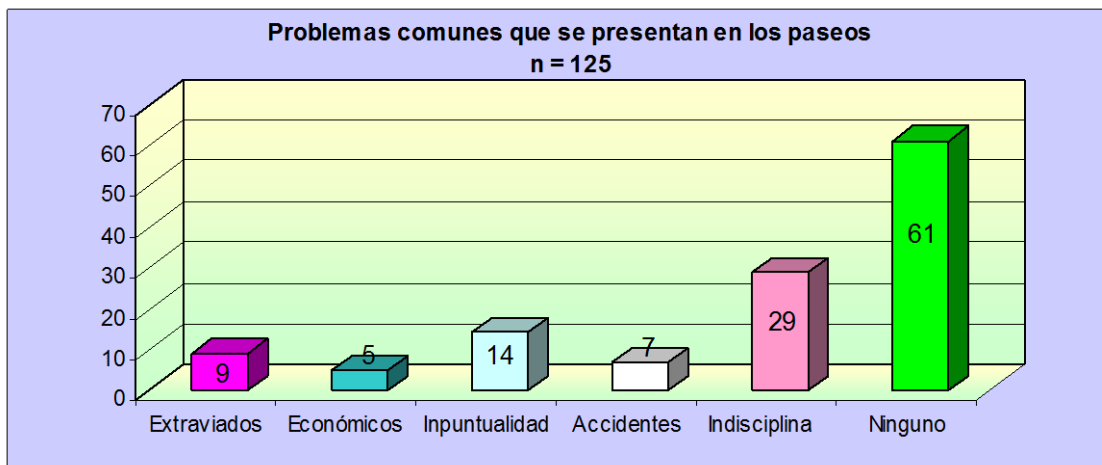
Gráfica No. 11

En paseos en los que participan estudiantes de grados superiores al tercer año, a cada profesor se le asignan menos de 10 estudiantes en el 2% de los casos, de 10 a 15 en el 75%, de 16 a 20 en el 13%, más de 20 en el 10%.



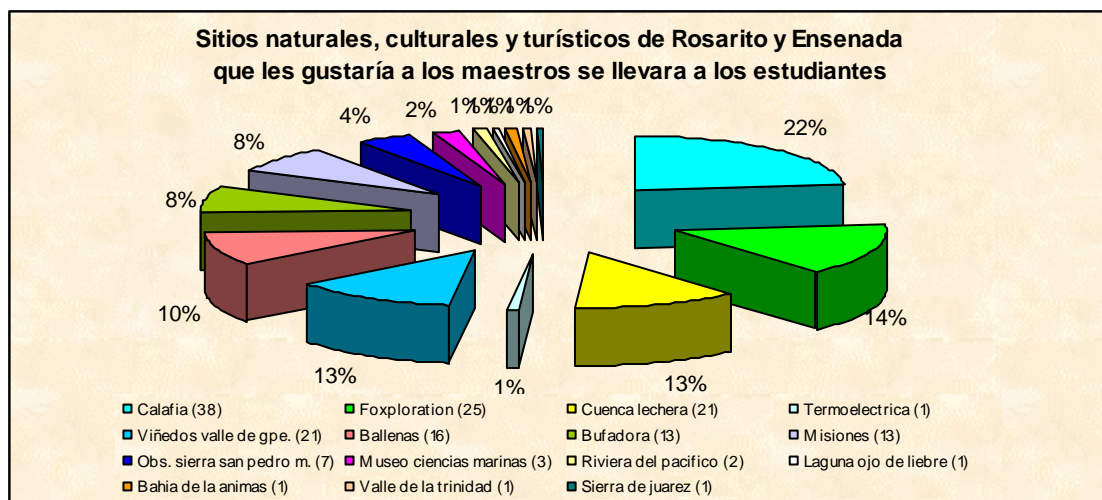
Gráfica No. 12

Aparte del seguro escolar y el seguro de autobús que el 8% de los directores indican disponen los estudiantes, estos no cuentan con ningún otro seguro que cubra gastos en caso de accidentes al realizar paseos locales o al extranjero.



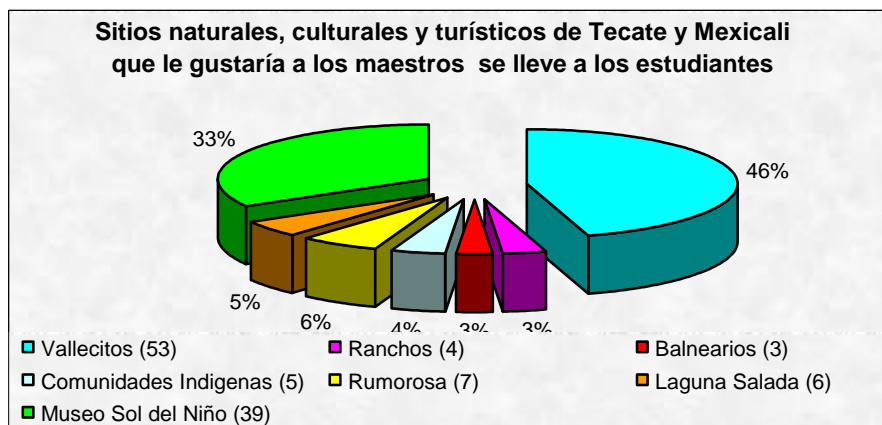
Gráfica No. 13

Los problemas mas comunes que se presentan en los paseos locales y al extranjero son en el 7% de los casos extraviados, en el 4% económicos, en el 11% impuntualidad, en el 6% accidentes, en el 23% indisciplina, y el 49% de los directores manifestó no haber tenido ningún problema.



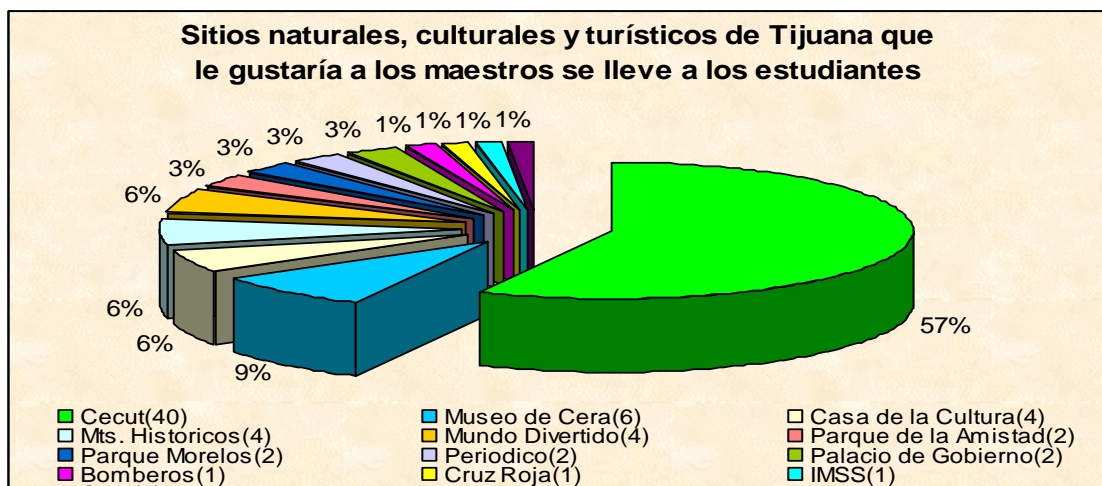
Gráfica No. 14

Entre los sitios naturales, culturales y turísticos de Rosarito y Ensenada que mas frecuentemente indicaron los maestros les gustaría se llevara a los estudiantes a recorridos, destacan: Calafia con un 22% de incidencias, Foxploration con 14%, Cuenca lechera y Viñedos del Valle de Guadalupe con 13% respectivamente, así como las de 10% y 8% que aparecen en la gráfica.



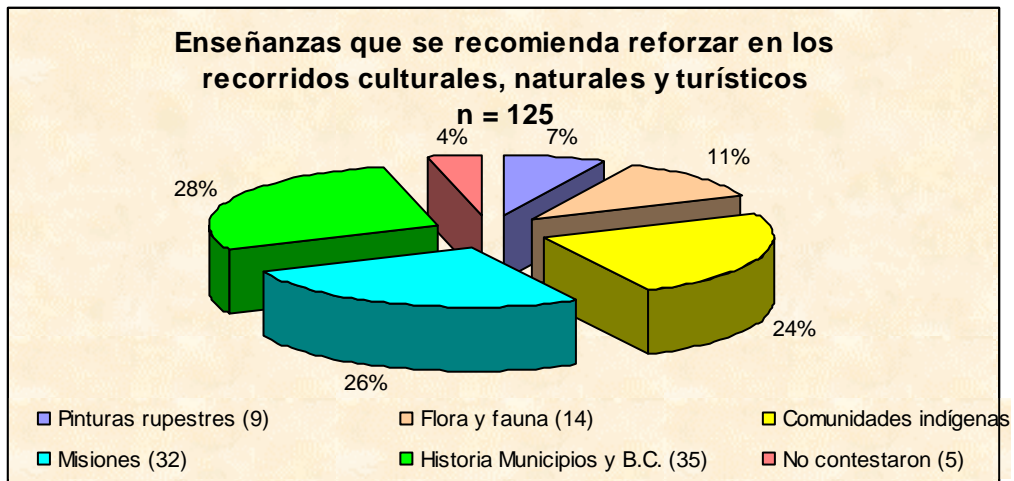
Gráfica No. 15

Entre los sitios naturales, culturales y turísticos de Tecate y Mexicali que mas frecuentemente indicaron los maestros les gustaría se llevara a los estudiantes a recorridos, destacan: Vallecitos con un 46% de incidencias, Museo sol del niño con 33%, y el resto que se observan en la gráfica con menor frecuencia.



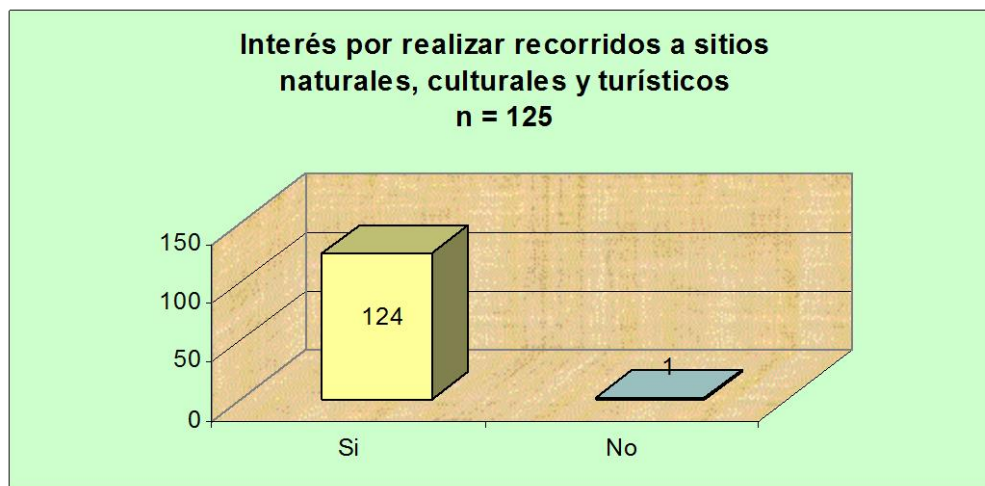
Gráfica No. 16

Entre los sitios naturales, culturales y turísticos de Tijuana que mas frecuentemente indicaron los maestros les gustaría se llevara a los estudiantes a recorridos, destacan: Cecut con un 57% de incidencias, Museo de cera con 9%, y el resto que se observan en la gráfica con menor frecuencia.



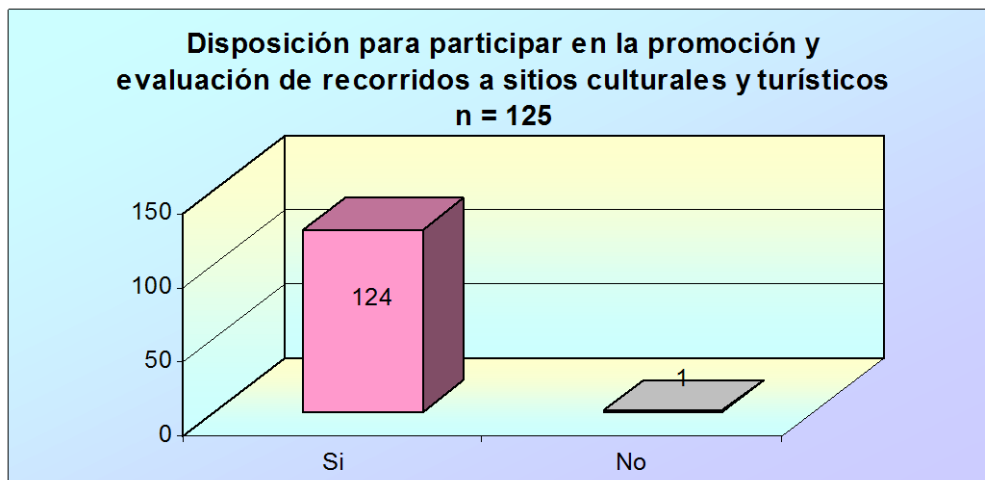
Gráfica No. 17

Entre las enseñanzas que los directores de las escuelas recomiendan reforzar en los recorridos culturales, naturales y turísticos que se realicen, se encuentran con una frecuencia del 28% la historia de los municipios y del Estado, con el 26% las misiones, y el 24% las comunidades indígenas en Baja California. Otras que aparecen en la gráfica fueron indicadas con menor frecuencia.



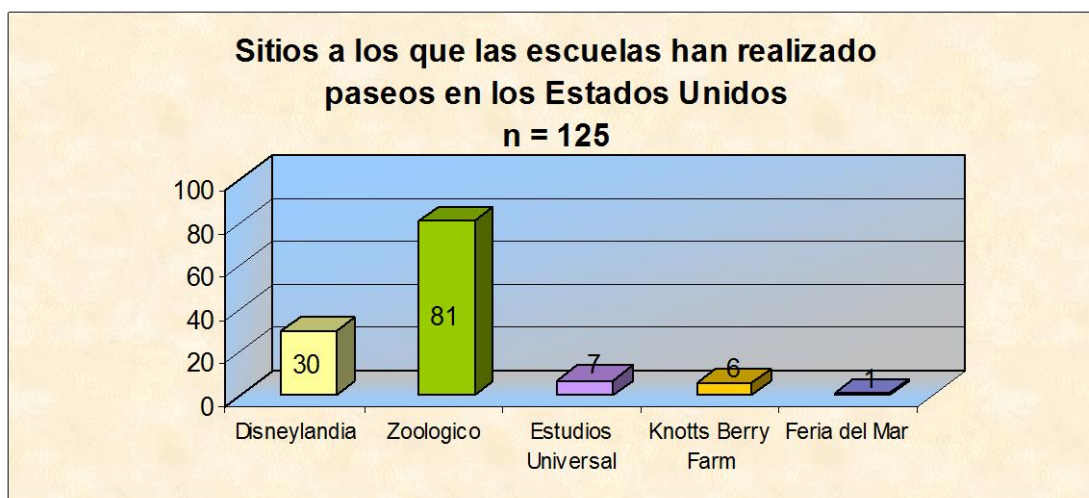
Gráfica No. 18

Como se observa en la gráfica el 99% de los directores de las escuelas manifestaron interés por que sus estudiantes realicen recorridos a sitios naturales, culturales y turísticos del estado, solo una directora declaró no estar interesada en los mismos por falta de tiempo.



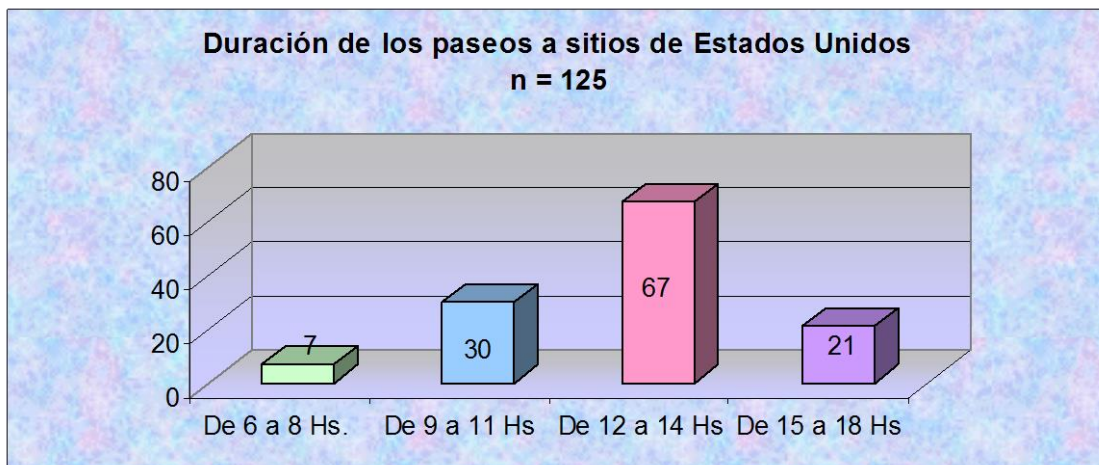
Gráfica No. 19

Como se observa en la gráfica, el 99% de los directores de las escuelas manifestaron disposición de participar en la promoción y evaluación de futuros recorridos a sitios naturales, culturales y turísticos del estado, solo una directora declaró no estar dispuesta a participar en esas actividades.



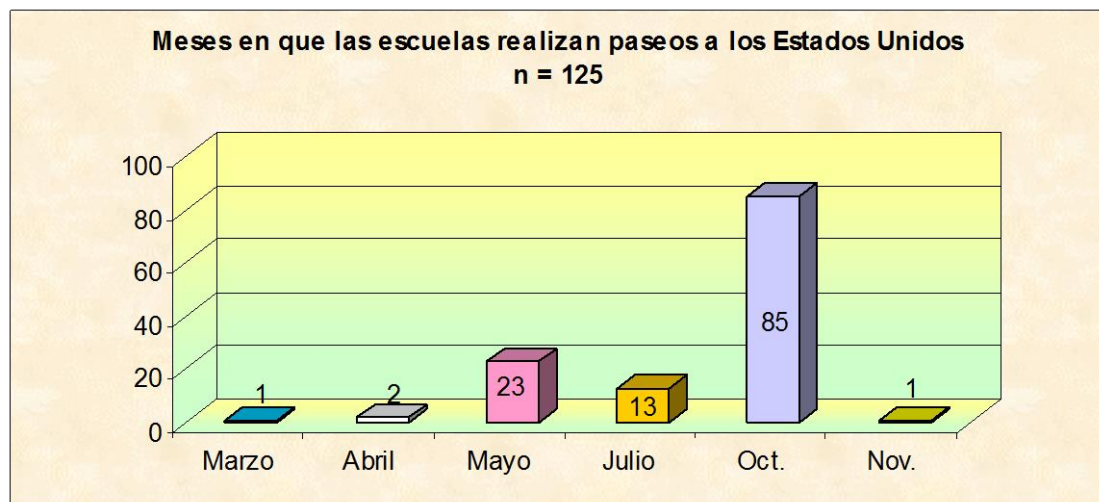
Gráfica No. 20

Los sitios de Estados Unidos a donde las escuelas han realizado mas paseos son: con un 21% de incidencias Disneylandia en Anaheim y con el 63% el Zoológico de San Diego. A los otros sitios que aparecen en la gráfica los viajes realizados fueron menos frecuentes.



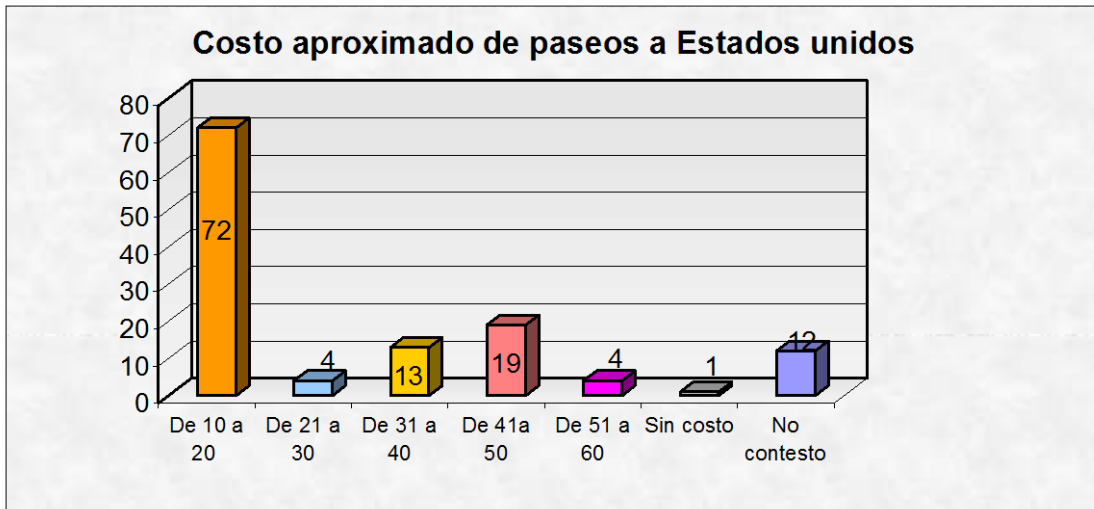
Gráfica No. 21

La duración de los paseos a sitios de Estados Unidos es de 6 a 8 horas en el 6% de los casos, de 9 a 11 horas en el 23%, y de 12 a 14 horas en el 54%, y de 15 a 18 horas en el 17% de los casos.



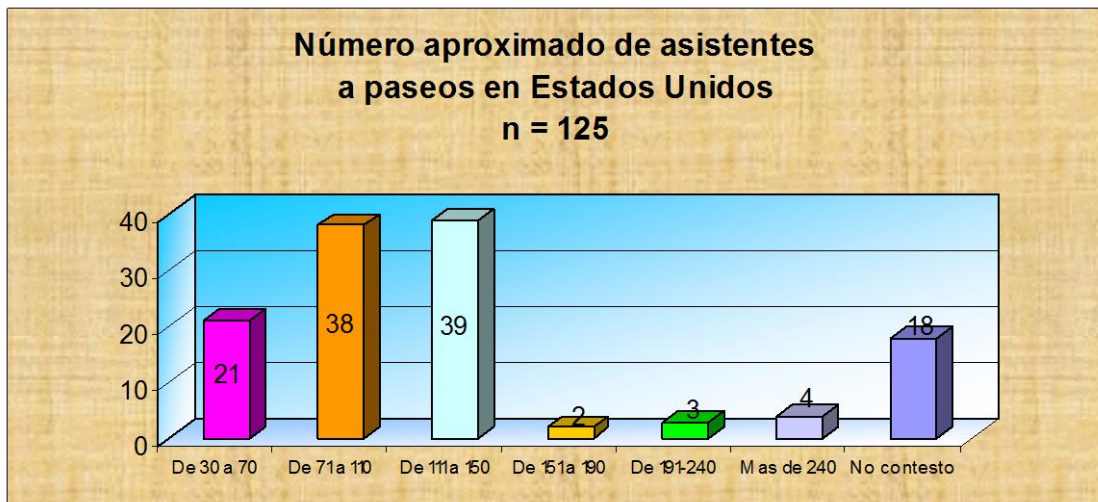
Gráfica No. 22

En esta gráfica se observa que Mayo con 18% de incidencias, julio con 10% y octubre con 69% de incidencias fueron los meses en que las escuelas realizaron mas paseos a sitios recreativos de Estados Unidos. Otros meses fueron mencionados con menor frecuencia.



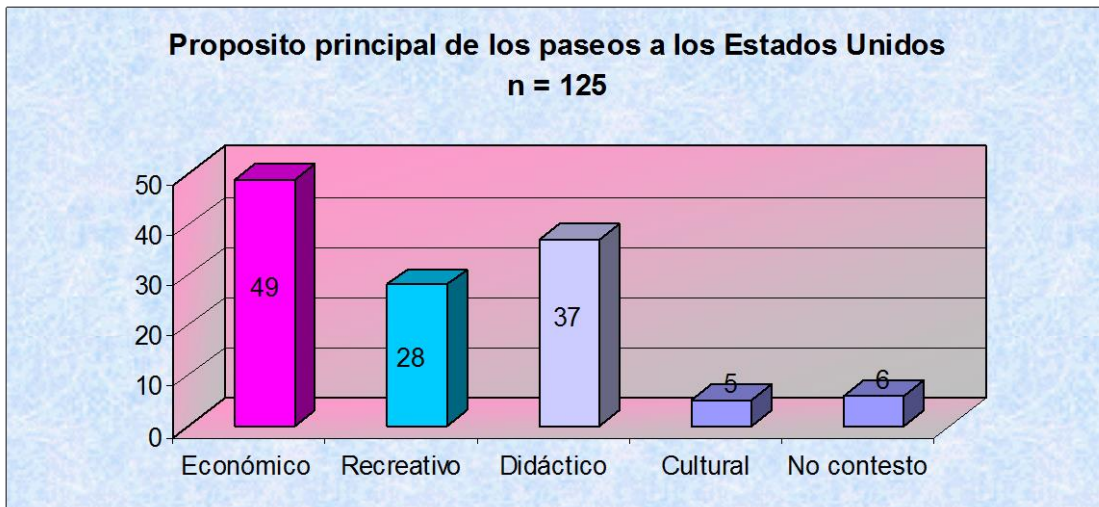
Gráfica No. 23

Los paseos a Estados Unidos en un 64% tienen un costo de 10 a 20 dólares, en un 12% de 31 a 40 dólares y de 41 a 50 dólares, en un 17% de los casos, otros rangos fueron mencionados con menor incidencia.



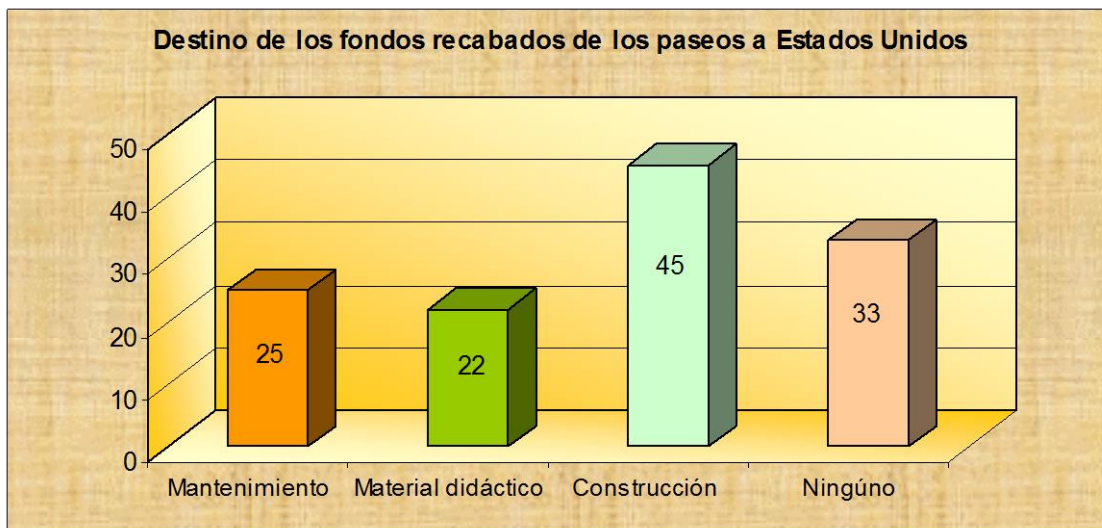
Gráfica No. 24

En esta gráfica se observa el número aproximado de estudiantes que asisten a paseos en Estados Unidos, en el rango de 30 a 70 asisten un 20% de estudiantes, en los rangos de 71 a 110 y de 111 a 150 un 36% de estudiantes respectivamente. Otros rangos de la gráfica aparecen con menor incidencias.



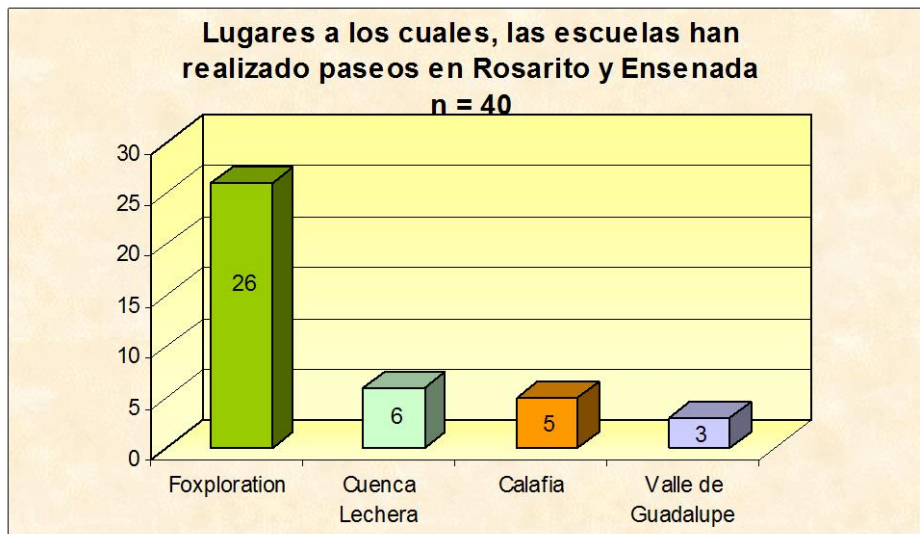
Gráfica No. 25

Los propósitos de los paseos a Estados Unidos, fueron en el 39.2% de casos el Económico, el Recreativo en 22.4%, el Didáctico en 29.6%, y un 4.8% no contesto.



Gráfica No. 26

Los fondos que recaban las escuelas por paseos realizados a Estados Unidos los destinan en los siguientes rubros: 20% en mantenimiento, 18% en material didáctico, 35% en construcción, y el 27% de las escuelas declara no haber perseguido fines lucrativos en sus paseos.



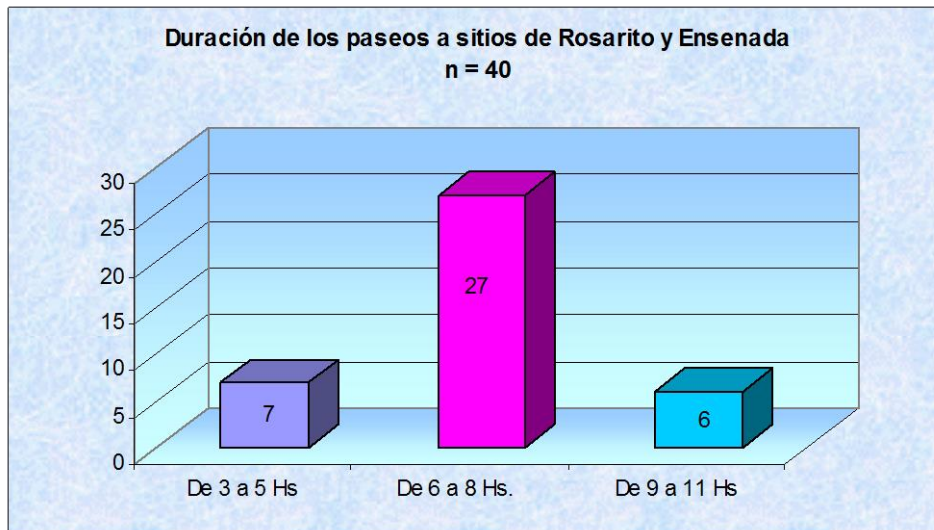
Gráfica No. 27

Se observa que los lugares a los que 40 escuelas han realizado paseos en Rosarito y Ensenada son: en el 65 % de los casos a Foxploration, y en un 15% a la cuenca lechera, otros sitios fueron mencionados como se puede observar en la gráfica con menor frecuencia.



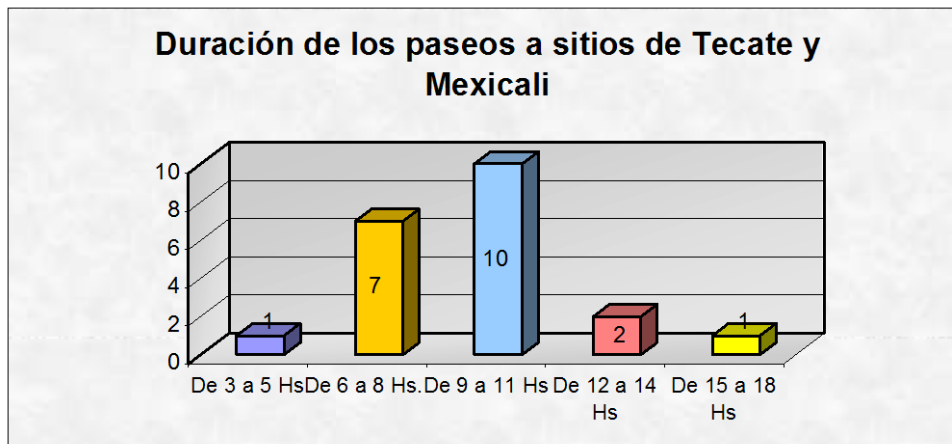
Gráfica No. 28

Los sitios a los que las escuelas realizaron paseos en Tecate y Mexicali son en el 11% de los casos Vallecitos y en el 89% el museo sol del niño.



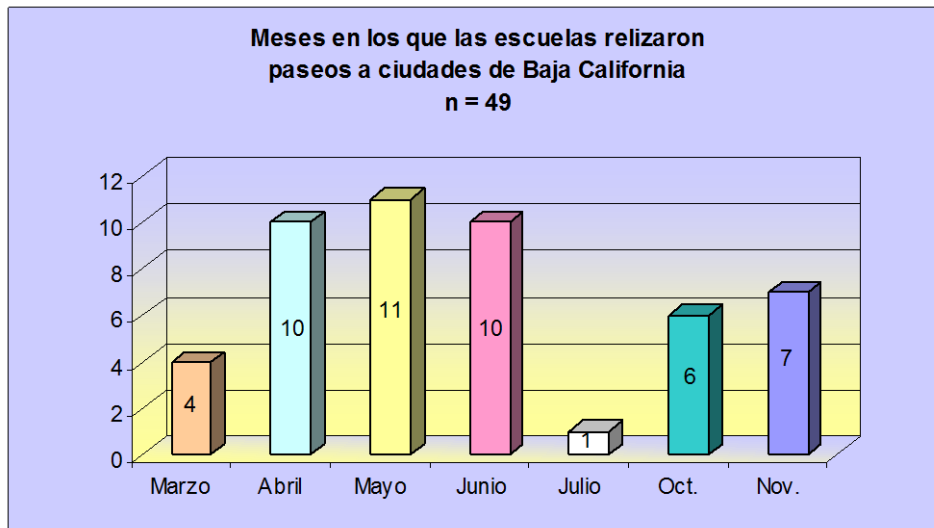
Gráfica No. 29

La duración de los paseos a Rosarito y Ensenada es de 3 a 5 hrs. en un 17.5% de los casos, de 6 a 8 hrs. en un 67.5%, y de 9 a 11 hrs. en un 15%.



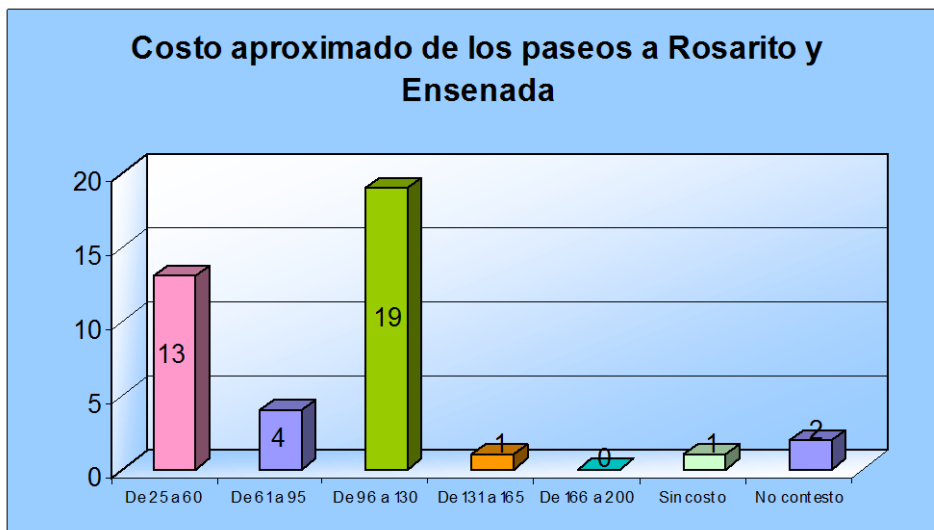
Gráfica No. 30

La duración de los paseos a Tecate y Mexicali, es de 6 a 8 hrs. en el 33% de los casos y en el 48% de 9 a 11hrs. Los otros rangos que se observan en la gráfica son mencionados con menos incidencia.



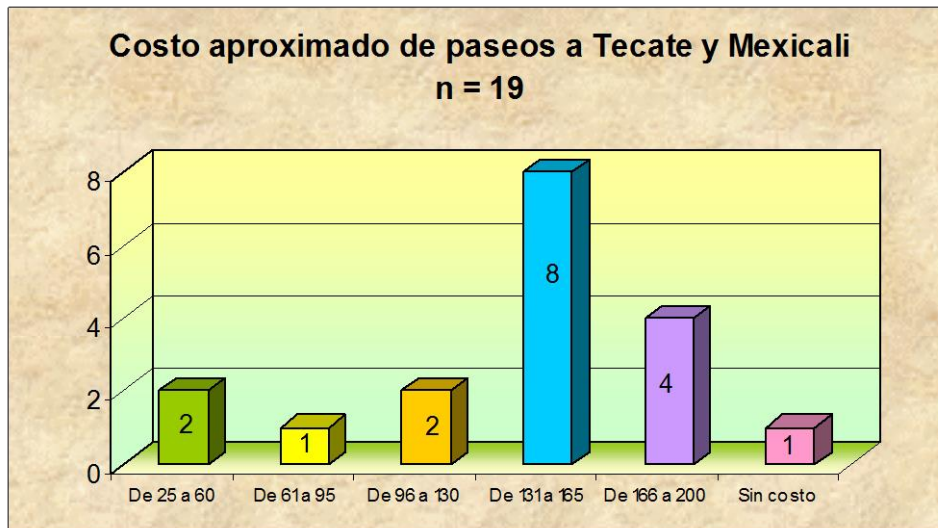
Gráfica No. 31

Los meses en los que las escuelas realizaron mas paseos a ciudades de Baja California fueron Abril y Junio con 20% de incidencias respectivamente, Mayo con 22%, Octubre con 12% y con 14% Noviembre. Los meses de Marzo y Julio se mencionaron menos de cinco veces.



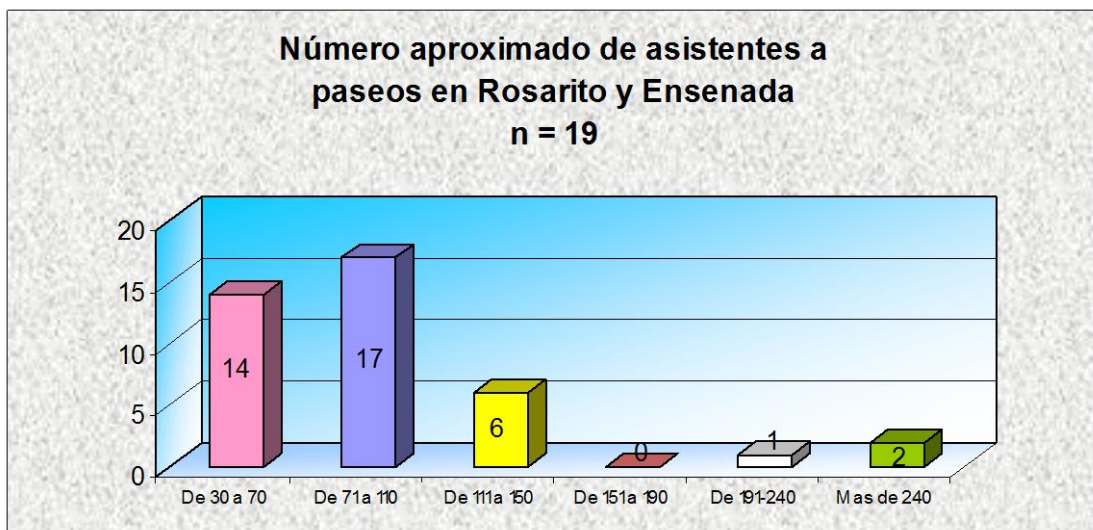
Gráfica No. 32

El costo aproximado de los paseos a Rosarito y Ensenada es de 25 a 60 pesos en un 34% de los casos y de 96 a 130 pesos en un 50%. Otros rangos se mencionaron con menor numero de incidencias.



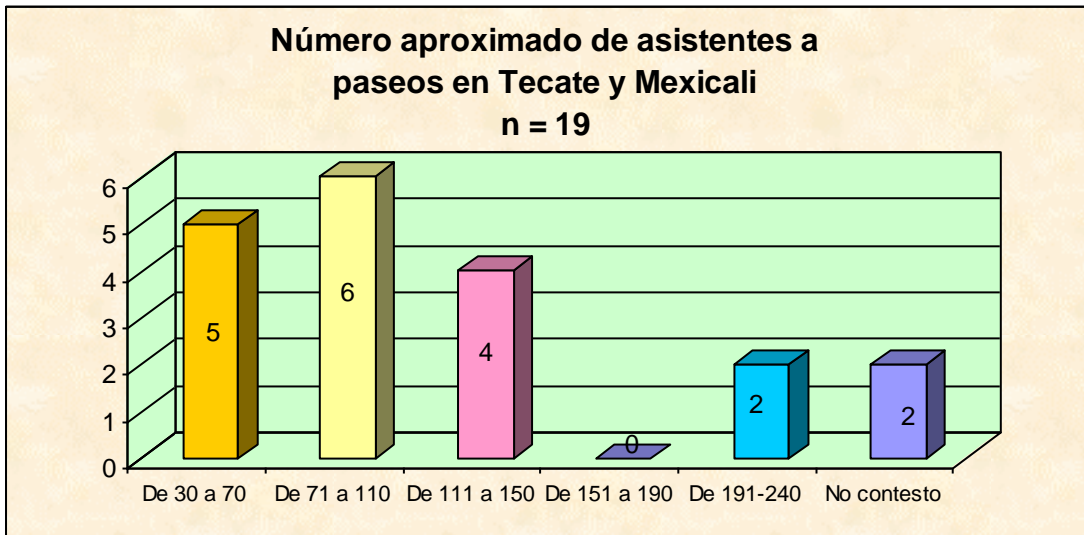
Gráfica No. 33

Se observa que un 44% de los casos los paseos a Tecate y Mexicali tienen un costo de 131 a 165 pesos y en el 22% de 166 a 200 pesos. Otros rangos fueron mencionados con un menor numero de incidencias.



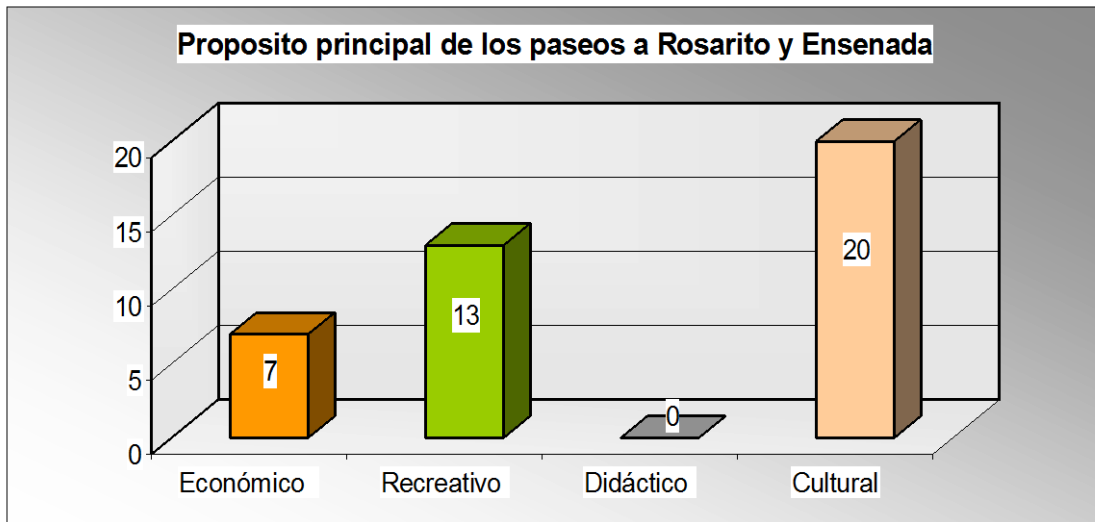
Gráfica No. 34

La asistencia a paseos en Rosarito y Ensenada es de 30 a 70 estudiantes en un 35% de los casos, y en un 43% de 71 a 110 estudiantes. Otros rangos aparecen en la gráfica con menor número de frecuencias.



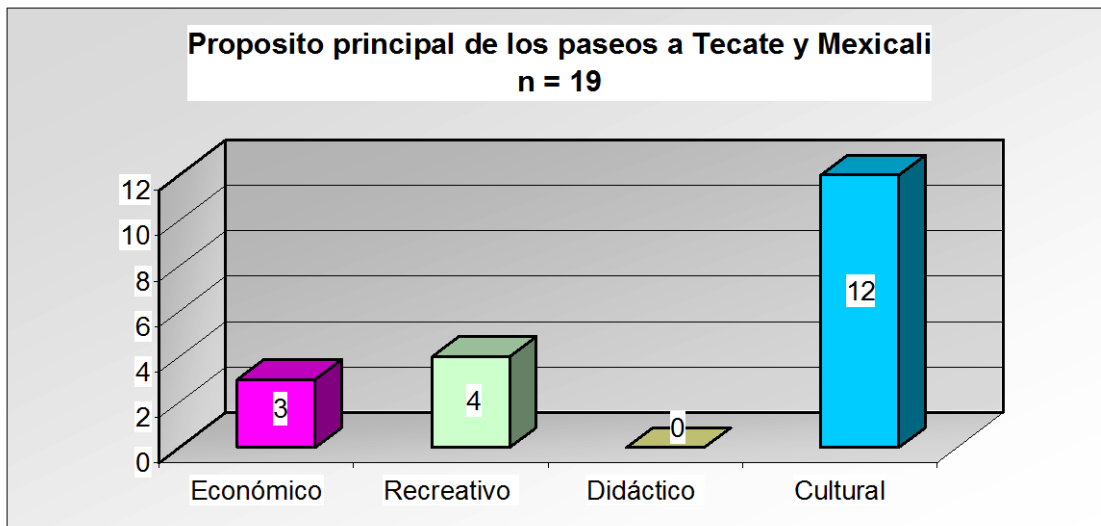
Gráfica No. 35

Se observa que el número de asistentes a paseos en Tecate y Mexicali es de 30 a 70 estudiantes en el 29% de los casos, de 71 a 110 en el 35%, de 111 a 150 en el 24% y de 191 a 240 en el 12% de los casos.



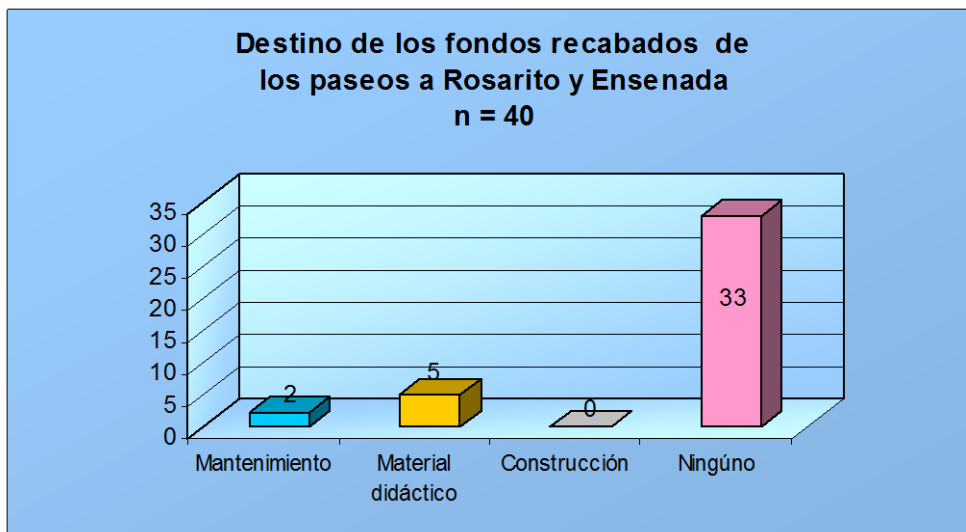
Gráfica No. 36

De los 40 paseos realizados a Rosarito y Ensenada, 17% indicaron el factor económico como propósito principal, 31.7% el aspecto recreativo y 51.3% el cultural.



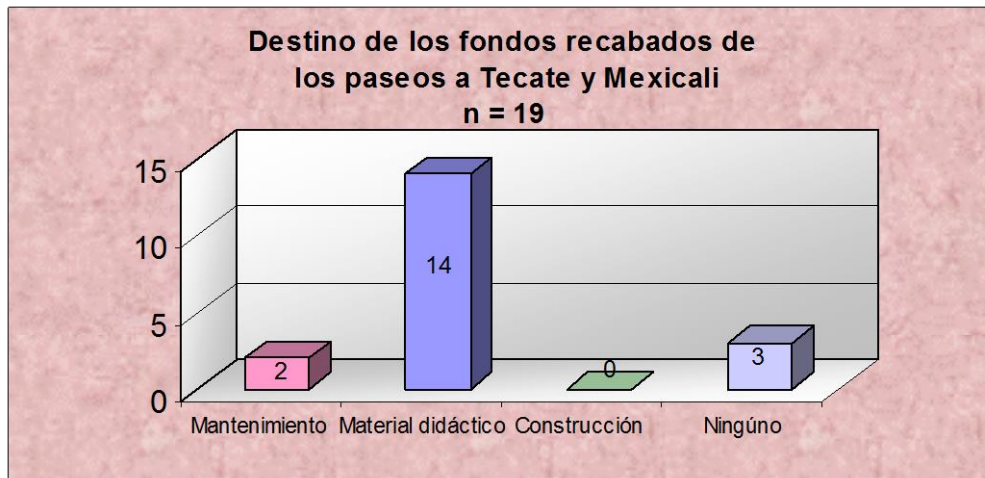
Gráfica No. 37

El propósito principal de los paseos a Tecate y Mexicali es el económico en el 16% de los casos, el recreativo en el 21% y el 63% cultural.



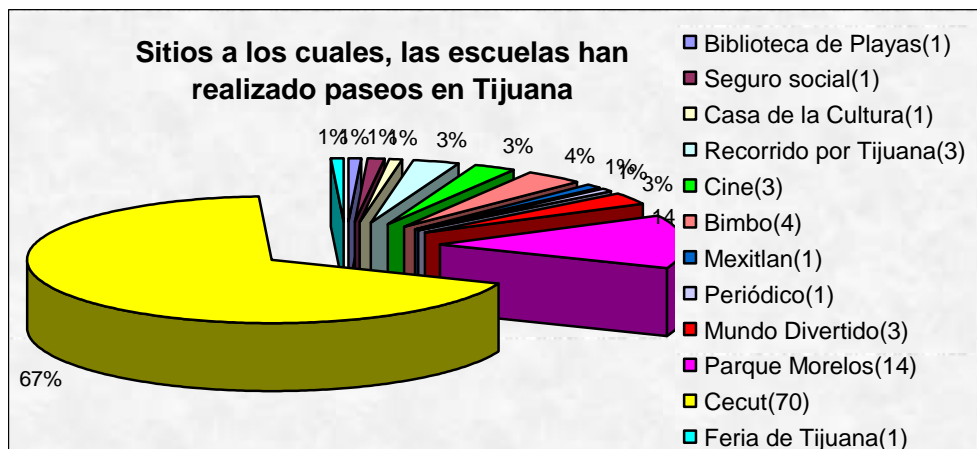
Gráfica No. 38

El destino de los fondos recabados de los paseos a Rosarito y Ensenada es el de mantenimiento en un 5% de los casos, material didáctico en el 13% y en el 82% los paseos no tuvieron fines lucrativos.



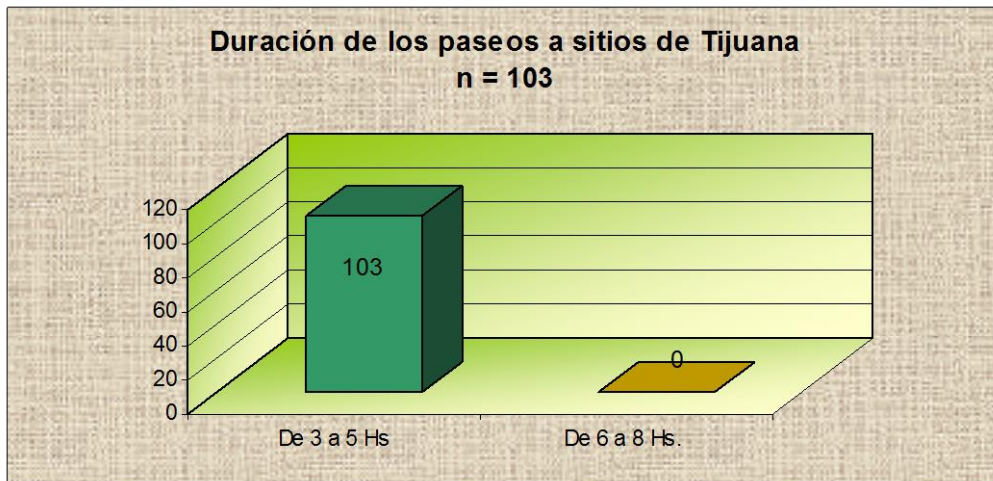
Gráfica No. 39

El destino de los fondos recabados de los paseos a Tecate y Mexicali es el de mantenimiento en un 11% de los casos, material didáctico en el 74% y en el 16% los paseos no tuvieron fines lucrativos.



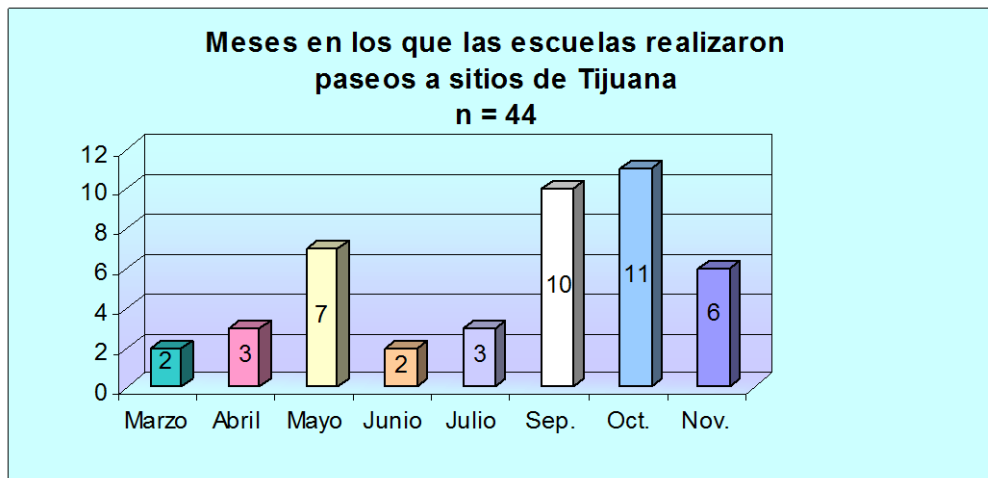
Gráfica No. 40

Los sitios a los cuales las escuelas han realizado mas paseos en Tijuana, son el Cecut con 67% de incidencias y el Parque Morelos con el 14%. Otros sitios de la ciudad fueron mencionados con menor frecuencia.



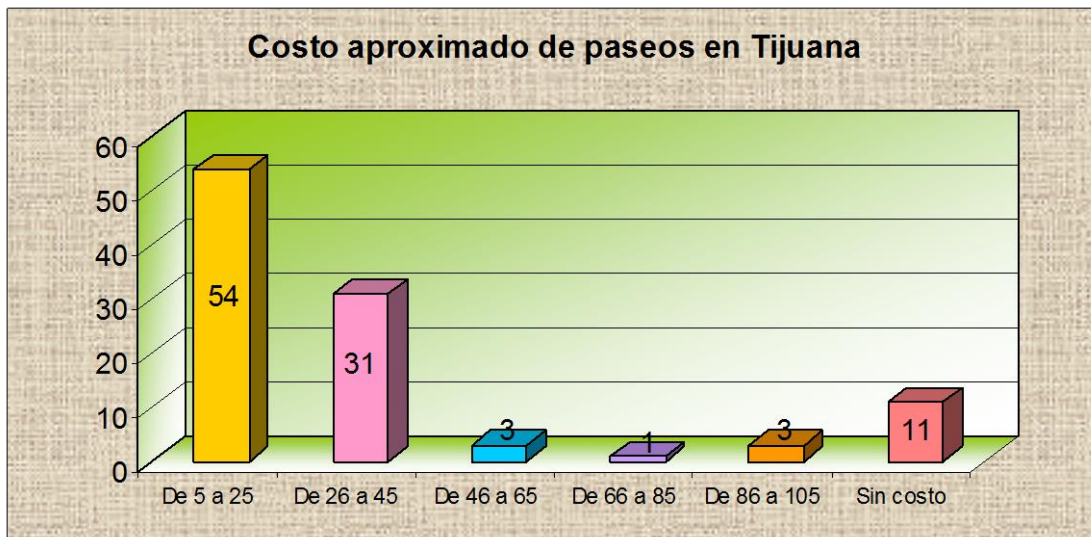
Gráfica No. 41

En esta gráfica se puede observar que la duración de los paseos a sitios de Tijuana es de un 100% de 3 a 5hrs.



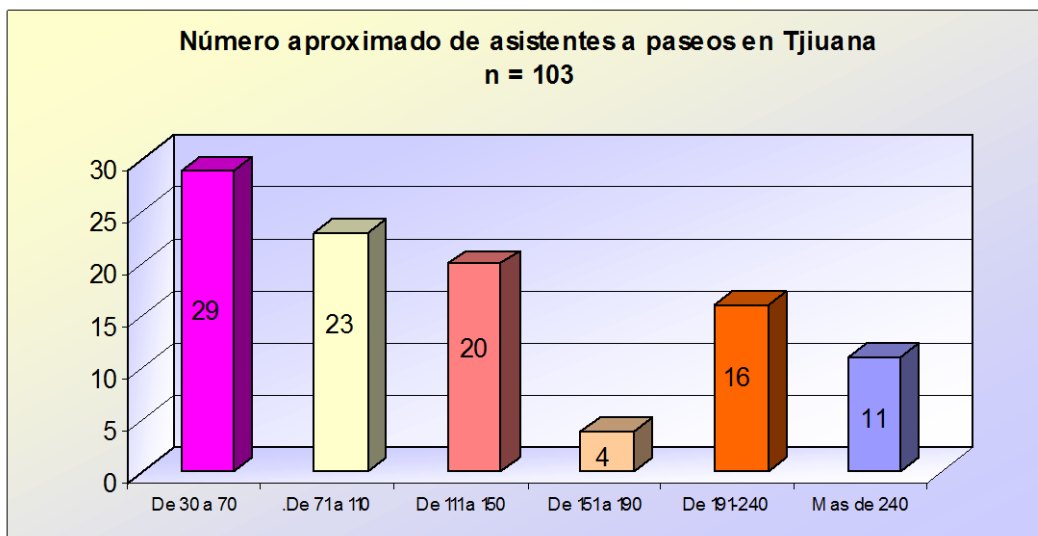
Gráfica No. 42

Los meses en los que las escuelas realizaron más paseos a sitios de Tijuana fueron: mayo con 16% de incidencias, septiembre con 23%, octubre con 25% y 14% en noviembre. Otros meses fueron mencionados con menor incidencia.



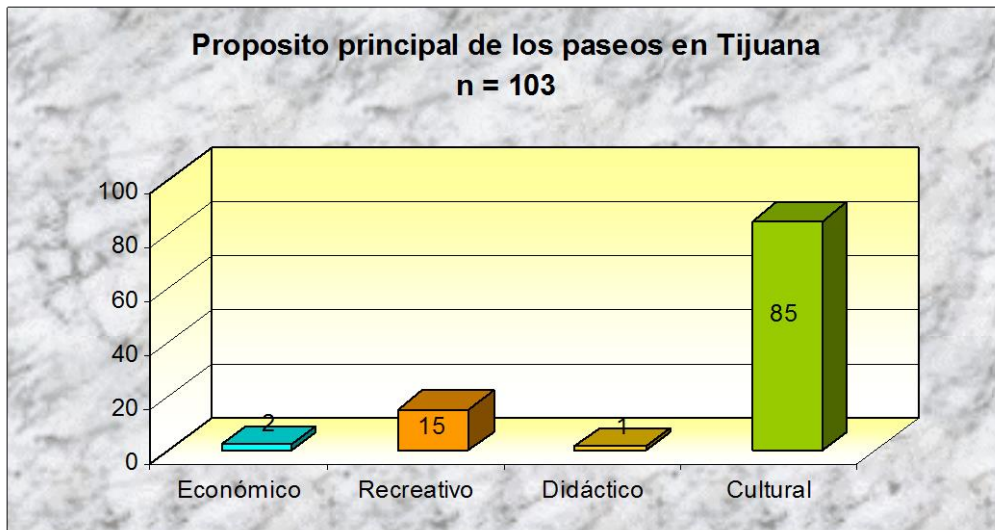
Gráfica No. 43

El costo aproximado de paseos en Tijuana es de 5 a 25 pesos en un 53% de los casos, de 26 a 45 pesos en un 30% y de forma gratuita un 10%. Otros rangos fueron mencionados con menor incidencia.



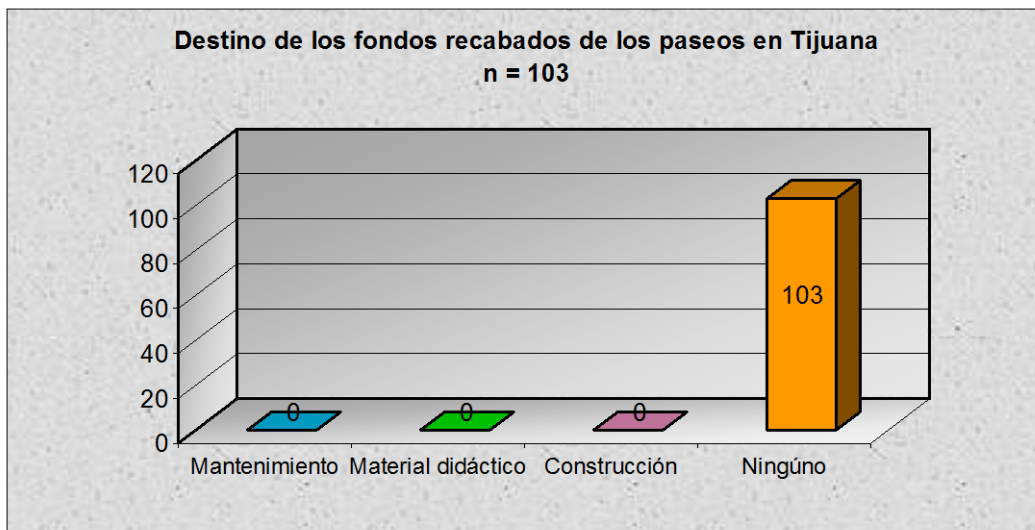
Gráfica No. 44

Se observa que el número de asistentes a paseos en Tijuana es de 30 a 70 estudiantes en el 28% de los casos, de 71 a 110 en el 22%, de 111 a 150 en el 19%, de 151 a 190 en el 4%, de 191 a 240 en el 15% y el 12% mas de 240.



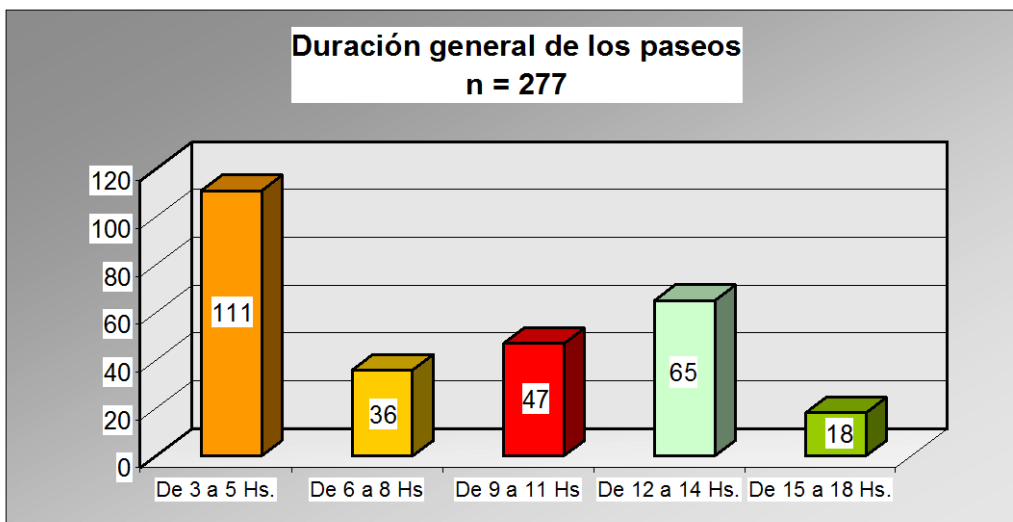
Gráfica No. 45

El propósito principal de los paseos en Tijuana es el recreativo en el 15% de los casos y el 83% el cultural. Otros propósitos fueron mencionados con menor incidencia.



Gráfica No. 46

La generalidad de los directores de las escuelas que realizan paseos en la ciudad de Tijuana, señalan que no tuvieron fines lucrativos.



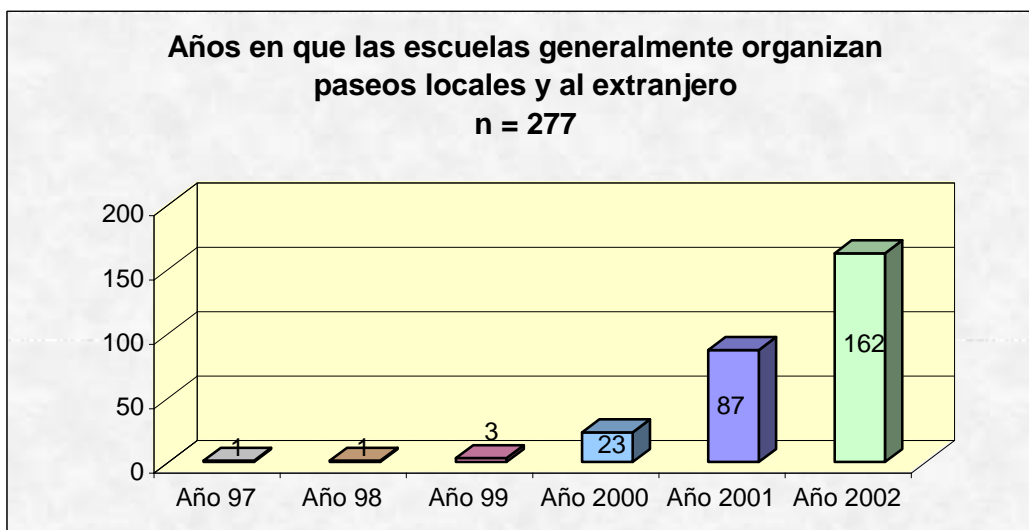
Gráfica No. 47

Los paseos en el estado y en el extranjero en términos generales presentan las siguientes variaciones en cuanto a su duración: de 3 a 5hrs un 40% de los casos, de 6 a 8hrs 13%, de 9 a 11hrs 17%, de 12 a 14hrs 23% y de 15 a 18hrs el 7% de los paseos.



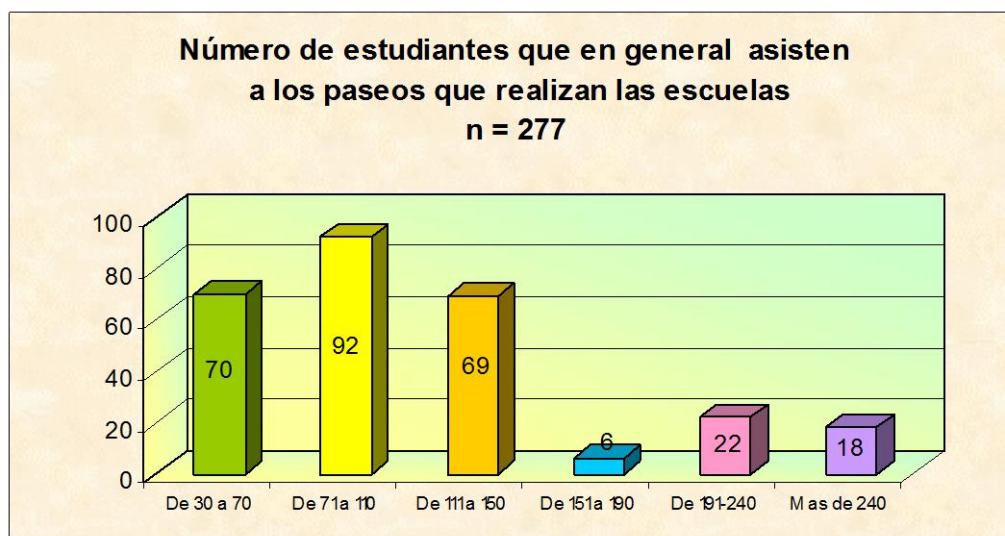
Gráfica No. 48

En esta grafica se observa de manera general que las escuelas realizaron mas paseos en los meses de mayo con 18% de incidencias y 46% en octubre. Otros meses fueron mencionados con menor frecuencia.



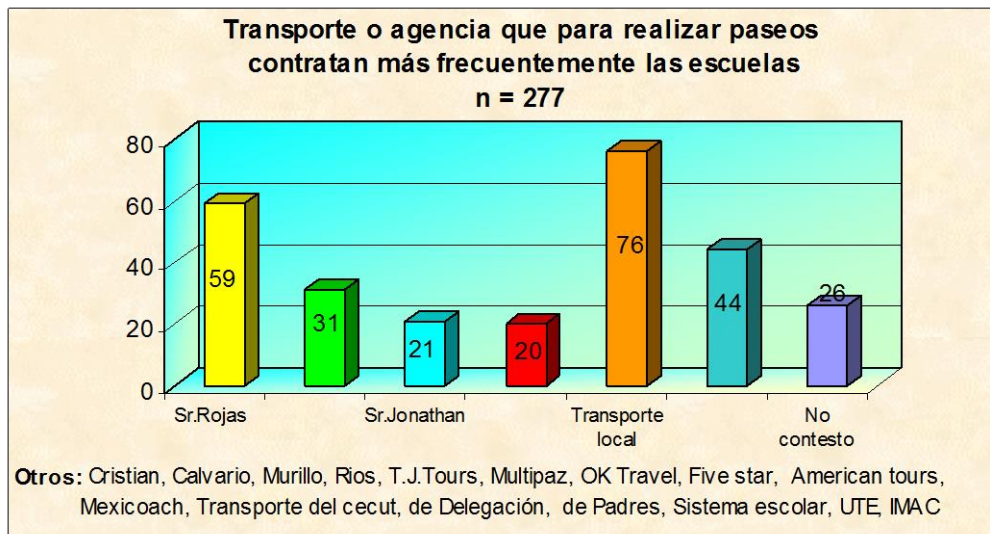
Gráfica No. 49

Las escuelas organizaron su último paseo con mayor frecuencia en el año 2000 en el 8.3% de los casos, en el 2001 en el 31.4% y en el 2002 en el 58.4%. Pocas son las escuelas que tienen mas de 3 años sin realizar viajes.



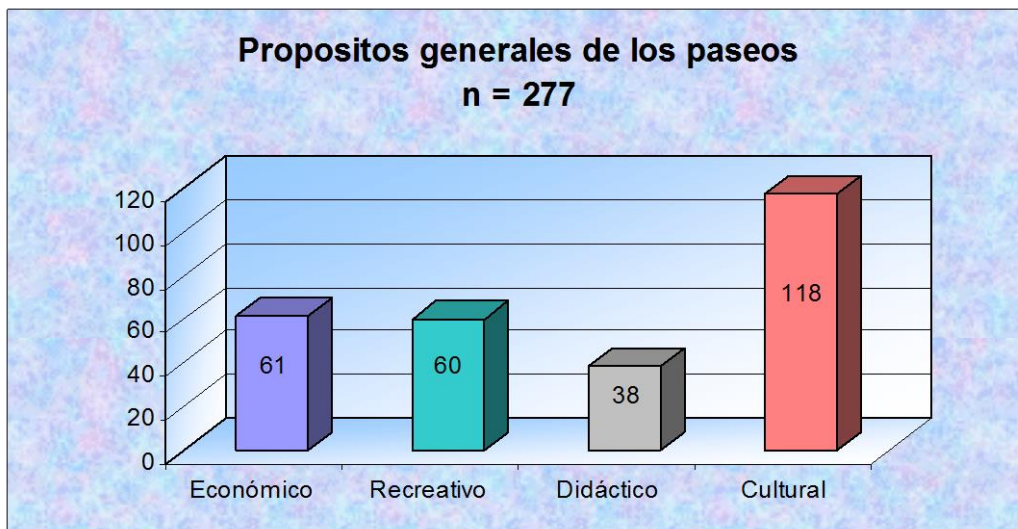
Gráfica No. 50

Se observa que en general el número de asistentes a los paseos es de 30 a 70 estudiantes en el 25.2% de los casos, de 71 a 110 en el 33.2% y en el 24.9% de 111 a 150. Otros rangos de asistentes fueron mencionados con menor incidencia.



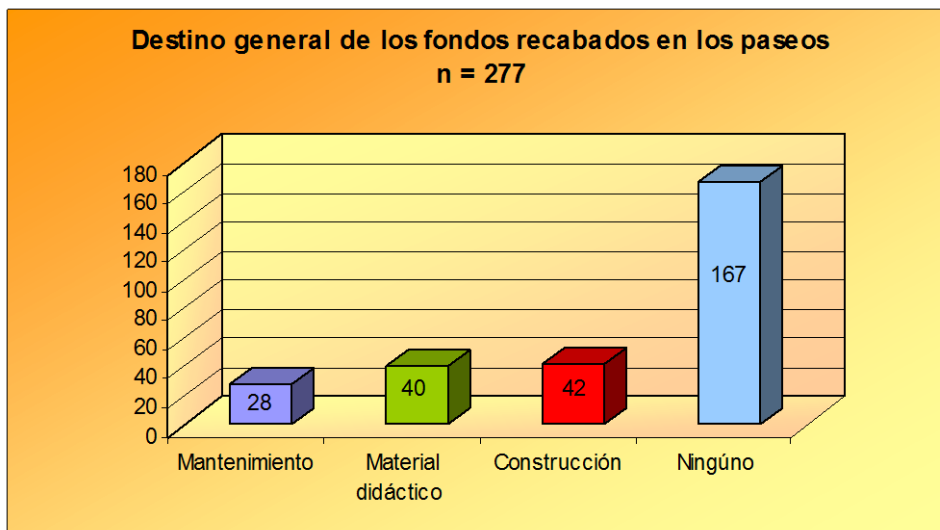
Gráfica No. 51

Las empresas de transporte o agencias que con mayor frecuencia contratan las escuelas para realizar tanto sus paseos locales como al extranjero son con un 23% de incidencias el Sr. Rojas, con 12% el Sr. Gutiérrez, 8% el Sr. Jonathan y el Sr. Ferreiro respectivamente, 30% contrata transporte local y el 18% otro tipo de transportes.



Gráfica No. 52

En general los propósitos principales de los paseos son en el 22% de los casos el económico, en el 21.6% recreativo, en el 13.7% didáctico y en el 42.6% el Cultural.



Gráfica No. 53

Los fondos recabados por concepto de los paseos que realizan las escuelas en la localidad y al extranjero, en general se destinan en un 10.1% de los casos al mantenimiento escolar, en el 14.4% a material didáctico, en el 15.2% a construcción y en el 60.3% de los casos no tuvieron fines lucrativos.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En términos generales las escuelas primarias públicas del municipio de Tijuana, realizan de uno a tres paseos al año.

La idea de organizar un paseo surge principalmente de los maestros y la decisión final de su realización es compartida entre los maestros y el director. La decisión de a que sitio se realizará el paseo la toman mayoritariamente los maestros, y en algunos casos la comparten con el director y con estudiantes.

La organización de los paseos la mayoría de las veces está a cargo de una comisión de maestros, y en otras ocasiones de un solo maestro o del director. Contactar el transporte que se utiliza para el traslado de estudiantes a los paseos está a cargo de una comisión de maestros, mientras que la firma de su contrato respectivo es una función que realiza el director de la Escuela.

Una vez definido el destino y el costo del paseo, los maestros están a cargo de cobrar el costo del mismo a los padres de familia, quienes participan en la organización de paseos principalmente dando su visto bueno, aportando el costo y, en algunos casos, acompañando a los profesores y auxiliándolos en el cuidado de los estudiantes.

En un paseo, a cada profesor y padre de familia voluntario se le asignan de 10 a 15 estudiantes para su supervisión y cuidado. En caso de menores del primero, segundo y tercer grado el número de estudiantes que se les asigna suele ser más reducido.

Cuando se realizan paseos locales o al extranjero, con excepción del seguro del transporte en caso de accidentes en carretera, los estudiantes no cuentan con algún seguro que los cubra en caso de accidente en los sitios visitados.

En los paseos que se realizan en la localidad y al extranjero generalmente no se presentan problemas serios, con excepción de algunos casos de indisciplina, impuntualidad, estudiantes extraviados e incidentes menores.

Algunos sitios de Rosarito y Ensenada a los que se recomienda llevar de recorrido a los estudiantes son: Calafia, Foxploration, Cuenca Lechera y Viñedos del Valle de Guadalupe.

Entre los sitios de Tecate y Mexicali a los que se recomienda llevar de recorrido a los estudiantes son: el Museo Arqueológico Vallecitos y el Museo Sol del Niño.

Entre los sitios de Tijuana a los que se recomienda llevar de recorrido a los estudiantes son: el Centro Cultural y Turístico de Tijuana (Cecutt) y el Museo de Cera.

Las enseñanzas que se deben reforzar en los recorridos turísticos culturales que se realicen son: la historia de los municipios, las misiones, y las comunidades indígenas de Baja California.

Existe interés de los directores en la participación de sus estudiantes en recorridos programados a sitios turísticos, culturales y naturales del estado.

Los directores de escuelas primarias están dispuestos a colaborar en la promoción y evaluación de recorridos a sitios turísticos, culturales y naturales del estado.

Los sitios de Estados Unidos a donde las escuelas llegaron a realizar paseos mas frecuentes son el Zoológico de San Diego y Disneylandia en Anaheim, California.

Los paseos a Estados Unidos tenían una duración, en términos generales, de 12 a 14 horas pero variaban desde 6 hasta 18 horas, dependiendo de las características del lugar y la distancia a la que se encontraba el sitio.

Los meses en que las escuelas realizan mas paseos a sitios recreativos de Estados Unidos son en orden de prioridad en Octubre, Mayo y Julio.

El costo de los paseos a Estados Unidos varía desde \$ 10 hasta \$ 50 dólares, dependiendo del sitio a donde se realizan y de los descuentos otorgados por los parques o museos.

La asistencia a paseos a sitios en Estados Unidos es desde 30 hasta 150 estudiantes, dependiendo del número de grupos escolares asistentes.

El propósito de los paseos a Estados Unidos llegó a ser en orden de prioridad el Económico, el Didáctico, el Recreativo y en último término, el Cultural.

Las escuelas destinan los fondos recabados por paseos realizados a Estados Unidos principalmente a construcción, mantenimiento y material didáctico, solo algunas escuelas los realizaban sin fines lucrativos.

Los sitios de Rosarito y Ensenada a los que las escuelas realizan mas paseos son: Foxploration y la Cuenca Lechera.

Los sitios de Tecate y Mexicali a los que las escuelas realizan mas paseos son: el Museo Sol del Niño y el Museo Arqueológico Vallecitos.

La duración de los paseos a Rosarito y Ensenada es en promedio de 6 a 8 hrs. y dependiendo de la distancia del destino y tiempo de permanencia en el sitio puede llegar hasta 11 horas.

La duración de los paseos a Mexicali y Tecate es respectivamente de 9 a 11hrs. y de 6 a 8 hrs.

Los meses en que las escuelas realizan mas paseos en Baja California son en orden de prioridad Mayo, Abril, Junio, Octubre y Noviembre.

El costo aproximado de los paseos a Rosarito y Ensenada es generalmente de \$96 a \$130 pesos, pero en algunos casos llega a ser de \$25 a \$60 pesos.

El costo aproximado de los paseos a Tecate y Mexicali es en su mayoría de \$131 a \$165 pesos, y en algunos otros casos llega a ser de \$166 a \$200 pesos.

En general el número de asistentes a paseos en los municipios de Rosarito, Ensenada, Tecate, Mexicali y Tijuana es desde 30 hasta 240 estudiantes dependiendo del número de grupos escolares asistentes al paseo.

El propósito principal de los paseos a Rosarito, Ensenada, Tecate y Mexicali es en orden de prioridad el Cultural, el Recreativo, el Económico y el Didáctico.

Los paseos que se realizan a Rosarito y Ensenada generalmente no tienen fines lucrativos, pero cuando se llegan a recabar algunos fondos se utilizan en material didáctico y mantenimiento.

Los fondos que se recaban por concepto de paseos a Tecate y Mexicali se destinan mayoritariamente en material didáctico y en menor medida a mantenimiento.

Los sitios a los cuales las escuelas realizan mas paseos en Tijuana, son el Centro Cultural y Turístico de Tijuana (Cecutt) y el Parque Morelos.

La duración de los paseos a sitios de Tijuana es en general de 3 a 5hrs.

Los meses en los que las escuelas realizan mas paseos a sitios de Tijuana son en orden de prioridad Octubre, Septiembre, Mayo y Noviembre.

El costo de los paseos en Tijuana varía entre los \$5 y los \$25 pesos, pero pueden llegar a costar desde \$26 hasta \$45 pesos o ser gratuitos, dependiendo del sitio a donde se realicen y los descuentos y subsidios que se obtengan.

Los paseos que realizan las escuelas en Tijuana en general no tienen fines lucrativos y su propósito principal es el cultural y en menor medida recreativo.

Los paseos que realizan las escuelas en el estado y al extranjero tiene una duración que varía desde 3 hasta 18 horas, dependiendo de la distancia y tiempo de permanencia en el sitio que se visita.

Los meses en que se realizan mas paseos en general son mayo y octubre.

La mayoría de escuelas organizaron su último paseo en los años 2002, 2001 y 2000, pocas son las escuelas que tienen mas de 3 años sin realizar viajes.

Los propietarios de transportes que contratan más las escuelas para realizar paseos locales y al extranjero son, en orden de prioridad, autobuses locales y a las personas físicas identificadas como los señores: Rojas, Gutiérrez, Jonathan y Ferreiro.

Los paseos que realizan las escuelas al extranjero, además de los fines recreativos que incluyen, les sirven para recabar fondos para construcción, material didáctico y mantenimiento escolar; los que realizan en la localidad en general no persiguen fines lucrativos.

Perfil del turismo escolar infantil en Tijuana.

Hasta octubre del 2002, las escuelas de nivel básico de Tijuana organizaban frecuentemente paseos a centros recreativos de California en los Estados Unidos de Norteamérica, El sitio se determinaba en función del descuento que se ofreciera para tener la posibilidad de obtener fondos para gastos escolares no cubiertos por las autoridades educativas. Sin embargo, éste tipo de paseos se suspendió debido a nuevas políticas de internación de ese país, pero se continúan organizando paseos a destinos turístico, culturales y naturales de las ciudades Tijuana, Rosarito, Ensenada, Mexicali y Tecate Baja California los cuales involucran las siguientes características y atributos:

Atributos: Los paseos no son parte del programa escolar; se realizan de una a tres veces al año; persiguen fines recreativos y culturales más que lucrativos; la cantidad de asistentes varia entre 30 y 150 estudiantes dependiendo el número de grupos participantes; su fecha de realización varia en el transcurso del año especialmente en los meses Mayo, Abril, Junio, Octubre y Noviembre; su duración varia desde tres hasta doce horas y su costo desde gratuitos hasta 200 pesos dependiendo del sitio destino y distancia del mismo; los sitios turísticos culturales a donde se realizan son usualmente: El Cecutt, Parque Morelos, Foxploration, Cuenca Lechera, Calafia, Valle de Guadalupe, Museo Sol del Niño y el Museo Arqueológico Vallecitos.

Integrantes: En la organización de los paseos se identificaron tres integrantes que son los maestros, el director y los padres de familia, éstos últimos exclusivamente aportando el costo dando su visto bueno al paseo, y apoyando a los maestros en el cuidado de los estudiantes.

Transporte: Se recurre a empresas transportistas particulares y en ocasiones a instituciones públicas que envían información impresa y folletos, ofreciendo sus servicios a las escuelas.

Roles funcionales: Los roles identificados que asumen los participantes en el proceso de los paseos escolares⁹⁹, se clasifican en iniciadores, influenciadores, compradores y usuarios.

Iniciadores: Los primeros en plantear la idea de realizar el paseo son generalmente los maestros, la cual es apoyada por el director.

⁹⁹ Zamora, Jorge. “Centro de compras escolar para giras de estudio. El caso de colegios particulares y subvencionados en Talca, Chile”. Departamento de Administración, facultad de Ciencias Empresariales. Universidad de Talca, Chile. 2001.

Influenciadores: La decisión final de realizar el paseo es tomada por el director en consenso con los maestros, mientras que la decisión del sitio destino del paseo la toman los maestros en consenso con el director.

Influenciadores funcionales: Los resultados evidencian que los maestros y el director ejercen su influencia en todos los aspectos del paseo. El director tiene una alta incidencia en la autorización del paseo y en la fecha del mismo.

Posteriormente, los profesores también asumen el papel de influenciadores con sus estudiantes, motivándolos a participar en los paseos.

Los estudiantes a su vez, influyen en la decisión del padre de familia al solicitarle no solamente el permiso para asistir al paseo, sino además, el dinero para cubrir el costo del mismo.

Compradores: Los maestros son los encargados de conseguir información, presupuestos, tarifas y descuentos para transporte y para entrar a los sitios a donde se llevará a cabo el paseo. pero la responsabilidad de contratar concierne al director.

Los padres de familia también son compradores dado que asumen el costo del paseo.

Usuarios: Además de los estudiantes, también son usuarios los profesores y padres de familia que asisten al paseo para supervisar y cuidar estudiantes.

Organización: En la mayoría de los casos los maestros, en comisiones o en lo individual, se hacen cargo de las tareas que involucra la organización del paseo, lo cual no significa que el director permanezca al margen y que en otros casos se encargue personalmente de la misma.

Proceso más común para la realización de paseos:

1. Se toma la decisión y se planea el paseo entre los maestros y el director de la escuela. (Lugar, fecha y horario del paseo, asignación de comisiones para las diferentes tareas, etc.)
2. Se solicitan cotizaciones y se contrata la empresa de transporte con mejor precio y servicio, así como el costo de entrada al centro recreativo, cultural o turístico al que se planea el paseo.
3. Se envía con los niños un comunicado a los padres de familia para informarles del paseo, solicitándoles su firma de autorización aceptando la asistencia del niño y el pago respectivo. En paseos a Estados Unidos se les pide notificar si el niño dispone o no de pasaporte y visa.
4. Se solicita la autorización del paseo mediante oficio al jefe del departamento de educación de nivel primaria con copia a la inspectora de la zona escolar. En la solicitud se exponen las características y objetivos del paseo, y se incluye la lista de niños y maestros que asistirán.
5. En el caso de los paseos a los Estados Unidos se elabora un oficio especificando el lugar y ciudad a donde se planea viajar, se anexa la lista de niños que no tienen pasaporte y maestros que asistirán, y se llevan al consulado americano para obtener el permiso de cruce respectivo.

En el caso de los directores de escuelas entrevistados, se encontró que ninguno de ellos recibe apoyo del gobierno municipal de Tijuana, o del gobierno del estado de Baja California, para llevar a cabo sus paseos escolares. Aún cuando ambos órdenes de gobierno ubican a la cultura, la educación y al turismo como prioridades en sus respectivos planes y programas de gobierno. En todo caso, se puede afirmar que las empresas del vecino estado de California son quienes subsidian o patrocinan a los estudiantes de nivel primaria de Tijuana, al otorgarles entradas gratis o costos reducidos; mientras que las instituciones

estadounidenses, particularmente el Sistema de Inmigración y Naturalización (SIN), otorga permisos temporales sin costo, por un día, a los estudiantes que no tienen pasaporte y visa vigentes. El costo del trámite para obtener el pasaporte mexicano es de \$510 pesos, y la visa americana asciende a \$90 dólares americanos, aproximadamente.

Ni la Secretaría de Turismo del estado ni el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, proporcionan asistencia a las escuelas primarias para obtener mejores condiciones en la renta del servicio de transporte turístico que requieren para sus paseos.

Por otra parte, la participación de las autoridades educativas se limita a aprobar los permisos para que las escuelas realicen sus paseos, presentar las solicitudes debidamente aprobadas para ser presentadas al Servicio de Inmigración y Naturalización de los Estados Unidos. En ningún caso participan en la evaluación de los resultados de los paseos, situación que debería atenderse en virtud de la gran cantidad de paseos que se realizan por motivos didácticos, recreativos o culturales en el estado de Baja California y hacia California.

Al realizar una comparación entre los sitios de Baja California y California que visitaban los estudiantes de nivel primaria en sus paseos, contra los contenidos del programa de historia, geografía y educación cívica de tercer grado de primaria, se encontró que los paseos tienen escasa o nula relación con los objetivos informativos y formativos de dicho programa. Generalmente los paseos no establecen expresamente los resultados esperados para los estudiantes después de haber participado en ellos.

Existen otro tipo de documentos que pueden auxiliar a los directores y profesores en el diseño de futuros paseos o excursiones escolares, tales como la monografía estatal de Baja California, la cartilla escolar turística que edita la Secretaría de Turismo del estado, o incluso, los programas de prevención contra el uso de

drogas que también se difunde en las primarias, entre otros, que incluyen actividades en las que puede y deben participar los estudiantes del nivel primaria.

Respecto a la derrama económica generada por este segmento de excursionistas, al que poca importancia otorgan las autoridades turísticas y educativas del estado y del municipio, los resultados indican la oportunidad de definir políticas turísticas específicas que permitan incorporar estos beneficios a la economía local.

Considerando un nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error de 8%, se encontró que cada estudiante realiza un gasto promedio de \$ 24.30 dólares americanos en cada paseo que realiza hacia Estados Unidos. El cual puede oscilar entre \$ 22.40 y \$ 26.30 dólares, considerando el margen de error preestablecido. Este gasto considera únicamente el servicio de transporte terrestre y la entrada al parque o museo que se visita. No incluye otros gastos como alimentos, bebidas o compra de recuerdos [*souvenirs*] en los lugares visitados. Con base en evidencias empíricas, para tales conceptos se puede estimar un gasto promedio adicional de \$ 15 dólares por estudiante. Lo que arrojaría un gasto promedio total de \$ 39.30 dólares que, considerando el margen de error, fluctuaría entre \$36.15 y \$ 42.44 dólares. Si se compara el gasto promedio por estudiante (\$ 39.30 dólares) contra el gasto que realiza un visitante extranjero que visita Tijuana y no pernocta en la ciudad, con una estancia promedio de 3 horas (\$ 49.8 dólares), observaremos que la diferencia es de sólo \$ 10.50 dólares, a favor de los turistas.

Con el propósito de estimar el valor total de este segmento de mercado, se plantearon los siguientes escenarios :

Primero .- Si la población total atendida en las escuelas primarias públicas del municipio de Tijuana es de 144,157 estudiantes; cada estudiante realiza un gasto promedio de \$ 39.30 dólares en sus paseos hacia Estados Unidos, y únicamente

viaja el 10% (14,415) estudiantes una vez al año. Arrojaría una derrama total estimada en \$ 566,509 dólares americanos.

Mientras que 14, 415 turistas extranjeros que visitan la ciudad por horas, sin pernoctar; con un gasto promedio de \$ 49.8 dólares. Arrojarían una derrama total estimada en \$ 717,867 dólares americanos

Segundo .- A partir del escenario anterior, y modificando el total de estudiantes que viajarían una vez al año, 50% (72,078). Se obtendría una derrama estimada en \$ 2'832,665 dólares americanos. Mientras que la misma cantidad de extranjeros con un gasto promedio igual al escenario anterior, generarían una derrama estimada en \$ 3'589,484 dólares americanos.

Tercero .- Extrapolando estos datos a nivel estatal, se obtendría que el total de alumnos en primarias públicas asciende a 309,784 estudiantes. Cada estudiante realiza un gasto promedio de \$ 39.30 dólares y únicamente viaja el 10% (30,978) estudiantes una vez al año. Se obtendría una derrama total estimada en \$1'217,435 dólares americanos.

Si viajaran el 50% de los estudiantes (154,892), una vez al año. Con un gasto promedio de \$39.30 dólares americanos. Se obtendría una derrama total estimada en \$6'087,255 dólares.

El número promedio de asistentes en un paseo a California es de 108 estudiantes.

Es muy probable que esta derrama económica no se perciba por las autoridades, empresas y organizaciones del municipio y del estado, debido a que se da a muy baja escala pero de manera constante durante todo el año, presentando una mayor incidencia en los meses de Octubre, Mayo y Julio, en orden de importancia.

Los paseos organizados hacia Baja California resultaron ser los de menor incidencia, sobresaliendo los realizados en la misma ciudad. 40 escuelas primarias realizaron viajes a las ciudades de Rosarito y Ensenada. En cada paseo asistieron un promedio de 94 estudiantes; el costo aproximado varió entre \$ 78 y \$ 92 pesos. La derrama máxima total estimada por viaje, se calculó en \$ 8,648 pesos. Sin incluir gastos de alimentación, bebidas o recuerdos. Lo que significa que entre las 40 escuelas generaron una derrama estimada en \$319,976 pesos.

19 escuelas primarias llevaron a cabo viajes a las ciudades de Tecate y Mexicali.

En cada paseo asistieron un promedio de 103 estudiantes; el costo promedio varió entre \$ 94 y \$ 111 pesos. La derrama máxima total estimada por viaje, se calculó en \$ 11,433 pesos. Sin incluir gastos de alimentación, bebidas o recuerdos. Lo que significa que entre las 19 escuelas generaron una derrama estimada en \$ 194,361 pesos.

En total, todos los paseos hacia ciudades de Baja California generaron una derrama estimada en \$ 514,337 pesos.

Lo anterior indica que los viajes hacia ciudades o localidades del mismo estado, han aparecido como una opción viable para las escuelas primarias del municipio de Tijuana.

En resumen, resalta el hecho de reconocer a este segmento como una fuente importante de ingresos para las empresas y organizaciones del vecino estado de California. El cual debe ser atendido y aprovechado por las empresas, organizaciones y ordenes de gobierno de Baja California, procurando reorientar el flujo de estudiantes y derrama económica hacia otras comunidades del estado y, tratar de reducir la fuga de divisas por este concepto, beneficiando a los servidores turísticos mexicanos.

Además, el identificar la importancia educativa, social y cultural de que los niños de Baja California conozcan y valoren la cultura local, vivan la experiencia de enriquecer su percepción de un entorno multicultural-binacional cultural fronteriza, producto de sus excursiones escolares a sitios del Sur de California, da la pauta para construir un nuevo enfoque estratégico que de cómo resultado un programa de recorridos turístico-culturales para estudiantes del nivel primaria, que a partir de estos elementos genere valor público incorporándolos formalmente a los programas escolares, asociándolos a los contenidos de los cursos de nivel primaria y, sobre todo, estableciendo previamente los resultados esperados de esas excursiones tanto en lo educativo como en lo formativo para estar en posibilidad de evaluar objetivamente todo el esfuerzo realizado.

Asimismo, al conceptualizar a las excursiones como una extensión y complemento de un proceso educativo integral, permitiría a los directores de escuelas primarias y funcionarios públicos del Estado, conformar una red social al incorporar a los padres de familia en la toma de decisiones educativas de los viajes en los que participan sus hijos, y convocando a los diversos actores empresariales, y sociales que participan en tan formativa y enriquecedora actividad. “la capacidad de producir *valor* de una organización humana –valor pecuniario u otro- se asocia naturalmente, en lo medular, a la capacidad de producir ese mismo “*valor*” por parte de los individuos que la componen. Así el “*valor de la red*” es una suerte de sumatoria del “*valor de los individuos*”¹⁰⁰

Sin lugar a dudas, los principios rectores de esta red, deben propiciar relaciones colaborativas entre sus miembros, desarrollarse en una marco de plena confianza y privilegiar la eficacia administrativa basada en resultados.

¹⁰⁰ “Vignolo Friz, Carlos. “Sociotecnología: Construcción de Capital Social para el tercer milenio”. Revista reforma y democracia. Centro Latinoamericano en Administración para el Desarrollo. No.22, Febrero 2002. Caracas, Venezuela. P.7.

De esta manera, al involucrar a los actores sociales y a los ciudadanos en este esquema de gestión pública, la creación del valor público sería percibida por otros sectores de la sociedad y contribuirían no solo a la generación de un nuevo capital social que apoye la puesta en marcha del nuevo enfoque, sino que también activaría mecanismo de eficiencia en la gestión pública.

CAPITULO V

CONCLUSION

Para la realización de los paseos escolares existe un proceso sistemático de organización, toma de decisiones e implementación en el que únicamente intervienen actores internos de las escuelas primarias : directores, profesores y en menor medida padres de familia. Otros actores externos, que representan a instituciones o instancias de gobierno, y que podrían potencializar los efectos positivos de estos paseos no participan ni colaboran en su planeación y realización. Tal es el caso de la Secretaría de turismo del Estado, La Secretaría de Educación Pública de Baja California, el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, el departamento de turismo municipal, entre otros.

Los paseos y recorridos que realizan las escuelas primarias de Tijuana, tanto hacia Estados Unidos como en el Estado de Baja California, obedecen más al interés y participación de los directores y profesores de las escuelas, que a programas o estrategias previamente definidas por autoridades educativas, turísticas ó culturales de los gobiernos municipales y estatal de Baja California.

Los sitios que se incluyen en los paseos escolares, generalmente son propuestos y seleccionados por los directores, profesores y principalmente por las personas físicas a quienes contratan para esos recorridos. Muy pocas empresas realizan programas de promoción y venta de sus servicios directamente a las escuelas primarias, lo que ocasiona que sean los intermediarios quienes, por así convenir a sus intereses, seleccionan los recursos, atractivos y servicios turísticos y culturales que se incluyen en los recorridos de los estudiantes de nivel primaria de Tijuana.

Para determinar un programa de recorridos turístico-culturales para estudiantes de nivel primaria en Tijuana, se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones: El total de escuelas primarias incluidas en el estudio han

realizado paseos escolares, los cuales se desarrollan al margen del proyecto educativo. Sin embargo, lo rescatable es la disposición para realizar excursiones, y la posibilidad de que en un futuro próximo se les incluyan objetivos académicos y actividades asociadas a los contenidos de geografía, historia y al fomento de los valores cívicos, culturales y nacionales; las temporadas en las que las escuelas primarias realizan sus viajes, coinciden con las temporadas de mayor afluencia de visitantes extranjeros a Baja California (Mayo a Octubre). Por lo que al planear y programar los paseos escolares en el futuro, abre la posibilidad de llevarlos a cabo en otros meses del año, de manera tal que permita redistribuir a este tipo de excursionistas en las temporadas del año de menor afluencia turística, propiciando que los servicios turísticos y culturales diversifiquen el tipo de usuarios y extiendan sus beneficios económicos a lo largo del año; hasta este momento, los paseos escolares realizados por las escuelas primarias de Tijuana, al no contar con apoyos de los gobiernos estatal y municipal, se sujetan a las leyes de la oferta y la demanda. Es decir, los costos que pagan los estudiantes no son muy diferentes a los que pagaría cualquier persona por realizar estos recorridos, por lo que resultaría atractivo si no disminuir los costos en el futuro, si por lo menos mantenerlos en los niveles actuales para extender el beneficio a la mayor cantidad posible de estudiantes, de ésta manera las escuelas primarias podrían allegarse de recursos económicos que invertirían en equipamiento y servicios que no pueden cubrir con sus presupuestos regulares; una vez identificada la capacidad de gasto promedio por cada estudiante de nivel primaria, así como el valor económico potencial total de este segmento de excursionistas, se considera que será mas favorable la participación tanto de autoridades estatales y municipales, así como de prestadores de servicios para esos recorridos: transportistas, museos, ranchos, balnearios, etc.; una gran cantidad de servicios, recursos y atractivos turísticos y culturales en el estado se encuentran subutilizados a lo largo del año, debido a la estacionalidad de la demanda, presentando su mayor ocupación en las temporadas de primavera y verano; además de la Secretaría de Turismo del estado, el Municipio de Tijuana y el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, existen instituciones educativas

como la Facultad de Turismo de la UABC y el Conalep, que podrían participar en la planeación, organización y evaluación de los paseos escolares; al cerrarse la posibilidad de que los niños de escuelas primarias públicas de Tijuana, que no tengan pasaporte y visas vigentes puedan viajar por un día a parques de diversiones y sitios culturales del sur de California, se incrementa la posibilidad de que esta situación sea aprovechada para continuar los viajes pero orientados a sitios de Baja California y, sobre todo, como un medio para fortalecer la formación integral del estudiante y desarrollar en él un sentido de pertenencia y valoración de su historia y cultura.

Por lo que se concluye, que a partir de los beneficios educativos, sociales, culturales, turísticos y económicos, existe una alta factibilidad de establecer un programa de recorridos turísticos culturales para estudiantes de escuelas primarias públicas de Tijuana.

Para que las excursiones escolares logren generar valor público y resultados socialmente aceptables por la comunidad, se requiere que los directores de escuelas públicas, definan los contenidos informáticos y formativos que se deben incluir en cada excursión, las temporadas o fechas de año que sean más convenientes para llevarlos a cabo, lo que significa asumir el liderazgo de estas actividades e iniciar un proceso de innovación. Es importante involucrar no solamente a los profesores e inspectores del sistema educativo, sino también a los padres de familia. Los beneficios de conformar esta red, representan al mismo tiempo, el grupo base que legitima el nuevo enfoque y coadyuva en las gestiones posteriores.

Esto permitirá identificar de manera preliminar, los sitios de Baja California y California, Estados Unidos, que se deben incluir en la excursiones escolares. De esta manera, las empresas vistas como proveedores y no como decisores, responderán a los interés de los directores y padres de familia quienes amplían sus derechos de elección, información, participación y reclamación.

Con el propósito de ampliar la red de colaboradores, los Directores deben procurar la incorporación de actores locales que permitan generar cadenas de participación y aprendizaje municipal: Universidades públicas y privadas, organizaciones civiles, etc.

La gestión y negociación con otras instancias públicas estatales y municipales: la Secretaria de Turismo de Baja California, el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, el Departamento de Turismo Municipal, El Instituto de Cultura de Baja California, entre otros, partiendo del hecho de que todo ellos, por mandato de ley o por los programas operativos que manejan, contribuyen, desde su ámbito de especialización, al logro de los objetivos que persiguen las excursiones escolares, por lo que es legítimo y políticamente viable solicitar su participación en la generación del valor público esperado.

Si bien es cierto que este nuevo enfoque es una responsabilidad, o una oportunidad, que le compete tanto a la Secretaria de Turismo, al departamento de Turismo Municipal, al Instituto de Cultura de Baja California, al Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, etc., se ha planteado a los directores de escuelas primarias como el actor central en este proceso de cambio e innovación, debido a que son quienes han realizado y aun continúan realizando excursiones en las que participan los estudiantes de nivel primaria de sus escuelas.

El obstáculo principal que puede enfrentar esta propuesta, consiste en que los involucrados directamente, las autoridades de los gobiernos estatal y municipal, los prestadores de servicios turísticos, los directores y profesores de las escuelas primarias y los padres de familia, al tener una visión parcial de las excursiones, no reconozcan su importancia educativa, cultural, social y económica.

Así mismo, al no identificarse como una situación que deba abordarse de manera integral, no existe un modelo operativo que identifique a los diversos actores involucrados, las actividades o tareas que le corresponden a cada uno de ellos, las fases del proceso en los que deben incorporarse y, menos aún, quien o

quienes deben evaluar los impactos educativos, sociales, culturales y económicos de esta actividad. Razón por la cual se propone un modelo operativo que incluye desde la fase del diseño de los recorridos, hasta la evaluación de los mismos, identificando a los participantes y las actividades que desarrollarán en cada fase del modelo.

PROPUESTA

MODELO DE RECORRIDOS TURÍSTICO CULTURALES, PARA ESTUDIANTES DE NIVEL BÁSICO EN TIJUANA BAJA CALIFORNIA.

Origen del turismo escolar infantil

“El turismo escolar infantil puede situarse en Francia como concepto y como práctica pedagógica, desde la aparición del artículo del profesor Paul Berton, publicado en 1879, en la Revue Pédagogique, donde preconizaban el enriquecimiento de la educación con la práctica de paseos escolares, el fin era utilizar todo lo que llamara la atención de los niños, para lograr un verdadero aprendizaje práctico de las ciencias y la artes.

En México la idea es retomada durante el período porfirista, en el propósito general de los paseos escolares, cuyo objetivo fue lograr que el alumno aprendiera observando las costumbres y las riquezas del suelo para explicar su transformación con la industria.

La organización pedagógica y el plan de estudios de la escuela moderna mexicana se propuso como objetivo principal lograr el desarrollo intelectual, moral y físico de los alumnos, para ello prescribió entre otros aspectos la realización de paseos escolares. innovación pedagógica que se recibió con entusiasmo debido a que representaba una actividad lúdica y de aprendizaje fuera de la disciplina impuesta en el aula escolar”¹⁰¹

No obstante el entusiasmo que generó esta práctica recreativa nunca fue formalmente integrada al programa escolar de nivel básico, por lo que las escuelas generalmente la realizan sin un programa de actividades y objetivos educativos bien definidos.

¹⁰¹ Lucía Martínez Moctezuma, Artículo Educar fuera del aula: los paseos escolares durante el porfiriato Revista Investigación Educativa, México. D.F.

Conceptualización

El turismo escolar infantil es un segmento de turismo alternativo derivado del turismo cultural y el natural que se caracteriza por ser realizado por estudiantes con familias de diversos ingresos, en base a la planeación, organización y promoción del mismo en las escuelas.

Suele recurrir tanto a la oferta institucional como a prestadores de servicios que debido al tipo de segmento suelen reducir el costo de los servicios de transporte, alimentos y acceso a los sitios recreativos, dicho costo es pagado por padres de familia de los estudiantes.

Involucra a estudiantes de nivel básico de ambos sexos, así como a maestros, directores, padres de familia voluntarios y a prestadores de servicio social que se encargan de su supervisión y vigilancia.

El turismo escolar infantil, se define como un tipo de turismo en el cual los estudiantes se involucran en una combinación de actividades turísticas, educativas, recreativas y culturales, que les permiten experimentar algunos conocimientos que reciben en las aulas, a través de visitas a parques de atracciones, ranchos, balnearios, lugares de carácter histórico-cultural, exposiciones monográficas, charlas educativas, etc..

Descripción del Modelo

Es un programa que la Secretaría de Turismo y el Sistema Educativo Estatal de Baja California coordinarán bajo los siguientes lineamientos:

El programa es una opción de los paseos, que en la actualidad realizan las escuelas al margen del proyecto escolar. Su propósito es brindar a los estudiantes de nivel básico la oportunidad de participar en recorridos a sitios de interés turístico, cultural y natural en el estado, como una alternativa educativa y recreativa que les permitirá fortalecer los conocimientos de historia, geografía y

otras materias que reciben en el aula, y despertar su interés cívico y cultural por conocer el estado.

El programa al integrar objetivos educativos a experiencias de turismo, cultura y tiempo libre contribuirá al desarrollo social, personal y cultural del estudiante, y al aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, culturales, históricos, naturales de Baja California, afectando positivamente la demanda turística en tiempo y espacio, generando empleos y aumentando el nivel de actividad del sector.

El programa encuentra su justificación en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General de Educación, el programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica y en la Ley de Turismo del Estado de Baja California.

En el artículo 3ro. De la Constitución Mexicana se establece que “La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y la justicia”.¹⁰²

Al señalar expresamente el criterio que orientará a dicha educación en la fracción II, agrega que “será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social, y cultural del pueblo; será nacional, en cuanto –sin hostilidades ni exclusivismos- atenderá a la comprensión de nuestros problemas, el aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura”.¹⁰³

¹⁰² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación, 27 de septiembre del 2004.

¹⁰³ Ibidem

La participación de los gobiernos estatales, locales y la sociedad en el tema educativo queda de manifiesto en la fracción III del Art. 3ro. Constitucional “El Ejecutivo Federal determinará los planes y programas de estudio de la educación preescolar, primaria, secundaria y normal para toda la república. Para tales efectos, el Ejecutivo Federal considerará la opinión de los gobiernos de las entidades federativas y del Distrito Federal, así como de los diversos sectores sociales involucrados en la educación.”¹⁰⁴

En la Ley General de Educación se sostiene que:

a) “Es imperativo fortalecer la conciencia de la nacionalidad y de la soberanía, el aprecio por la historia, los símbolos patrios y las instituciones nacionales, así como la valoración de las tradiciones y particularidades culturales de las diversas regiones del país”.¹⁰⁵

A su vez en el Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica, se afirma que:

b) “Todo niño debe adquirir un conocimiento suficiente de las dimensiones naturales y sociales del medio en que habrá de vivir así como de su persona, por lo que los organismos educativos estatales deberán incluir en los planes de estudio contenidos, materiales y objetivos educativos que aseguren al estudiante el mejor conocimiento de la historia y geografía, el civismo, las costumbres y tradiciones, la diversidad ecológica y la protección del medio ambiente y los recursos naturales del estado en el que habitan”.¹⁰⁶

En el ámbito local la Ley Estatal de Turismo de Baja California estipula:

c) “Artículo 26, El Turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales los grupos obreros, campesinos, infantiles, juveniles, estudiantes, magisteriales, burocráticos, de trabajadores no asalariados

¹⁰⁴ Ibidem

¹⁰⁵ Ley General de Educación. Diario Oficial de la Federación. México, 13 de julio, 1993.

¹⁰⁶ Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica. *Op. Cit.*

y otros similares tengan acceso a sitios de interés turístico estatal y nacional, histórico, cultural y típico que tengan como objeto lograr el descanso y el esparcimiento familiar, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

Las dependencias y las entidades de la administración pública estatal, coordinarán y promoverán esfuerzos entre ellas y con la de los gobiernos municipales, y concertarán e inducirán la acción social y privada, para el desarrollo ordenado del turismo social.

Artículo 27, La Secretaría escuchando a los organismos del sector, formulará, coordinará y promoverá, para estos efectos los programas de turismo social necesarios, tomando en cuenta en la elaboración de los mismo, las necesidades y características específicas de cada grupo, así como las temporadas adecuadas para su mejor aprovechamiento.

Artículo 28, La Secretaría efectuará acuerdos con prestadores de servicios turísticos, por medio de los cuales se determinen precios y tarifas reducidos, así como paquetes que hagan posible el cumplimiento de los objetivos de este capítulo, para los programas de turismo social.

Artículo 29, La Secretaría promoverá inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones destinadas al turismo social, que tengan por objeto la prestación de servicios turísticos accesibles a la población. Así mismo promoverá la conjugación de esfuerzos para mejorar la atención y el desarrollo de aquellos lugares en que pueda ser susceptible elevar su nivel de vida, mediante la industria turística¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Ley de Turismo del Estado de Baja California, publicada en el Periódico Oficial No.30, de fecha 7 de julio de 1995, tomo CII.

Objetivos del programa

- Fomentar en los estudiantes de nivel básico de los municipios del estado el ejercicio del turismo estudiantil para fortalecer la cultura que promueva el desarrollo turístico regional, estatal y nacional.
- Contribuir a fortalecer en los estudiantes de nivel básico, conocimientos de Geografía, Historia y Ecología de Baja California, así como al fomento de valores cívicos, culturales y nacionales.
- Contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos y atractivos turísticos, culturales y naturales de Baja California.
- Contribuir a incrementar y diversificar la oferta de servicios turísticos para estudiantes, mediante la incorporación de nuevos destinos.
- Consolidar al turismo estudiantil como un actividad responsable de alto contenido pedagógico, respetuosa de culturas y sitios visitados.
- Unir a la ciencia y la sociedad mediante el turismo para obtener beneficios mutuos, mejorando las actividades interpretativas del viaje y dando herramientas al estudiante como intérprete.
- Servir a las escuelas participantes como medio para recabar fondos para solventar algunas de sus necesidades escolares.
- Contribuir a disminuir el problema de la estacionalidad de la demanda y la capacidad ociosa de la oferta de centros turístico recreativos del estado para la generación de fuentes de trabajo.

Operatividad

El programa operará inicialmente en el municipio de Tijuana durante un año, y posteriormente se hará extensivo a los otros municipios del estado. En el participarán estudiantes y docentes de 3º, 4º, 5º y 6º año de primaria bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo y el Sistema Educativo Estatal de Baja California, con el apoyo de prestadores de servicio social de la carrera de turismo de la UABC y de otros centros educativos, empresas y organismos interesados.

Las actividades eje del programa se organizan en las siguientes etapas:

Planeación

En forma de modelo, se definirán las partes del programa y se presentarán a las autoridades coordinadoras para su autorización.(Cuadro 2)

Preparación de recursos humanos y materiales

a) Se reclutarán y capacitarán alumnos de la escuela de turismo y de otros centros educativos que se interesen en prestar servicio social, para realizar actividades dentro del programa.

b) Para el docente se elaborará un manual y una guía en apoyo al trabajo con la cartilla turística y al ejercicio del turismo estudiantil.

Sensibilización y capacitación

Los estudiantes de servicio social capacitados y con el material que proporcione la Secretaria de Turismo del Estado se trasladarán a las escuelas de Tijuana para sensibilizar a los niños sobre la importancia de adquirir una cultura turística y lo valioso de las excursiones promover el turismo; a los docentes se les orientará sobre la realización de recorridos turísticos culturales y el uso y aplicación de la cartilla mediante materiales de apoyo, un cuaderno para iluminar y un manual de recorridos y actividades.

Promoción y difusión

La Secretaria de Turismo del Estado promoverá a través de los medios de comunicación los recorridos turísticos culturales para estudiantes de nivel básico como parte de su programa de turismo social, mientras que la Secretaria de Educación Pública por conducto de sus inspecciones escolares promoverá el programa de recorridos mediante información promocional que proporcione la Secretaria de Turismo, (folletos de destinos turísticos culturales, la Cartilla Turística Estatal, cuadernos para iluminar, 2 audiovisuales uno de contenido estatal y otro regional).

Desarrollo de actividades turísticas

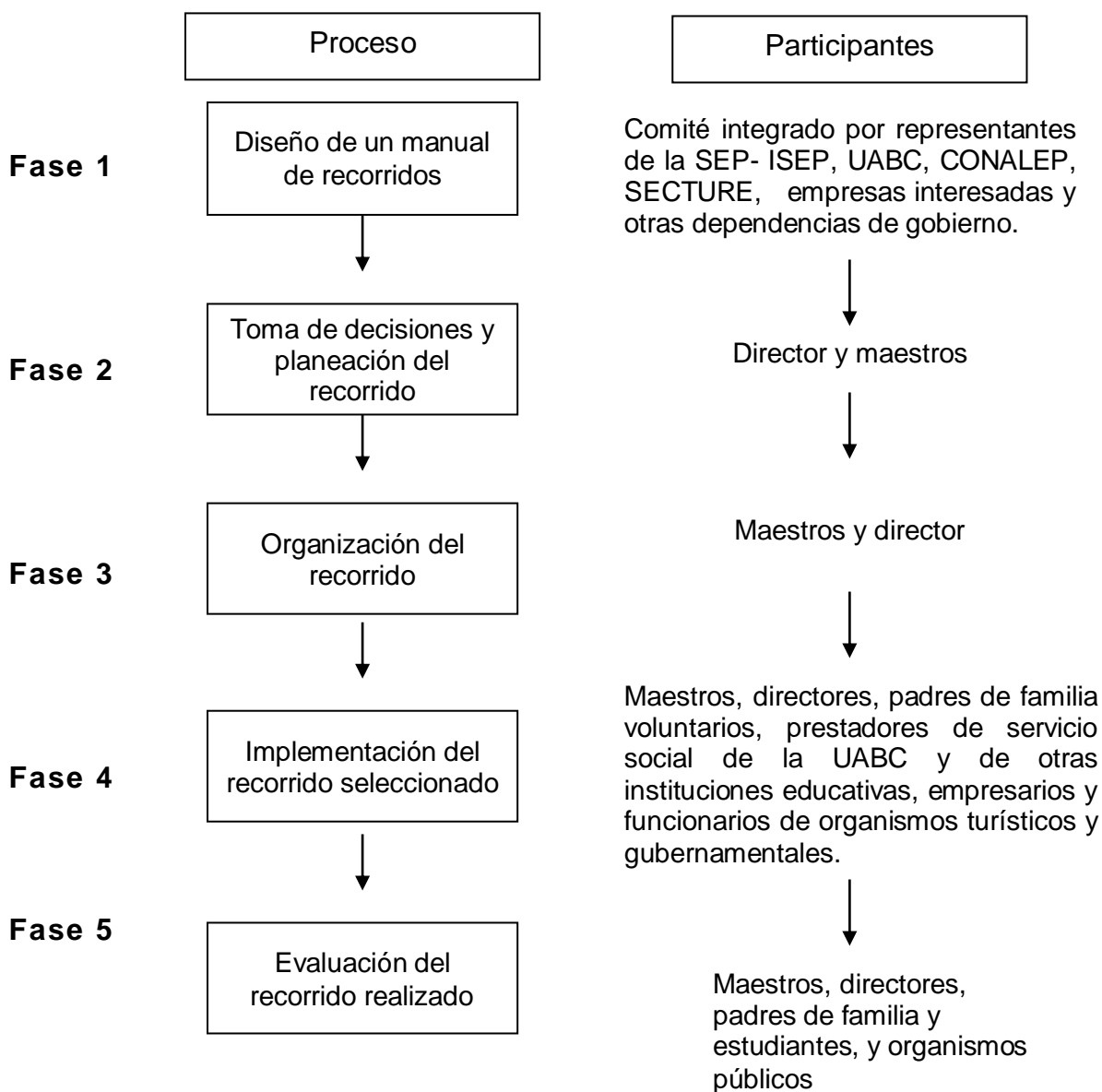
Se lleva a cabo un trabajo didáctico con la cartilla turística. Se proyectan videos. Se efectúan los recorridos turísticos culturales en la localidad y en el resto de municipios del estado.

Los alumnos elaboran un reporte en el que describen lo más relevante del recorrido que realicen. Los docentes motivan la participación de los niños y revisan los reportes en su texto y ortografía, se seleccionan los diez mejores reportes y se distribuyen copias a la prensa, centros culturales y empresas turísticas para ser expuestos a la vista de los habitantes, visitantes o turistas, esperando que al leer dichos reportes surja la curiosidad por visitar el lugar.

Se efectúan certámenes de dibujo, cuentos, leyendas y tradiciones donde los niños plasman sus principales experiencias sobre el ejercicio de su actividad turística y los elementos de la cultura turística, de éstos se seleccionan los tres mejores trabajos y se les entrega un estímulo significativo.

Cuadro 2
Recorridos Turísticos Culturales para Estudiantes
de Nivel Básico en Tijuana Baja California.

Modelo



Fase 1. La elaboración del manual de recorridos estará a cargo de un comité integrado de gente comisionada por la SEP- ISEP, UABC, CONALEP, SECTURE, COTUCO, instituciones de gobierno y empresas interesadas. El manual incluirá itinerario, descripción, localización, tarifas, descuentos y horarios de sitios que por su valor cultural, histórico, natural, turístico y recreativo, son susceptibles de aprovechar para fines educativos y recreativos por los maestros y estudiantes de nivel básico, así como una relación de empresas y costo de transporte para excursiones. El manual también incluirá propósitos, objetivos generales y formas de evaluación de los recorridos, así como recomendaciones y reglas a seguir durante los mismos.

En esta fase, las escuelas interesadas en realizar paseos, identificara las necesidades de infraestructura ó equipamiento que serán atendidas, con la obtención de las utilidades que podrán dejar dichos paseos. Siempre y cuando e estipule esta orientación al inicio del ciclo escolar. De esta manera se da mayor certeza y transparencia al origen y destino de los recursos que se obtengan. Entre los rubros que se pueden beneficiar en las escuela, se encuentran:

- Construcción o terminación de baños, salas de usos múltiples, biblioteca, etc.
- Mobiliario: mesabancos, pizarrones, escritorios, enrejados, etc.
- Equipamiento: maquinas de escribir, computadoras, alarmas, etc.
- Materiales didácticos.

Fase 2. La toma de decisiones y planeación de recorridos estará a cargo del director y de los maestros. Esta fase comprende la selección de destinos, grupos, elaboración de un calendario de recorridos, determinación y consignación de tareas en comisiones o en lo individual. Definición precisa de actividades y objetivos específicos asociados a los temas de geografía e historia de Baja California, ecología y civismo que aparecen en los textos y que previamente los estudiantes deberán haber investigado y estudiado en el aula antes de realizar el recorrido.

Los maestros, en los casos que juzguen convenientes, harán partícipes de la toma de decisiones a los estudiantes permitiéndoles seleccionar el destino del recorrido, siempre y cuando no se afecten los objetivos educativos que se hayan establecido.

En esta fase la secretaria de turismo del estado colaborará distribuyendo por conducto de estudiantes prestadores de servicio social de la Escuela de Turismo o de otra instituciones educativas, folletos promocionales de los municipios y atractivos turísticos culturales que los estudiantes y maestros de las escuelas proyecten visitar.

Fase 3. La organización de los recorridos estará a cargo de los maestros y del director. Los maestros comisionados serán responsables de comunicarse para reservar fechas y confirmar costos con la empresa de transporte así como tarifas y descuentos con la empresa cultural, turísticas o recreativas del destino a donde se haya decidido realizar el recorrido; determinar costo del recorrido en función de sus características particulares; organizar a los estudiantes en micro grupos de acuerdo al grado escolar; organizar a padres de familia que se ofrezcan como voluntarios para vigilar estudiantes durante el recorrido; recibir y entregar a la tesorera de la asociación de padres de familia el pago de estudiantes que asistan.

Los directores por su parte serán responsables de solicitar mediante oficio la autorización del recorrido al jefe del departamento de educación del nivel y a la inspectora de la zona escolar a la que pertenece la escuela, indicando los propósitos y objetivos de los recorridos; enviar un comunicado a los padres de familia informándoles sobre el recorrido que se proyecte realizar, solicitando mediante un formato diseñado para ese fin su autorización para la asistencia del estudiante, así como su aceptación del pago correspondiente. Y por último, será responsable de firmar el contrato con la empresa de transporte que trasladará a los estudiantes, no sin antes asegurarse que el trato se lleve a cabo con una empresa seria con unidades en perfectas condiciones y con el obligatorio seguro contra accidentes.

Fase 4. La realización del recorrido al destino seleccionado involucrará la participación de maestros, directores, padres de familia voluntarios, estudiantes prestadores de servicio social de la UABC y de otras instituciones educativas, empresarios y funcionarios de organismos turísticos y gubernamentales que apoyen o subsidien de alguna forma los recorridos. Durante el recorrido cada maestro, padre de familia voluntario o estudiante prestador de servicio social se hará cargo de vigilar de 10 a 15 estudiantes, así como motivarlos a participar en las actividades que se hayan programado en función de los objetivos educativos, recreativos previstos. Las actividades que se realicen en los destinos del recorrido estarán a cargo de los maestros y/o de los estudiantes prestadores de servicio social participantes.

Fase 5. La fase de evaluación estará a cargo de los maestros ya que son los que tratan directamente con los estudiantes y, por lo tanto, son los más indicados para aplicar un instrumento que mida el cumplimiento de los objetivos educativos previstos para el recorrido. (conocimientos, habilidades y valores reforzados). Es recomendable la participación de los estudiantes para que, desde su perspectiva, evalúen los conocimientos, aprendizajes, valores y actitudes modificadas como producto de su experiencia. El instrumento de evaluación lo diseñará el mismo comité que elabore el manual de recorridos.

Es recomendable realizar una evaluación financiera de cada paseo que se realiza. El grupo evaluador deberá incluir a los profesores, los directivos y los padres de familia, a través de sus órganos de representación, ya sea la mesa directiva, la asociación, etc.; este grupo se asegurará de que las utilidades que se obtengan, se inviertan en los rubros estipulados en la fase 1 del proceso.

Recorridos a sitios culturales, históricos y turísticos recreativos de Baja California

Tecate

Tecate fue fundado el 2 de abril de 1988 convirtiéndose en el cuarto municipio de Baja California. Según historiadores del estado se ignora el verdadero significado del nombre Tecate sin embargo una de las versiones es la de un indígena de nombre Feliciano manteca, que decía que jefes de las tribus de la región se reunían para tener consejo en un lugar en donde se encontraba un gran encino al cual le arrancaban cortezas (tecata) para quemar y calentarse, por lo que la señal para junta era nos vemos en la “tecata”, palabra a la que después los primeros pobladores blancos le cambiaron la ultima letra quedando la palabra Tecate. En la actualidad su población es de 47,005 habitantes.

El municipio de Tecate colinda al norte con los Estados Unidos de América; al este con los municipios de Mexicali y Ensenada; al sur con los municipios de Ensenada y Tijuana; al oeste con el municipio de Tijuana y Estados Unidos de América. Sus coordenadas geográficas extremas son: al norte 32° 38', al sur 32° 11' de latitud norte, al este 115° 55', al oeste 116° 45' de longitud oeste. La extensión territorial del municipio es de 2,746 km². La mayor parte de su territorio es montañosa, con altitudes de más de 1,600 mts.. El clima de tipo seco templado predomina sobre el muy seco semicálido y el templado subhúmedo y semifrío subhúmedo con lluvias en invierno. Su potencial hidrológico es bajo, en lo superficial sólo cuenta con arroyos o corrientes de agua conocidos como las Calabazas, Agua Grande, San Pablo, El Cuartel y Agua Azul, en lo subterráneo cuenta únicamente con el recurso hidrológico del Valle de las Palmas. Prevalece la vegetación matorral, tales como la esclero - aciculifolio, representada por árboles y arbustos como el encinillos, manzanita, pino y chamizo colorado.

También hay el matorral parvifolio sibirnerme en la parte noroeste del municipio, prevaleciendo el ocotillo, choyas, gobernadora, palo fierro, mezcal, palma, etc. Sin embargo es notorio el deterioro en su vegetación.

Dentro de la fauna existen reptiles como la tortuga, lagartija, culebra y serpiente. En las aves están las especies de codorniz de montaña, perdiz chuckar, paloma de collar, huilota, paloma alas blancas y pijía. Los mamíferos tales como liebre de cola negra, coneja audobón, conejo matorralero, ardilla de douglas, coyote, zorra gris, comadreja y zorrillo listado se distribuyen en todo el municipio.

Entre las actividades económicas de Tecate se encuentra la industria cervecera, la agricultura, la ganadería y en menor medida la industria maquiladora y el turismo, actividad que en los últimos años a aumentado debido a la afluencia de un turismo local que especialmente en verano, visitan ranchos, balnearios y otros atractivos recreativos localizados en los alrededores del municipio, así como a un turismo extranjero que llega en un tren museo proveniente del campo California.

Entre sus atractivos se encuentra su parque central; Los ranchos: Ojai Koa, La puerta, La Laguna, Los Chabacanos, Escondida , El Oasis y Hacienda Santa Verónica. Las pinturas rupestres en el Museo arqueológico Vallecitos; Rancho San José; Sitio Arqueológico Piedras Gordas; Sitio histórico Campo Alaska.

Balnearios: Los Sahuaros, Los Alisos, Paradise, Las cascadas, El chaparral, Tecate Beach, Tanama, Los tres potrillos, Mini zoológico y Museo la sirenita. Durante el año concurren vacacionistas de ambos lados de la frontera a eventos tradicionales como la Feria Tecate en Marcha, Gran romería con desfiles y carros alegóricos, además de carreras de bicicletas de montaña y de motocicletas fuera de carretera.

Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido:

Museo arqueológico Vallecitos, zona de vestigios indígenas resguardada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), cuenta con una infraestructura básica: camino de acceso, estacionamiento, sanitarios, caseta de vigilancia y administración. Se localiza en el kilómetro 73 de la carretera Tecate – Mexicali, en la zona se pueden observar restos de cerámica representativos de los antepasados del grupo étnico Kumai que habitaron la región que comprendía desde Santo Tomas Baja California hasta las costas de San Diego California, así como morteros y pinturas rupestres en rocas denominados “conjuntos”: “El Tiburón”, “El Hombre Enraizado”, “Resguardo del Indio”, “Resguardo de los Solecitos” y el más importante del lugar “El Diablito”, porque en el solsticio de invierno (21 de diciembre), un rayo solar penetra al resguardo rocoso por la mañana, tocando directamente los ojos de la figura en color rojo conocida como “El Diablito”. Por las características de la zona se le considera un atractivo cultural histórico de Tecate. Estancia aproximada en el sitio, una hora y media.

El Rancho Ojai Koa, es el rancho turístico recreativo mas atractivo del municipio, se localiza en el Km. 112 de la carretera federal No. 2 de Tecate -Mexicali, cuenta con 40 hectáreas cercadas para la practica de deportes y la convivencia familiar, 7 de las hectáreas están equipadas para la recepción de visitantes. Entre sus servicios e instalaciones se cuentan 19 cabañas de 1 o 2 recamaras, áreas para acampar, asadores, mesas, alberca, yakusi y chapoteadero, mini golf, renta de caballos, canchas de voleibol (dos de arena), tres áreas de juegos infantiles, dos áreas de camping y trailer parks, asadores, salón social para 100 personas, tienda de abarrotes, souvenir, restaurante y billar. Todo ello enmarcado por un magnifico paisaje natural y colorido por encinos y vegetación típica de la región. Estancia aproximada en el sitio, cuatro horas y media.

ITINERARIO DEL RECORRIDO No. 1

8:00 a.m. Reunión en la escuela participante. Organización de grupos y explicación del recorrido a estudiantes y a maestros y padres de familia que colaborarán en la supervisión de estudiantes.

9:00 a.m. Salida hacia el Museo arqueológico Vallecitos. Durante el trayecto organización de cantos y juegos de preguntas y respuestas de lecturas previamente entregadas acerca de los sitios que se visitarán. Tiempo aproximado de camino una hora y media.

10:20 a.m. Llegada al Museo arqueológico Vallecitos. Recomendaciones del guía sobre medidas de seguridad y de comportamiento requerido para la preservación del sitio.

10:30 a.m. Inicio del recorrido. Explicación del guía sobre las figuras pintadas en los conjuntos, así como de otros vestigios encontrados en el sitio. Duración aproximada de una hora y media.

12:00 p.m. Tiempo para un refrigerio de media hora.

12:30 p.m. Salida hacia el rancho Ojai Koa. En el trayecto organización de Juegos de preguntas y respuestas sobre lo explicado por el guía y lo observado en Vallecitos. Duración aproximada de treinta minutos.

1:00 p.m. Llegada al rancho Ojai Koa. Presentación, bienvenida del administrador del rancho y recomendaciones sobre seguridad y comportamiento en el sitio. Duración aproximada de cuatro horas.

Programa de actividades recreativas a realizar durante la estancia en el Rancho Ojai Koa

Recorrido por el rancho para observar la vegetación; juegos y natación en la alberca; Talleres de dibujos; Carreras de costales; Canciones en círculos; Juegos de básquetbol y boleybol.

4:00 p.m. Tiempo para comida.

4:30 p.m. Tiempo libre en el área de juegos.

5:20 p.m. Salida a la ciudad de Tijuana. En el trayecto organización de cantos y Juegos de preguntas sobre lo observado en el Museo arqueológico Vallecitos y en el rancho Ojai Koa.

6:10 p.m. Llegada tentativa a las instalaciones de la escuela primaria participante.

Rosarito

Uácuatay es el nombre de que los indígenas dieron al paraje donde hoy se encuentra el municipio Playas de Rosarito. Uácuatay significa casas grandes y forma parte de la zona de influencia del asentamiento indígena de San José de la Zorra.

Playas de Rosarito, fue fundado en 1952 como una delegación del municipio de Tijuana y en 1994 se convirtió en el quinto Municipio de Baja California. Los primeros exploradores y misioneros que llegaron a la región, la encontraron habitada por tribus de indios seminómadas llamados Kumiai, los cuales construían chozas rústicas de ramas que con el cambio de estación abandonaban en busca de mejores territorios de caza y recolección de fruta. Actualmente se estima que quedan menos de 1500 indígenas de las tribus Kumiai, Cochimi, Paipai, Cucapá y Kiliwa en Baja California. En la actualidad su población asciende a 63,549 habitantes.

Playas de Rosarito se localiza al noroeste del estado en las coordenadas geográficas de 32^o 24' 23" de longitud norte y en los 116^o 01' 47" de longitud occidental, su extensión territorial es de 513.2 Km.², a 25 kms. de la frontera con Estados Unidos, limita al norte y al este con municipio de Tijuana, al sur con el municipio de Ensenada y al oeste con el Océano Pacífico; su clima es mediterráneo de régimen térmico medio, subtipo semiseco extremo; la temperatura media anual es de 16.6^o C con fluctuaciones entre 12^o y 18^o, y una precipitación media de lluvia de 3.81 cm.. Su orografía la conforman los cerros: "El Coronel" y "La Mesa Redonda" y la hidrografía los arroyos "Rosarito", "Guaguatay" y el arroyo/estuario "La Misión".

Posee 45 km. de costa las cuales son parte de un corredor turístico de 140 Km. de largo, una carretera escénica que es la vía terrestre más importante y en mejores condiciones del Estado inicia en Tijuana, hace escala en Rosarito y termina en Ensenada con un aforo anual de casi 8 millones de vehículos.

En cuanto a fauna algunas especies que se encuentra son: Camaleón, Cerceta ala verde, pato golondrino, porrón cabeza roja, pato cucharón, codorniz, coyote, atún, sardina, abulón y langosta. Y se cultivan especies como: ostión, bagre y mejillón.

El turismo es la actividad económica más importante de Rosarito, otras actividades que se realizan en función de la actividad turística, como el comercio y la pesca, también son una fuente importante de empleo, al igual que lo son una planta termoeléctrica de la Comisión Federal de Electricidad, una planta de Petróleos Mexicanos y los FOX Studios Baja. La actividad agropecuaria es mínima y principalmente tiene lugar en pequeñas rancherías del interior del municipio convirtiéndose en la actividad económica básica para los lugareños de estas áreas. El verano es la estación en la se genera su mayor actividad económica.

En Rosarito existen 16 playas; 22 hoteles, algunos con alberca, salones para reuniones sociales y canchas de tenis; 20 trailer parks; 5 agencias de viajes; 91 restaurantes, y desarrollos turísticos como Calafia, Popotla, Puerto Nuevo, Cantamar y la Misión.

Entre sus atractivos se encuentran las playas, la pesca deportiva, el surfing, la gastronomía, y durante el año eventos de atletismo, voleibol de playa, carreras de motocross y bicicleta de montaña y regatas de veleros a los que concurren un sin número de vacacionistas de ambos lados de la frontera.

Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido:

Calafia, es un desarrollo turístico a orillas del mar que se localiza en el Km. 36.5 de la carretera libre a Ensenada, cuenta con un museo que exhibe una amplia variedad de artículos arqueológicos de las culturas de Meso América, las misiones de California, reproducciones de pinturas rupestres y un galeón español del siglo XVI. Según una leyenda española del siglo XV, Calafia fue el nombre de una reina mística que reinó sobre una isla llamada California. Calafia es el único parque mexicano histórico temático en su género en las Californias. Estancia aproximada de 2 horas.

Foxploration, es un parque temático con una nueva propuesta para la industria fílmica, se encuentra en el Km.32.8 de la carretera libre a Ensenada, fue creado para ofrecer al público en general la oportunidad de conocer lo que sucede detrás de cámaras, en un estudio para las filmaciones cinematográficas real y aprender todo lo relacionado con el proceso de producción de una manera divertida e interactiva. Se encuentra junto a los Fox Studios Baja, sitio en donde se filmó la película "Titanic". Estancia aproximada de 4 horas.

Museo wa-kuatay, se encuentra ubicado en uno de los locales del centro comercial del hotel mas antiguo y popular de Rosarito, el "Hotel Rosarito" en el Boulevard Benito Juárez #18, Zona Centro.

ITINERARIO DEL RECORRIDO No. 2

7:30 a.m. Reunión en la escuela participante. Organización de grupos y explicación del recorrido a los estudiantes y a maestros y padres de familia que colaborarán en el cuidado de estudiantes.

8:00 a.m. Salida hacia el hotel Calafia, En el trayecto, organización de cantos y juegos de preguntas de lecturas previamente entregadas acerca de los sitios que van a visitar. Tiempo aproximado de camino una hora y media.

9:00 a.m. Llegada a Calafia. Recorrido guiado por las instalaciones explicando la historia de Calafia y lo expuesto en el museo. Desayuno en el restaurante. Estancia estimada, dos horas.

11:00 a.m. Salida hacia los Estudios Foxploration donde darán un recorrido y conocerán los pasos que se llevan a cabo para realizar una película, y tomaran parte de unas escenas donde se realizaran efectos especiales. Estancia estimada cuatro horas.

3:00 p.m. Salida hacia el museo local “wa-kuatay”

3:15 p.m. Llegada al museo y recorrido por dicho museo.

4:00 p.m. Salida hacia Tijuana.

:00 p.m. Llegada a las instalaciones de la escuela primaria participante.

Ensenada

La Ciudad y Puerto de Ensenada, es conocida como "La Bella Cenicienta del Pacífico", primera ciudad en fundarse y primer Capital en la Baja California, fue descubierta el 17 de septiembre de 1542 durante una expedición del navegante portugués Juan Rodríguez Cabrillo, dicho navegante le impuso el nombre de Bahía de San Mateo. Le dio su nombre actual el Cap. Sebastián Vizcaino, quien llegó al lugar el 02 de noviembre de 1602, llamándole a la bahía Ensenada de Todos Santos. Es la ciudad más antigua y característica del Estado, pues cuenta con perfiles propios y peculiares, tradiciones y costumbres. En la actualidad su población asciende a 315,288 habitantes.

Ensenada tiene una extensión territorial de 52,646 Km², que representan el 73.5% del territorio total del Estado. Cuenta con un litoral de 893Km. Se encuentra localizado geográficamente en 31 51' 49" Latitud Norte y 116 36' 39" Latitud Oeste, a 110 kilómetros (75 millas) al sur de la frontera con Estados Unidos.

Colinda al norte con los municipios de Mexicali, Tecate y Tijuana., al sur con el Estado de Baja California Sur, al este con el golfo de California y al oeste con el Océano Pacífico. Por su extensión territorial, el municipio se ubica como el más grande del estado, del país y del mundo. Posee un clima de tipo templado-seco, que en ciertas épocas del año se vuelve de tipo mediterráneo, su temperatura anual promedio es de 22°C. Sus precipitaciones de lluvia como en casi todo el Estado son de 35 mm. anuales. Su orografía la conforman la Sierra de Juárez que termina en el cerro el Mayor, las sierras de los Cucapás y de Pintas, la sierra de San Pedro Mártir en donde se localiza el Observatorio Astronómico de la Universidad Autónoma de México.

Entre la flora de Ensenada destacan los CACTUS, que crecen en el desierto, así como una gran variedad de coníferas en la sierra, y los grandes viñedos en el Valle de Guadalupe.

En cuanto a fauna algunas especies que se encuentra son: Camaleón, Cerceta ala verde, pato golondrino, porrón cabeza roja, pato cucharón, codorniz, coyote, atún, sardina, abulón y langosta, furel, anchoveta, sardina, tiburón, liza y crustáceos entre otras.

Sus habitantes se dedican a la agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, comercio, minería y al turismo actividad económica de gran importancia ya que cuenta con gran potencial de paisajes naturales, fauna marina, recursos cinegéticos, así como lugares de interés histórico y arqueológico.

Al puerto llegan barcos nacionales y extranjeros que transportan diversas mercancías y llegan barcos de gran turismo. Es reconocida por sus centros de investigación en astronomía y oceanografía, así como por sus atractivos naturales y turísticos entre los cuales se encuentran agradables playas y aguas, parques nacionales, pinturas rupestres, un géiser marino denominado La Bufadora, el avistamiento de ballenas grises provenientes de los mares del norte; también es la sede de reconocidos concursos, competencias y eventos Internacionales de pesca deportiva, surfing, regatas, ciclismo y carreras de autos fuera de carretera como la Baja 1,000, 500, y 250.

Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido:

Museo Histórico Regional. construido en los años 1886 y 1887 fue juzgado de primera instancia y oficinas federales, cuartel del ejército y de la Infantería de Marina, cárcel pública y actualmente museo. Tiene dos patios y alrededor de los cuales se localizan las celdas, hoy salas de exposición, algunas temporales y otras permanentes entre las cuales se exhiben objetos expuestos, talleres de artesanías, y la cultura de pueblos Mesoamericanos. Se encuentra en la avenida Gastélum cerca del paseo en la calle primera.

El Malecón. Terraplén que se encuentra a la orilla del mar, que sirve como defensa contra las aguas y es utilizado por la gente para actividades de recreación como pasear y observar lobos marinos, embarcaciones de pesca deportiva, yates, cruceros. Se localiza en el Blvd. costero al entrar a la ciudad.

Museo de historia y galería de la ciudad Centro Cívico Cultural Riviera. Inaugurado como casino y hotel en 1930, posteriormente cuando fueron prohibidos los juegos de azar en México fue convertido en museo y centro de convenciones. En la actualidad cuenta con salones de exposición que presentan a los primeros pobladores de Baja California, exploradores y misioneros europeos, caminos rupestres creativamente diseñados, un jardín botánico y monumentos que representan la historia de Baja California, así como espectáculos de gran calidad. Se localiza en el Blvd. Lázaro Cárdenas y Av. Riviera.

Caracol, museo de ciencias. se abrió al público en 1990, actualmente cuenta con salas de exhibición dedicadas a la astronomía, física, paleontología y ciencias marinas de Baja California. Presentan una serie de experimentos como: esferas flotantes, volcán en erupción, el huevo nadador, gotas montoneras, antigraedad, un huevo delgado y otro mas de mucho interés. Se encuentra ubicado en la calle Obregón #1463, entre las calles 14 y 15.

La Bufadora. es un géiser marino que se eleva más de 12 metros sobre el nivel del mar, produciendo un sonido que ha dado origen a su nombre, es un profundo cañón submarino que desemboca en una cueva entre rocas en el cual entra la corriente de agua al subir la marea, cuando esta cueva se llena de agua esta misma es expulsada por el aire del interior de la cueva expulsando el agua de mar, se encuentra a 35 kilómetros al sur de Ensenada y esta conformada por una serie de locales comerciales y restaurantes de mariscos.

ITINERARIO DEL RECORRIDO No. 3

7:00 a.m. Reunión en la escuela participante. Organización de grupos y explicación del recorrido a estudiantes y a maestros y padres de familia que colaborarán en la supervisión de estudiantes.

7:30 a.m. Salida rumbo a Ensenada. En el trayecto, organización de cantos y juegos de preguntas de lecturas previamente entregadas acerca de los sitios que van a visitar. Tiempo aproximado de camino, 2 horas.

9:30 a.m. Llegada al museo histórico regional, antes ex cárcel pública. Recorrido por las instalaciones del museo explicando los objetos y fotografías que en el se encuentran.

10:30 a.m. Salida hacia el Malecón y al muelle.

10:40 a.m. Llegada al Malecón y al Muelle. Recorrido y explicación acerca de los tipos de embarcaciones que se utilizan para la pesca, la carga y el turismo.

11:00 a.m. Paseo en barco por la bahía en el cual se les explicara como se transporta la sal y muchas otras mercancías hacia los diferentes destinos del país. Estancia estimada, 45 minutos.

12:00 p.m. Salida al museo Riviera del Pacífico.

12:10 p.m. Llegada al museo Riviera del Pacifico, recorrido por las instalaciones explicando los espacios y objetos que en el se encuentran. Estancia estimada, una hora.

1:10 p.m. Salida al Museo Caracol.

1:20 p.m. Llegada al Museo Caracol, en el cual los estudiantes participarán en diversas actividades y experimentos interactivos - recreativos relacionados con el aprendizaje de las ciencias. Se les dará un refrigerio de 30 minutos. Estancia estimada, dos horas y media.

4:00 p.m. Salida hacia la Bufadora.

5:00 p.m. Llegada a la Bufadora. Estancia estimada, 30 minutos.

5:30 p.m. Salida Hacia Tijuana.

7:30 p.m. Llegada a la escuela primaria.

Tijuana

Tijuana fue fundada el 11 de julio de 1889. Se encuentra situada dentro del territorio de los K'miai, uno de los varios grupos indígenas que junto con los Cucupá, los Paipai, y los Kilwa forman parte de los Yuma, una de las familias más primitivas de América del Norte.

La primera referencia histórica del nombre Tía Juana que originalmente tuvo la ranchería, se dio con el acta de bautismo levantada en 1809 por el padre José Sánchez. El otorgamiento de la concesión a Don Santiago Argüello en 1829, del predio Tía Juana y el trazo en 1848 de la nueva Línea Divisoria entre México y Estados Unidos dio carácter de fronterizo al Rancho de Tijuana. Adquirió el nombre de Tijuana oficialmente en 1929. En la actualidad su población aproximada es de 2 millones de habitantes

Tijuana limita con el condado de San Diego California, E.U.A., al sur con el municipio de Ensenada, al oriente con el municipio de Tecate, y al poniente con el Océano Pacífico, su superficie territorial es de 1,727 Km². Su extensión territorial es de 69,921 Km² (3.7% de la superficie del país).

En general el clima es templado y comprende dos subtipos: templado semi seco extremo, y semi cálido seco extremo. La temperatura media anual es entre 12 y 18 °C. Su régimen de lluvias es de invierno y tiene un promedio de 273 mm anuales, los vientos dominantes por lo regular proviene del suroeste al noroeste, su temperatura media anual oscila entre las 18 y 22°C, aun cuando su carácter de extremo presenta temperaturas de 7 °C hasta los 24°C.

Las aguas que corren superficialmente por el municipio forman el río Tijuana y múltiples arroyos, en invierno estas corrientes son torrenciales y desaparecen la mayor parte del año, el río se origina en la Sierra Juárez y es producto de una serie de afluentes como los arroyos Jasay, el Compadre, los pinos y hechicera; que se transforman en los arroyos las calabazas y el alamo que a su vez forman el río

Las Palmas que desemboca en la Presa Rodríguez. A lo largo de la costa de norte a sur se localizan los arroyos Tahití, Guácuatay, el rosario, popotla, el morro, rinconada y el descanso.

En Tijuana se tiene dos serranías que bajan suavemente desde la Sierra Juárez y llegan hasta el Océano Pacífico ya en forma de colinas o pequeños acantilados. La cordillera más importante por su extensión y altura atraviesa el municipio diagonalmente por el centro. Sus elevaciones más prominentes alcanzan los 1,200 mts sobre el nivel del mar, la otra cordillera está situada en el noroeste del municipio, a partir de la cuenca del río las palmas. Esta cordillera es menos elevada de la anterior pues el más prominente de sus picos alcanza los 900 mts de altura.

Entre la flora existente se encuentra el sauce, romerillo, álamo, chamizo amargo, encino, aliso, sauco, jojoba, salvia, hierba lechosa, laurel de California, nopal, cactus peludo, maguey, choya, yuca, palmita, lechugilla, siempre viva, golondrina, cascabelito, castilleja, toyon, jacinto silvestre, avena, trigo sarraceno, malba, frijolillo, hierba del pasmo, incienso y san diego. En cuanto a la fauna se encuentran, las víboras de cascabel, ciega y de tierra, la codorniz de montaña, correcaminos, paloma de collar, el venado, coyote, zorra gris, el sapo de pies espada, la rana arborícola, el sapo toro, la sardina, anchoveta, el atún y el lenguado.

Es un destino turístico con diversos sitios de interés para visitar. Entre los cuales están el Centro Cultural de Tijuana con exposiciones históricas y contemporáneas de artistas y un Omniteatro con películas de interés educativo. El Museo de Cera.

Las bodegas de vino L.A. Cetto. Hoy en día, se ha convertido en la cuarta ciudad más grande de la República Mexicana y es considerada la ciudad más visitada del mundo por la línea Internacional de San Ysidro, California.

Las principales actividades económicas de Tijuana están representadas por el turismo, el comercio y la industria maquiladora.

Descripción de los sitios que se visitarán en el recorrido:

Museo de Cera. Exhibe a más de 60 personalidades, entre ellas Marilyn Monroe, Elvis Presley y Michael Jackson, entre otros.

Hotel St Francis. Se construyó en Imperial Beach en 1906 y fue trasladado a Tijuana en 1920, construido originalmente en madera. Primer hotel de dos pisos en Tijuana.

Avenida Revolución. Principal avenida y área comercial, zona turística por excelencia que agrupa a un gran número de comerciantes. Con el fin de mejorar la imagen de esta avenida, se inició la remodelación en 1979 y concluyó en 1980.

Bitel. Edificio construido en 1929 por la Cía. Comercial de Baja California S. A., inspirado en el edificio de la Joyería La Esmeralda (ciudad de México) con una arquitectura estilo norteamericana.

Hotel Caesar's. Fundado en 1930. Importante centro turístico Soc. de historia de Tijuana. Aquí se hospedaban y lo siguen haciendo, los toreros famosos, pues Tijuana es una ciudad con tradición taurina.

Jai ALAI. Desde 1947, en este bello edificio que destaca por su colorido se juega Jai Alai, el juego más rápido del mundo. En el dialecto de los vascos, Jai Alai significa "Fiesta de la Alegría".

Torre de Agua Caliente. Réplica fiel del diseño de la histórica Torre de Agua Caliente, pero de diferente material a la anterior construida en 1928. Punto de referencia del primer complejo turístico de Tijuana.

Casa Walicias. Construida en Tijuana en 1952. Su propietario el Sr. Wulfrano Ruíz Gonzáles la bautizó con el nombre de Walicias. Réplica del edificio de la Embajada de México en París.

Toreo de Tijuana. Aquí se da una de las fiestas de mayor tradición y arraigo en México. La temporada inicia el mes de mayo y concluye el mes de septiembre, con un total de 14 corridas.

Defensores de Baja California. Monumento construido gracias a la promoción hecha por el Club de Leones de Tijuana entre los años de 1953 y 1954.

Grand Hotel Tijuana. Ubicado cerca de tradicionales atractivos, sus edificios corporativos y el distrito financiero: Grand Hotel Tijuana es sin lugar a dudas el símbolo arquitectónico de la ciudad de Tijuana.

El Libro de Texto Gratuito. Único monumento al Libro de Texto Gratuito que existe en la República Mexicana. Mandado a hacer por el Lic. Idelfonso Velázquez, Presidente Municipal de Tijuana, de 1962 a 1965.

Club Soc. Deportivo Campestre. Las instalaciones del campo de golf del hipódromo Agua Caliente, son en la actualidad el Club Campestre. Se inauguró los días 14,15 y 16 de enero de 1930 con un torneo de golf.

Hipódromo. La apertura fue el primero de enero de 1916 siendo el más famoso ya que fue el primer hipódromo que estaba cerca de la línea internacional.

Generalísimo Jose María Morelos. Obra del escultor Julián Martínez, nacido en México. El Sr. Lic. Díaz Lombardo Ex-director del Hipódromo Caliente lo regaló a Tijuana. Es de los primeros monumentos erigidos en la ciudad.

Minarete. Mide 200 pies de altura. El Minarete servía de chimenea por la que salía humo y gas de las calderas que calentaban agua para el servicio de las instalaciones de El Hotel y El Casino de Agua Caliente.

Holiday Inn Express. En los años 30's el viejo casino Agua Caliente se convirtió en un centro para celebridades y artistas del cine. El Holiday Inn esta construido en lo que fue el desarrollo turístico Agua Caliente.

Zona Río. Se encuentra en el pleno corazón de la ciudad de Tijuana, conduciendo las avenidas más importantes del Río dentro de la zona urbana y llevándolas hasta la frontera.

General Ignacio Zaragoza. Monumento construido por Federico Canesi. El Gral. Ignacio Zaragoza fue el vencedor de los franceses en la Batalla de Puebla. El nombre del Gral. Zaragoza está entrañablemente ligado a Tijuana.

Abraham Lincoln. Obra del escultor mexicano Humberto Peraza Ojeda realizada en bronce con una altura de 10 mts., 1981. es la más grande que se encuentra en la frontera. Donada por el presidente Jimmy Carter como gesto de buena voluntad hacia México. Es la figura más grande de norteamérica del siglo XIX.

Cuauhtémoc. El último emperador azteca, que significa "Águila que cae". Lo esculpió el artista guerrerense Alfonso Casarrubias. Está hecho en bronce vaciado en ferrocemento.

Las Dos Californias. Esta formada por dos elementos que al engargolarse representan el concepto de mestizaje. Simboliza y refrenda la Independencia de México.

CECUT. Fue inaugurada en 1982. El Centro Cultural Tijuana cuenta con cinema planetario, museos, exposiciones, teatro y la realización de diferentes tipos de eventos ofrecidos a la comunidad, turistas y visitantes.

ITINERARIO DEL RECORRIDO No. 4

8:00 a.m. Reunión en la escuela participante. Organización de grupos y explicación del recorrido a estudiantes y a maestros y padres de familia que colaborarán en la supervisión de estudiantes.

8:30 a.m. Salida hacia el museo de cera.

9:00 a.m. Llegada al museo de cera. Recorrido por las instalaciones para observar las figuras. Estancia estimada 30 minutos.

9:40 a.m. Salida hacia el Jai Alai pasando por el hotel St. Francis, Banco Bital y el Hotel Caesar's sobre la avenida revolución.

10:00 a.m. Llegada al Jai Alai. Recorrido para conocer las instalaciones del edificio. Estancia estimada 30 minutos.

10:30 a.m. Salida hacia el Hipódromo pasando por la Torre de Agua Caliente, Casa Walicias, Toreo de Tijuana, Defensores de Baja California, Grand Hotel Tijuana (Las Torres), Libro de texto Gratuito y Club Social Deportivo Campestre.

11: 00 a.m. Llegada al Hipódromo. Recorrido por las instalaciones. Estancia estimada 40 minutos.

11:40 a.m. Salida hacia el Cecut en la Zona del Río pasando por el monumento General José Maria Morelos, por el Minarete de Agua Caliente, el Hotel Holiday Inn Express, por los monumentos General Ignacio Zaragoza, Abraham Lincoln, Cuauhtémoc, Las Dos Californias.

12:10 p.m. Llegada al Cecut. Recorrido por las instalaciones del museo, tiempo para almorzar y presenciar una película en el Omniteatro. Estancia estimada dos horas.

2:10 p.m. Salida hacia la escuela participante en el recorrido.

2:40 p.m. Llegada a la escuela.

Código del Excursionista¹⁰⁸

Comprensión cultural

Viaja con la mente abierta; Cultiva el hábito de escuchar y observar en lugar de ver y oír.

En lugar de buscar paraísos prefabricados, descubre lo enriquecedor que es experimentar otra manera de vivir.

Prepárate: estudia la geografía, historia, cultura, creencias, algo de la lengua local; aprende a ser un invitado cordial en la región o país.

Sé conciente de que frecuentemente las personas en el lugar que visitas tienen formas de pensar diferentes a las tuyas. Esto no las hace inferiores, solo diferentes.

Adáptate a las costumbres locales, lo que es aceptado en un lugar puede no serlo en otro, los lugareños pueden ayudarte.

En vez de creer que “Tienes todas las respuestas”, cultiva el hábito de hacer preguntas.

Recuerda que tú eres uno de tantos viajeros que pasan por el lugar que visitas, no esperes ningún privilegio especial.

Recoge tus experiencias en la forma de un Diario de Viaje.

Impacto social

Patrocina la economía local consumiendo alimentos y comprando productos de elaboración local.

Pida permiso antes de tomar fotografías de personas y otros sitios de importancia local.

¹⁰⁸ Código de Ética del Viajero. www.lugaresdemexico.com/codigos.htmls, Código del Viajero www.turismoaventura.net/codigo_de_viaje.asp

Impacto ambiental

Empaca muy bien las cosas que lleves. Empaca muy bien los desperdicios que generes y ponlos en sitios apropiados.

No compres productos elaborados con animales o plantas en peligro de extinción.

Respetar la flora, fauna y atractivos históricos, culturales y naturales de los lugares que visitas, evita dañarlos en alguna forma, procura su preservación.

Guía práctica para estudiantes

- Llevar este manual.
- Cámara fotográfica.
- Llevar agua y *lunch*. Se sugiere desayunar solo lo indispensable para evitar un posible malestar sobre la marcha.
- Portar el uniforme completo y limpio.
- Utilizar un gafete con el nombre y dirección.
- No separarse del grupo con el que viajan.
- Siempre lleva anotados los teléfonos de tus padres, familiares o amigos con los cuales se pueda comunicar el maestro o el director.
- Debes llevar tu uniforme y calzado cómodo, una gorra para protegerte del sol, así como una chamarra, en las tardes siempre hace frío.
- No te separes del grupo y has caso a las instrucciones y recomendaciones del maestro, padre de familia voluntario o prestador de servicio social que haya sido asignado para la supervisión y vigilancia de tu grupo.
- Evita llevar prendas de valor (anillos, relojes, aretes) que se te puedan perder al participar en alguna de las actividades que se organicen.
- El recorrido pretende combinar la recreación y el estudio por lo cual debes llevar un pequeño cuaderno para anotar todo lo que expliquen, observes y experimentes durante el recorrido, dado que al regreso a clases deberás contestar un cuestionario y elaborar un reporte escrito sobre el recorrido, hacer un dibujo o una historia, los mejores trabajos recibirán un reconocimiento de las autoridades de turismo y educativas.
- Guarda buen comportamiento, evita travesuras, pleitos y discusiones con tus compañeros, quienes no se comporten apropiadamente no volverán a participar en recorridos y se les notificará a sus padres.

Guía práctica para maestros

- Integrar grupos no mayores de 15 estudiantes para lograr una mejor supervisión y vigilancia, y se prevengan actos de indisciplina.
- Proporcionar a los estudiantes gafetes con el nombre y el grupo al que pertenecen para que puedan ser fácilmente identificados.
- Encargarse de la supervisión y vigilancia de los estudiantes de los niveles más bajos, y a los padres de familia voluntarios y estudiantes prestadores de servicio social encomendarles los de niveles altos.
- Comentar en clase sobre el sitio a donde se proyecta el recorrido los días anteriores al mismo, instruir a los estudiantes sobre las actividades que se realizarán, los objetivos que se pretenden cumplir, el comportamiento que deben seguir, así como de recomendaciones y sanciones en caso de mal comportamiento.
- Promover los recorridos difundiendo información, (folletería) de las ciudades y sitios culturales, históricos, naturales y turísticos de Baja California que proporcione la Secretaria de Turismo del Estado por conducto de los estudiantes prestadores de servicio social.
- Llevar un botiquín, no hace falta llevar una farmacia ambulante, pero si algunos medicamentos muy útiles como: aspirinas, crema para el sol; antidiarréicos; antiácidos; antibióticos; antisépticos (mercurocromo, alcohol); calmantes y repelentes de mosquito.
- Verificar si hay estudiantes con problemas de salud para los cuales se requiera disponer de medicamentos específicos en caso de emergencia.

SUGERENCIAS PARA TRABAJO FUTURO

A partir de la información obtenida y la conclusión planteada, futuros estudios relacionados con esta línea de investigación deberían indagar con mayor profundidad aspectos tales como a) la identificación de criterios e indicadores que permitan evaluar la creación del valor público de las excursiones escolares, a partir de los intereses y objetivos de los participantes que integren la red social respectiva. b) En que mediar este proceso de cambio para concebir a las excursiones como creadores de valor público, por parte de la red que se establezca, puede obtener o generar nuevos instrumentos de intervención y cambio organizacional en las escuelas primarias públicas de Tijuana. c) Cual es el tipo de competencias directivas. Para la negociación, decisión y evaluación que se necesita otorgarles a los directivos públicos y a los ciudadanos con el propósito de fortalecer la gestión local. d) la cantidad de tiempo y esfuerzo que emplean los directores y profesores de las escuelas primarias para organizar estos paseos; e) cuales son los mejores meses o temporadas para realizar paseos o excursiones, considerando que pueden utilizarse como reforzadores de conocimientos pero al mismo tiempo pueden ser distractores para los estudiantes respecto a su preparación y los periodos de realización de exámenes; f) cual es el verdadero significado de los paseos y excursiones para los alumnos de primaria, ya que quizá sea la única oportunidad de viajar fuera de su entorno local; g) a partir del valor económico de este segmento de viajeros, sería recomendable que las agencias de viajes y demás empresarios turísticos, evaluaran la posibilidad de desarrollar productos turísticos que se adapten a las posibilidades y necesidades de los estudiantes de nivel primaria; h) Investigar acerca del potencial del segmento de estudiantes de escuelas o colegios privados, y de otros niveles de estudio, ya sean, secundarias preparatorias o universidades, y comparar si esta dinámica es privativa solo de Tijuana o también sucede en otras ciudades fronterizas del norte de México; i) realizar una evaluación de los paseos o excursiones escolares que incorpore no solo el aspecto económico, sino también

tópicos culturales, educativos, valorales, formativos y ambientales; por último, j) las autoridades turísticas y educativas del estado y del municipio, podrían contribuir con un esquema piloto de apoyo organizacional y financiero focalizado en este segmento de viajeros, que se sustente en el programa de turismo social vigente.

BIBLIOGRAFÍA

- ¹ Ramírez, Castellano Rafael. “*Conciencia, Turismo y Desarrollo. Turismo Estudiantil*”. (venezuelatuya.com/articulos/principal) Venezuela, Agosto 2003.
- ² Turismo Educativo Infantil, Secretaría de Turismo y Secretaría de Educación Pública del Estado de Puebla.
- ³ Prados Pérez, Elisa. “*Turismo Cultural. Un segmento turístico en expansión*”. Congreso Virtual de Turismo Cultural (www.naya.org.ar). Argentina, Octubre, 2001.
- ⁴ Ripol, Graciela. “*Turismo Popular. Inversiones Rentables*”. Editorial Trilla. México, 1986. p.35.
- ⁵ ICOMOS. “Carta de Turismo Cultural”. España, Noviembre, 1997. (www.icomo.org/tourism/tourism-sp.html).
- ⁶ SECTUR. “*Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Turismo Domestico*” Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.
- ⁷ Ibidem
- ⁸ Ibidem
- ⁹ Ley General de Educación
- ¹⁰ SEP. “*Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica*”. Poder Ejecutivo Federal. México, xxx.
- ¹¹ Romero, Héctor Manuel. Enciclopedia Mexicana del Turismo. Crónica mexicana del turismo”. Tomo VI. Editorial Limusa, México, 1988. pp. 159-160
- ¹² Valadés, C. José. “*Historia General de la Revolución Mexicana. La unidad nacional*”. Tomo X. SEP Cultura. Ediciones Gernica. México, 1985. p.206.
- ¹³ Jiménez, Alfonso. “Turismo, estrategia y desarrollo”. McGraw Hill. México, 1993. p.xix
- ¹⁴ Rodríguez Woog, Manuel. “*Evolución de la planeación turística en México*”. Seminario de Planeación Turística. SECTUR-CESTUR. México, 1989.
- ¹⁵ Ibidem
- ¹⁶ Ibidem
- ¹⁷ Ibidem
- ¹⁸ Ibidem
- ¹⁹ SECTUR. “*Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994*”. Poder Ejecutivo Federal. 1991. p.29
- ²⁰ Ibidem p.30
- ²¹ Ibidem p.31
- ²² SECTUR. “*Programa Frontera Norte, Puerta y Destino*”. Gaceta del Sector Turismo. Año 2 Núm. 8, Octubre de 1993. p.10
- ²³ SECTUR. “*Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000*”. Poder Ejecutivo Federal. México, 1996. p.30
- ²⁴ Ibidem p.33

- ²⁵ Ibidem p.36
- ²⁶ Ortuño Martínez, Manuel. *"Introducción al Estudio del Turismo"*. Joaquín Porrua editores. México, 1996. pp.38-39
- ²⁷ De la Torre Padilla, Oscar. *"El Turismo fenómeno social"*. Fondo de Cultura Económica. México, 1980. p.19.
- ²⁸ Lundberg E., Donald. *"El negocio del turismo"*. Editorial Diana, cuarta impresión, México, 1981. p.17
- ²⁹ Gurría Di-Bella, Manuel. *"Introducción al Estudio del Turismo"*. Editorial Trillas, segunda reimpresión. México, 1997. pp.15-16
- ³⁰ Bringas R., Nora L. Y Carrillo Jorge V. Coordinadores, *"Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana"*. Cuadernos El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, Baja California, 1991. p.22
- ³¹ Ibidem, p.23
- ³² Secretaría de Turismo-INEGI, *"Sistema de Cuentas Nacionales. Cuenta Satélite de Turismo en México 1993-1998"*. México, 2000. p.9
- ³³ Ibidem
- ³⁴ Ibidem
- ³⁵ Ibidem p.10
- ³⁶ Ley Federal de Turismo. Diario Oficial de la Federación. México, D.F., 19 de Mayo de 1999.
- ³⁷ Ibidem
- ³⁸ Molina, E. Sergio; Rodríguez A. Sergio. *"Planificación Integral del Turismo. Un enfoque para Latinoamérica"*. Editorial Trillas. Segunda edición. México, 1991. p.32
- ³⁹ Ibidem
- ⁴⁰ Ibidem
- ⁴¹ Novo Valencia, Gerardo. *"Diccionario General de Turismo"*. Editorial Diana. Sexta impresión. México, 1990. p153.
- ⁴² Ortuño Martínez, Manuel. *"Introducción al estudio del turismo"*. Colección textos universitarios. México, 1996. p72
- ⁴³ Ibidem p.73
- ⁴⁴ Ibidem p.176
- ⁴⁵ Ibidem p.177
- ⁴⁶ Molina, Sergio. *"El pos turismo. De los centros turísticos industriales a las ludópolis"*. DR. Sergio Molina. México, 1998. p.17
- ⁴⁷ Ibidem. Pp.17-18
- ⁴⁸ Molina, Sergio. *"Conceptualización del turismo"*. Editorial Limusa. México, 1997. p.52
- ⁴⁹ Ibidem. Pp.55-62

- ⁵⁰ Martínez, Moctezuma, Alicia. *“Educar fuera del aula: los paseos esclares durante el porfiriato”*. Revista Investigación Educativa. Mayo-Agosto 2002. Vol.7 Num. 15 p.280
- ⁵¹ Ibidem p.280
- ⁵² Ibidem
- ⁵³ Ibidem pp.280-281
- ⁵⁴ Moore, Mark H., *“Gestión Estratégica y creación de valor en el Sector Público”*. Países, Barcelona, España. 1998. Pp. 40-41
- ⁵⁵ Ibidem. P.61
- ⁵⁶ Ezebarria Koldo, Mendoza Xavier. *“La especificación de la Gestión Pública: el concepto de Management Público”*. BID. Departamento de desarrollo sustentable. Gestión Pública. P.7
<http://www.iadb.org/sds/doc/sgc-koldo2-5.pdf>
- ⁵⁷ Longo, Martínez Francisco, Echeverría A. Koldo. *“La nueva gestión pública en la reforma del núcleo estratégico del gobierno: experiencias latinoamericanas*. BID. Departamento de Desarrollo Sostenible. Nov. 2000. Pp. 5-6 http://www.iadb.org/sds/scs/site_4638.htm
- ⁵⁸ Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo *“Una nueva gestión pública para América Latina”*. Octubre de 1998. Pag. 17.
- ⁵⁸ Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo *“Una nueva gestión pública para América Latina”*. Octubre de 1998. Pag. 17.
- ⁵⁹ Moore, Mark H. Op. cit. P. 47
- ⁶⁰ Ibidem. P. 48
- ⁶¹ Echebarría A. Koldo. *“Capital Social, Cultural Organizativa y Transversalidad en la Gestión Pública”*. Panel Capital Social. VI Congreso Internacional del Clad sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública. Buenos Aires, Argentina, 5-9 Noviembre 2001. P.12.
- ⁶² Prados Pérez, Elisa. *“Turismo Cultural. Un segmento turístico en expansión”*. Congreso Virtual de Turismo Cultural (www.naya.org.ar). Argentina, Octubre, 2001.
- ⁶³ Ripol, Graciela. *“Turismo Popular. Inversiones Rentables”*. Editorial Trilla. México, 1986. p.35.
- ⁶⁴ ICOMOS. *“Carta de Turismo Cultural”*. España, Noviembre, 1997. (www.icomos.org/tourism/tourism-sp.html).
- ⁶⁵ Ramírez, Castellano Rafael. *“Conciencia, Turismo y Desarrollo. Turismo Estudiantil”*. (venezuelatuya.com/articulos/principal) Venezuela, Agosto 2003.
- ⁶⁶ Turismo Educativo Infantil, Secretaría de Turismo y Secretaría de Educación Pública del Estado de Puebla.
- ⁶⁷ Ley General de Educación. Diario Oficial de la Federación. México, 13 de Julio de 1993.
- ⁶⁸ SEP. *“Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica”*. Poder Ejecutivo Federal. México, 2000-2006.
- ⁶⁹ Ley Federal de Turismo. Diario Oficial de la Federación. México, D.F., 31 de Diciembre de 1992.
- ⁷⁰ Ibidem.

- ⁷¹ Blanco, Ismael. Richard Goma. "Gobiernos locales y redes participativas: Retos e innovaciones". Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. Revista Reforma y Democracia. No. 26 Junio 2003. Caracas, Venezuela. P.1
- ⁷² González, Delgado, Hector J., "Ya no dan visas a niños sin pasaporte". Semanario ZETA. No.1494. 15 al 21 de Noviembre del 2002. Sección reportaje. Tijuana, B.C., México.
- ⁷³ "Perfil del turista extranjero que visita la ciudad de Tijuana". Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana. Septiembre del 2001.
- ⁷⁴ SECTUR de Baja California. "Perfil del visitante al estado de Baja California". 2000.
- ⁷⁵ SECTUR. "Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Política Turística". Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.
- ⁷⁶ Navarro, Leticia. "Unánime aprobación de la Cámara de Diputados Reformadle Artículo 73 para dar al turismo rango de constitucional", Secretaría de Turismo Federal. México, D.F. 24 de octubre de 2002. Comunicado de Prensa 124/02.
- ⁷⁷ Navarro, Leticia. "Aprobó el senado de manera unánime reforma al artículo 73 Constitucional en materia de turismo". Secretaría de Turismo Federal. México, D.F., 19 de noviembre de 2002. Comunicado de Prensa 137/02.
- ⁷⁸ SECTUR. "Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Turismo Doméstico". Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.
- ⁷⁹ Ibidem
- ⁸⁰ Ibidem
- ⁸¹ Ibidem
- ⁸² Ibidem
- ⁸³ SECTUR. "Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Desarrollo Turístico". Poder Ejecutivo Federal. México, 2001.
- ⁸⁴ Ibidem p.70
- ⁸⁵ Secture de Baja California. "Programa Integral de Desarrollo Turístico para Baja California 2002-2007". Poder Ejecutivo de Baja California. P.52
- ⁸⁶ Ibidem p.70
- ⁸⁷ Ibidem p.71
- ⁸⁸ Ibidem p.80
- ⁸⁹ Ibidem p.81
- ⁹⁰ Ibidem p.81
- ⁹¹ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. "Plan Municipal de Desarrollo 2002-2004. Desarrollo Humano". Tijuana, B.C., 2002. p.49
- ⁹² Idem. p.49
- ⁹³ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. "Plan Municipal de Desarrollo 2002-2004. Desarrollo Económico". Tijuana, B.C., 2002. p.58

- ⁹⁴ H. XVII Ayuntamiento de Tijuana. "Tijuana Plan Estratégico 2003-2025. Tijuana, México, 2003. P.56.
- ⁹⁵ "XII Censo General de Población y Vivienda 2000" INEGI, 2000.
- ⁹⁶ INEGI. "Tijuana, Baja California. Cuaderno Estadístico Municipal". Edición 2001.
- ⁹⁷ Hernández, R., Fernández, C. Y Baptista, P. "Metodología de la Investigación" Mc Graw Hill, México, 1998.
- ⁹⁸ Rea Louis M. y Parker, Richard "Methods of análisis in public and urban affairs". San Diego State University. Estados Unidos. 1991. pp. 189-190
- ⁹⁹ Zamora, Jorge. "Centro de compras escolar para giras de estudio. El caso de colegios particulares y subvencionados en Talca, Chile". Departamento de Administración, facultad de Ciencias Empresariales. Universidad de Talca, Chile. 2001.
- ¹⁰⁰ "Vignolo Friz, Carlos. "Sociotecnología: Construcción de Capital Social para el tercer milenio". Revista reforma y democracia. Centro Latinoamericano en Administración para el Desarrollo. No.22, Febrero 2002. Caracas, Venezuela. P.7.
- ¹⁰¹ Lucía Martínez Moctezuma, Artículo Educar fuera del aula: los paseos escolares durante el porfiriato Revista Investigación Educativa, México. D.F.
- ¹⁰² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación, 27 de septiembre del 2004.
- ¹⁰³ Ibidem
- ¹⁰⁴ Ley General de Educación. Diario Oficial de la Federación. México, 13 de julio, 1993.
- ¹⁰⁵ Programa Nacional para la Modernización de la Educación Básica. *Op. Cit.*
- ¹⁰⁶ Ley de Turismo del Estado de Baja California, publicada en el Periódico Oficial No.30, de fecha 7 de julio de 1995, tomo CII.
- ¹⁰⁷ Código de Ética del Viajero. www.lugaresdemexico.com/codigos.htmls, Código del Viajero www.turismoaventura.net/codigo_de_viaje.asp

Anexo 1
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
ESCUELA DE TURISMO

El presente cuestionario tiene como propósito obtener información que permita determinar la factibilidad de que estudiantes de los grados tercero y superiores de primaria participen en “Recorridos a sitios culturales, naturales y turísticos del estado como alternativa didáctica para fortalecer sus conocimientos de historia y geografía de Baja California, y para despertar su interés cívico y cultural por conocer su estado”.

Escuela:		Zona:	
Domicilio:		Turno:	
Director(a):		Teléfono:	

1. ¿Se han organizado paseos en su escuela?	1.Si () 2.No ()
---------------------------------------------	-------------------

2. ¿ En un año cuántos paseos se han llegado a organizar?	[]
3. ¿De quien(es) surge la idea de organizar un paseo?	1.()Maestros 2.()Director(a) 3.()Padres de familia

4. ¿Quien(es) toman la decisión final de organizar un paseo?	1.()Maestros 2.()Director(a) 3.()Padres de familia
--------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------

5. ¿Quien(es) deciden a	1.()Maestros 2.()Director(a)
-------------------------	--------------------------------

que lugar se realizará el paseo?	3.()Padres de familia 4()Niños
----------------------------------	----------------------------------

6. ¿Quién se encarga de conseguir la empresa transportista o agencia?	1.()Un maestro(a) 2.()Director(a) 3.()Comisión de maestros
-----------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

7. ¿Quién(es) se encargan de cobrar el costo del paseo?	1.()Maestros 2.()Director(a) 3.()Padres de familia
---------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------

8. ¿Quién(es) se encargan de organizar a los que colaboran en el paseo?	1.()Un maestro(a) 2.()Director(a) 3.()Comisión de maestros
-------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

9. ¿Cuál es la forma más común de participación de los padres de familia, cuando se organiza un paseo?

- 1.()Acompañan a maestros 2.() Dan su visto bueno
- 3.()Aportan el costo del paseo
- 4.()Elaboran almuerzos para los niños
- 5.()Participan en la toma de decisiones

10. ¿Cuántos estudiantes se asignan a cada profesor o padre de familia en un paseo?	1. _____Niños del 1er al 3er grado 2. _____Niños del 4to al 6to. grado
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

11. Aparte del seguro escolar con que cuenta todo estudiante, ¿De que otro seguro disponen en caso	
----------------------------------------------------------------------------------------------------	--

de accidentes?	
----------------	--

12. ¿Cuáles son los problemas más comunes que se presentan en los paseos?	
---------------------------------------------------------------------------	--

13. ¿ A que sitios culturales, naturales y turísticos del Estado de Baja California le gustaría que se lleve a los estudiantes ?	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

14. Que enseñanzas de Historia y Geografía de Baja California recomienda reforzar durante los recorridos didácticos a sitios culturales, naturales y turísticos ?	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

15. ¿Se interesaría su escuela por que los estudiantes participen en recorridos programados a sitios culturales, naturales y turísticos del estado?	1.Si () 2.No ()
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

16. ¿ En caso de No, ¿por qué?	
--------------------------------	--

17. ¿Estaría dispuesto(a) a colaborar en la promoción y evaluación de recorridos didácticos programados a sitios culturales y turísticos del estado?	1.Si () 2.No ()
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

18. ¿En caso de que su respuesta a la pregunta anterior sea No, ¿en qué términos estaría dispuesto a colaborar?

19. En orden de secuencia enumere los pasos que se siguen para la realización de un paseo.

() Se toma la decisión y se planea el paseo entre los maestros y el director de la escuela. (Lugar, fecha y horario del paseo, asignación de comisiones para las diferentes tareas, etc.)

() Se solicitan cotizaciones y se contrata la empresa de transporte con mejor precio y servicio, así como el costo de entrada al centro recreativo, cultural o turístico al que se planea el paseo.

() Se envía con los niños un comunicado a los padres de familia para informarles del paseo, solicitándoles su firma de autorización aceptando la asistencia del niño y el pago respectivo. En paseos a Estados Unidos se les pide notificar si el niño cuenta o no cuenta con pasaporte.

() Se solicita la autorización del paseo mediante oficio al jefe del departamento de educación de nivel primaria con copia a la inspectora de la zona escolar. En la solicitud se exponen las características y objetivos del paseo, y se incluye la lista de niños y maestros que asistirán.

() En el caso de los paseos a los Estados Unidos se elabora un oficio especificando el lugar y ciudad a donde se planea viajar, se anexa la lista de niños que no tienen pasaporte y maestros que asistirán, y se llevan al consulado americano para obtener el permiso de cruce respectivo.

() Otros no mencionados.(especifique)

En las secciones **A, B, C** proporcione información de los **últimos paseos** que la escuela organizó a los Estados Unidos, a otras ciudades del estado y en la ciudad de Tijuana:

Sección A

<p>1. Último paseo que la escuela realizó a los Estados Unidos</p>	<p>1.()Disneylandia 2.()Zoológico 3.()Estudios Universal 4.()Six Flags 5.()Knotts Berry Farm 6.()Museo del Hombre 7.()Sea World 8.Otro(especifique)_____</p>		
<p>2.Tiempo en horas que duró el paseo</p>		<p>6. Grupos que asistieron</p>	
<p>3. Mes y año en que se llevó a cabo</p>		<p>7. Transporte o agencia contratada</p>	
<p>4. Costo aproximado por estudiante</p>		<p>8. Principal propósito del paseo</p>	
<p>5. No, aproximado de estudiantes asistentes</p>		<p>9. Destino o usos de los fondos recabados</p>	

Sección B

1. Último paseo que la escuela realizó a otras ciudades del Estado	1.()Vallecitos 2.()Foxploration 3.()Museo Sol del Niño 4.()Calafia 5.()Viñedos Valle de Gpe. 6.()Museo Riviera 7.()Museo de Historia 8.Otro(especifique)_____		
2.Tiempo en horas que duró el paseo		6. Grupos que asistieron	
3. Mes y año en que se llevó a cabo		7. Transporte o agencia contratada	
4. Costo aproximado por estudiante		8. Principal propósito del paseo	
5. No, aproximado de estudiantes asistentes		9. Destino o usos de los fondos recabados	

Sección C

1 Último paseo que la escuela realizó en la ciudad de Tijuana	1.()Cecut 2.()Parque Morelos 3.()Casa de la Cultura 4.()Jai Alai 5.()Avenida Revolución 6.()Centros de gobierno 7.()Universidades 8.Otro(especifique)_____		
2.Tiempo en horas que duró el paseo		6. Grupos que asistieron	
3. Mes y año en que se llevó a cabo		7. Transporte o agencia contratada	
4. Costo aproximado por estudiante		8. Principal propósito del paseo	
5. No, aproximado de estudiantes asistentes		9. Destino o usos de los fondos recabados	

Observaciones, comentarios, recomendaciones:

Nombre del encuestador: _____ Fecha: _____

Anexo 2
Escuelas Primarias Seleccionadas

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
1.	NARCISO MENDOZA	2	Alberto Einstein Col. Postal	6 82 53 21	Rogelio Moreno Salas
2.	DON ANDRES QUINTANA ROO	1	Alberto Einstein Col. Postal	6 82 53 48	Modesto Burgueño Nieblas
3.	FRANCISCO JAVIER MINA	1	Alicante y Murua Col. Alamar	6 23 00 88	Alfonso González Cruz
4.	MARIANO MATAMOROS	2	Alicante y Murua Col. Alamar	6 23 01 88	Salvador García Montes
5.	ACAMAPICHTLI	1	Av. Cubanos S/N Infonavit Latinos	626-36-55	Aída Álvarez Nava
6.	ACAMAPICHTLI	2	Av. Cubanos S/N Infonavit Latinos	626-74-72	Flor A. Varguez Carreto
7.	VALENTIN GOMEZ FARIAS	1	Av. De Plazas y P. Hidalgo Otay	6 23 28 75	Miguel A. González Tovar
8.	LAS AMERICAS	1	Av. Del Agua 1241 Sección Jardines Playas	6 80 27 54	Francisca Aidé García Acedo
9.	EMMA A. DE BUSTAMANTE	1	Av. Félix Parra No. 12951	683-15-85	Hermelinda Robles Audelo
10.	EMMA A. DE BUSTAMANTE	2	Av. Félix Parra No. 12951	683-20-51	Norma Alicia Obezo Araujo
11.	MEXICO	2	Av. Francisco J. Mújica Constituyentes	6 23 18 24	Jesús R. Camacho Bastida
12.	RICARDO FLORES MAGON	1	Av. Francisco J. Mújica Constituyentes	6 23 17 39	Ángel Gpe. Duarte Hdz.
13.	CALIFORNIA	1	Av. Huapango S/N Inf. Villas De B.C.	6 45 91 13	Hilario Flores Román
14.	INSURGENTES	2	Av. Huapango S/N Inf. Villas De B.C.		Hipólito Victorino Sánchez
15.	FELIPE PESCADOR	2	Av. José López Portillo Fracc. N. Tijuana	6 23 33 89	Pedro A. García Muñoz
16.	JOSE G. SANCHEZ	1	Av. José López Portillo Fracc. N. Tijuana	6 23 33 91	José Espinoza Torres
17.	MELCHOR OCAMPO	2	Av. La Paz Santa Inés Col. Buena vista	6 82 13 38	Fernando Oliva Rodríguez
18.	CLUB ROTARIO	1	Av. La Paz Santa Inés Col. Buena vista	6 82 13 37	Sandra Leticia Mtz. Brizuela
19.	ESTADO 29	1	Av. Mexicali # 200 Col. Sepanal	682-13-68	Aída Teresa Calva Castro
20.	ESTADO 29	2	Av. Mexicali # 200 Col. Sepanal	624-90-18	Martha Rodríguez Rodríguez
21.	LAZARO CARDENAS	1	Av. Niños Héroes 7 51 Zona Centro	6 85 76 91	Carlos B. Juárez Rojas
22.	AMADO NERVO	2	Av. Niños Héroes 7 51 Zona Centro	6 88 31 83	Dora Aidé Brito Figueroa
23.	CONSTITUCCION	2	Av. Ruby 3451 Col. Progreso		Guillermo López A. Barcenás
24.	RICARDO FLORES MAGON	1	Av. Ruby 3451 Col. Progreso	7 37 86 15	Miguel Cervantes Ríos
25.	FELIPE CARRILLO PUERTO	2	Av. Fresno 151 Col. Pinos Aguero	6 89 16 19	Mario Carrillo Ceseña

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
26.	LIC. GUSTAVO DIAZ ORDAZ	1	Av.Fresno 151 Col. Pinos Agüero	6 89 22 76	Evaristo Torres López
27.	SEBASTIAN LERDO DE TEJADA	1	Baja California y Rumorosa S/N L. Porvenir	6 80 36 58	Belen Lopez Rubalcaba
28.	IGNACIO RAMIREZ	2	Baja California y Rumorosa S/N L. Porvenir	6 80 30 85	Rosa Ma. Figueroa López
29.	FRANCISCO VILLA	1	Benito Juárez S/N Div. Del Norte		Ma. Del Carmen López Mendoza
30.	SENTIMIENTOS DE LA NACION	2	Benito Juárez S/N Div. Del Norte	6 69 15 02	Ana C. Regalado Hernández
31.	REVOLUCION 1910	2	Blvd. Díaz Ordaz 1946 La Mesa	6 22 02 60	Edgar E. Vásquez González
32.	20 DE NOVIEMBRE	1	Blvd. Díaz Ordaz 1946 La Mesa	6 22 04 38	Eliseo Dávila Gallegos
33.	MARGARITA MAZA DE JUAREZ	1	Bolaños Cacho No. 1 Col. Luis E.	6 21 50 21	Rene Arce Valverde
34.	BENEMERITO DE LAS AMERICAS	2	Bolaños Cacho No. 1 Col. Luis E.	6 21 53 13	Sara Adela Flores Huerta
35.	JESUS SILVA HERZOG	2	Bufadora 7702 Terrazas del Rubi		Ma. Gpe. Valencia Zarate
36.	EMILIANO ZAPATA	1	Bufadora 7702 Terrazas del Rubi	6 37 66 55	José Arturo Leal Manjarrez
37.	MI PATRIA ES PRIMERO	1	C. 8 de mayo S/N Col. 10 de Mayo		Martha A. Villaseñor Juárez
38.	LUIS DONALDO COLOSIO	2	C. 8 de mayo S/N Col. 10 de Mayo	6 45 54 13	Ma. Teresa González Estrada
39.	JOSE MARTI	1	C. Del Cobre S/N Col. Tejamen	687-47-67	Santiago del Villar Casas
40.	JOSE MARTI	2	C. Del Cobre S/N Col. Tejamen	684-47-67	Norma A. Chávez Ávila
41.	NETZAHUALCOYOTL	1	C. Estelaria S/N Fortin de las Flores	686-03-63	Mario Carrillo Ceseña
42.	NETZAHUALCOYOTL	2	C. Estelaria S/N Fortin de las Flores	686-00-25	Francisco Bacame Meneses
43.	JESUS REYES HEROLES	1	C. Israel S/N Las Torres p/baja	6 45 48 61	Jesús González López
44.	15 DE MAYO	2	C. Israel S/N Las Torres p/baja	6 45 56 48	Silvia Ma. Ortega Carrillo
45.	FRANCISCO ZARCO	1	C. La Punta S/N Col. Lomas Taurinas	682-50-59	Rafael Navarro Coronado
46.	LUIS DONALDO COLOSIO M.	2	C. La Punta S/N Col. Lomas Taurinas	682-50-59	Ma. de Jesús Sandez M.
47.	NUEVA CREACCION ELISEO SCHIERONT	1	C. Mixteca S/N col. Planicie		Salvador González Ramírez
48.	NUEVA CREACCION VALLE DEL REAL	1	C. Monza S/N Villas del Real	6 72 43 51	Salvador Garduño Cobarrubias
49.	HECTOR TERAN TERAN	2	C. Monza S/N Villas del Real	6 46 81 59	Ma. Teresa Albañez Green
50.	TIERRA Y LIBERTAD	1	C. Principal S/N col. 3 De Octubre	6 89 77 94	José de J. Barboza Cobian
51.	NUEVA CREACCION	2	C. Principal S/N col. 3 De Octubre	6 89 78 87	Delia Salome López Portillo

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
52.	NICOLAS BRAVO	1	C.1 Sur 15 col. A. Reforma y rio p/b	6 82 51 20	Elmer Albarran Hernandez
53.	HERMENEGILDO GALENA	2	C.1 Sur 15 col. A. Reforma y rio p/b	6 82 61 35	Alejandra Straffon Manzano
54.	ALFONSO REYES	1	C.cuarta Cañon Otay Col. Libertad	6 83 20 77	Rosa Ma. Martín del Campo
55.	MANUEL CLEMENTE ROJO	2	Calle 16 de Agosto S/N col. El Pipila		Joaquín Meza González
56.	12 DE OCRUBRE	1	Callejón de Olivo 204 Col. 20 de Nov.	6 81 38 82	Elva Patricia Martell del Toro
57.	JUSTO SIERRA	2	Callejón de Olivo 204 Col. 20 de Nov.	6 81 38 13	Luis Mayor Noriega
58.	DIVISION DEL NORTE	1	Calzada Lázaro Cárdenas Eje. F. Villa	6 61 99 51	Victoria López Michell
59.	REYNALDO FLAVIO HERRERA	2	Calzada Lázaro Cárdenas Eje. F. Villa	6 29 90 46	Dolores Dávila Infante
60.	MANUEL QUIROZ LABASTIDA	1	Carlota Sosa S/N Col Rio Parte Baja	682-64-12	Ma. Del Rosario Avelar Mtz
61.	MANUEL QUIROZ LABASTIDA	2	Carlota Sosa S/N Col Rio Parte Baja	682-64-12	J. Antonio Esparza Lozano
62.	HEROES DE MEXICO	1	Catalina González Ma. Matamoros	646-99-53	Salvador Burgueño Santana
63.	ANTONIO CASO	2	Catalina González Ma. Matamoros	629-62-23	Pedro Acosta Lee
64.	JOHN F. KENNEDY	1	Colombia No. 9917 Panamericano	6 37 17 08	Alfonso Angulo Guerrero
65.	JUAN RULFO	2	Colombia No. 9917 Panamericano	6 37 29 62	Erasto Islas Amador
66.	FELIPA VELAZQUEZ	2	Cruz del Sur S/N	660-01-68	Felipe Vargas Vargas
67.	ROBERTO AGUILAR VAZQUEZ	1	Emiliano zapata col. Arenal	6 24 84 84	Ma. Gpe. Angulo arce
68.	LIBERTADORES DE AMERICA	2	Emiliano zapata col. Arenal		Refugio Ruiz Frausto
69.	HEROES DE 1911	1	Escultores 43 F. Sánchez Taboada	6 26 51 01	Guillermina Álvarez Aviña
70.	JOSE CLEMETE OROZCO	2	Escultores 43 F. Sánchez Taboada	6 26 59 00	Ignacio Bugarin Montoya
71.	BENITO JUAREZ GARCIA	1	Estado 29 col. San Luis	6 45 24 15	Rafael Paramo Cisneros
72.	HEROES DE LA REFORMA	2	Estado 29 col. San Luis	6 45 20 71	José de J. Barboza Cobian
73.	HIMNO NACIONAL MEXICANO	1	Everest y Mercenario Fracc. Cumbres	6 87 69 26	Sergio A. Morales Dote
74.	OCTAVIO PAZ	2	Everest y Mercenario Fracc. Cumbres		Alejandra Madrigal Arroyo
75.	GRAL. LAZARO CARDENAS DEL RIO	1	Fco. I. Madero y Gpe. Victoria S/N		Antonia Aguirre Guzmán
76.	JAIME TORRES BODET	2	Fco. I. Madero y Gpe. Victoria S/N	686-01-15	Evangelina Vazquez Cruz
77.	NUEVA CREACCION EL NIÑO	1	Fracc. El Niño		Marcos Orduño Camargo
78.	NUEVA CREACCION EL NIÑA	2	Fracc. El Niño		Silverio Aarón Trujillo Martini
79.	TIJUANA TZU-CHI	1	Frambuesa S/N La Morita 2		Graciela E. Sánchez Raygoza

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
80.	CALAFIA TZU-CHI	2	Frambuesa S/N La Morita 2		Ma. Candelaria García Rodríguez
81.	BASILIO BADILLO	1	Francisco I. Madero 33 Divina providencia	6 80 73 77	Luis Cruz Rosales
82.	MANUEL PADERES	2	Francisco I. Madero 33 Divina providencia	6 31 56 77	Juan Ignacio Ruiz Pérez
83.	INDEPENDENCIA	2	Gral. Rodolfo Sánchez Taboada	6 84 02 46	Alicia García García
84.	MIGUEL HIDALGO	1	Gral. Rodolfo Sánchez Taboada	6 84 24 36	Ricardo Laguna
85.	JOSE MARIANO MICHELENA	1	Guadalajara y Av. Pinos S/N	6 89 41 00	Josefina Alemán Baeza
86.	MARIANO MATAMOROS	2	Guadalajara y Av. Pinos S/N	6 89 75 80	Ma. De Jesús Meza Amado
87.	GRAL HERIBERTO JARA	1	Hidra S/N 1ra Sección Sánchez Taboada	6 26 03 82	Laura Guerrero Pila
88.	GABRIELA MISTRAL	2	Hidra S/N 1ra Sección Sánchez Taboada	6 26 66 06	Ramiro Martínez Soto
89.	HEROES DE LA REFORMA	1	Justo sierra 7379 la cima y Zaragoza	6 37 01 09	Eloisa Fimbres Mendoza
90.	13 DE SEPTIEMBRE	1	Lázaro Cárdenas # 13 Col. Gpe. Victoria	624-02-44	Juana Virginia García Pérez
91.	13 DE SEPTIEMBRE	2	Lázaro Cárdenas # 13 Col. Gpe. Victoria		
92.	NIÑOS HEROES	2	Maclovio Herrera 3526 y P. Natera S/N	637-70-21	Miguel A. Ruiz Fuentes
93.	NIÑOS HEROES	1	Maclovio Herrera 3526 y P. Natera S/N	637-82-24	María Eva Félix Herrera
94.	ALVARO OBREGON	1	Monte Video 252 Col. Altamira	6 87 27 09	Francisco Mendoza Liera
95.	GREGORIO TORRES QUINTERO	2	Monte Video 252 Col. Altamira	6 87 26 84	Evangelina Rafael Ramírez
96.	EMILIANO ZAPATA	2	Murua y V. Carranza Ej. Chilpancingo	6 23 98 49	Jesús Antonio Ruiz Gutiérrez
97.	NICOLAS BRAVO	1	Murua y V. Carranza Ej. Chilpancingo	623 95 05	Tomas Ávila Madrid
98.	VALENTIN GOMEZ FARIAS	1	Parque México 1124 Playas de Tijuana	6 80 13 64	Jesús Abenamar Palacios
99.	CRISTOBAL COLON	2	Parque México 1124 Playas de Tijuana	6 80 17 26	Aurora Quintero Piña
100.	GRAL. FRANCISCO MENDOZA LEYVA	1	Paseo de la Montaña 1620 los Laureles	6 80 82 88	Isidro Olvera Gonzalez
101.	FRANCISCO VILLA	2	Paseo de la Montaña 1620 los Laureles	6 80 81 55	Jorge. A. Castro García
102.	ULISES IRIGOYEN	1	Paseo de las Lomas 4 Conj. Residencial	6 86 95 75	Alma Rosa Álvarez Mejía
103.	PROFR.DOMINGO MARQUEZ	2	Paseo de las Lomas 4 Conj. Residencial	6 86 96 68	Norma Cota Ritchie
104.	LEYES DE REFORMA	1	Paseo del Pedregal 2970	680-15-71	Lilia Gpe. Von Borstel
105.	LEYES DE REFORMA	2	Paseo del Pedregal 2970	680-68-90	Fernando Santiesteban V.

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
106.	NUEVA CREACCION (LOS LOBOS)	2	Paseo Los Lobos S/N Fracc. Los Lobos	6 61 80 17	Patricia Zaragoza Rodríguez
107.	PROFA. ROSARIO CASTELLANOS	2	Paseo Reforma No. 11 Fracc. Reforma	6 26 35 13	Ma. Gpe. Carrasco Montiel
108.	DR. SALVADOR ALLENDE	1	Paseo Reforma No. 11 Fracc. Reforma	6 26 35 17	Teresa Aguayo Meneses
109.	DR. GUSTAVO AUBANEL VALLEJO	1	Pedro Moreno S/N Fracc. Mariano Matamoros	629-29-15	Ma. Socorro Jaime Vargas
110.	DR. GUSTAVO AUBANEL VALLEJO	2	Pedro Moreno S/N Fracc. Mariano Matamoros	646-24-58	Rodolfo López Huerta
111.	GRAL. MARIANO MATAMOROS	1	Pipila S/N Mariano Matamoros	673-38-32	Ma. Del Carmen Anduragai P.
112.	GRAL. NICOLAS BRAVO	2	Pipila S/N Mariano Matamoros	629-24-62	Rubén Hernández Domínguez
113.	RAMON LOPEZ VELARDE	1	Platón 7103	6 61 64 69	Lucía G. Silva Covarrubias
114.	GRAL. LAZARO CARDENAS	2	Rafael Sanchez 777 Cárdenas	680-89-87	Martha Estrella Ruelas
115.	GRAL. FRANCISCO J. MUGICA	1	Rafael Sanchez 777 Cárdenas	680-81-11	Rafaela Vázquez Araujo
116.	CUAHUTEMOC	1	Rey Carlos 16 Frcc. Los Reyes	6 89 50 54	Luis Felipe Vargas Witz
117.	GRAL. PEDRO MA. ANAYA	2	Rey Carlos 16 Frcc. Los Reyes	6 89 55 69	Gloria Estela Abitia Rubio
118.	INDURGENTES DE 1810	2	Roble 3124 Fracc. Ciudad Jardín	6 36 86 60	Apolinar Sánchez Ortiz
119.	EJERCITO NACIONAL	1	Roble 3124 Fracc. Ciudad Jardín	6 37 71 44	José E. Ochoa García
120.	OTTO MURILLO SALGADO	1	Rosario Castellanos # 8	623-57-87	Ernestina Valenzuela Ramos
121.	OTTO MURILLO SALGADO	2	Rosario Castellanos # 8 Col. Lopez Portillo	624-82-52	
122.	JOAQUIN GARCIA	2	Roxana Soto S/N Fracc. Libertad	6 61 64 71	Lucía G. Silva Covarrubias
123.	IGNACIO MANUEL ALTAMIRANO	1	Santa Ma. Del Mar No. 57 Col. Alemán	6 80 53 24	Rolando Antonio Davis Cota
124.	PROFRA. DOMINGA MARQUEZ Y M.	2	Toribio Ortega 6301 Col. Fco Villa	637-72-54	Alfredo Flores Sánchez
125.	PROFRA. DOMINGA MARQUEZ Y M.	1	Toribio Ortega 6301 Col. Fco Villa	637-72-10	Guadalupe Tafoya González
126.	JUAN MARIA DE SALVA TIERRA	1	Venecia S/N Fracc. Villa Fontana	6 61 44 83	José Luis Martínez Miranda
127.	LIBERTADORES DE AMERICA	2	Venecia S/N Fracc. Villa Fontana	6 61 96 69	David Pichardo Millán
128.	LAZARP CARDENAS DEL RIO	1	Vista Alamar 17238 Vta. Alamar	624-86-82	Lilia E. Tapia Norzagaray
129.	ULISES CRIOLLO	2	Vista Alamar 17238 Vta. Alamar		Ma. De Jesús Márquez T.

	ESCUELA	TURNO	DIRECCION	TELEFONO	DIRECTOR
130.	NUEVA CREACION PASEOS DEL GUAYCURA	1			Eduardo Ernesto Villaseñor Sandoval
131.	NUEVA CREACION PASEOS DEL GUAYCURA	2			Maria del Socorro Sánchez Chávez

Anexo 3

GLOSARIO

Atractivo turístico : Es todo lugar o acontecimiento de interés turístico. Son las atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y a permanecer un tiempo fuera de él, para la realización de actividades turísticas. Los atractivos turísticos se clasifican en Sitios Naturales, Museos y manifestaciones artísticas y culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas y culturales contemporáneas, y actividades programadas.

Atractivos históricos-culturales :Son el patrimonio histórico-cultural de un país, región o ciudad, que esta constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por la sociedad, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a esa región o país. Incluye no solo los monumentos y manifestaciones del pasado, sino también lo que se llama *patrimonio vivo*, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las comunidades o poblaciones tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y las artes populares, la indumentaria, los conocimientos, los valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura.

Atractivos naturales : Áreas naturales con flora, fauna, geología, hidrografía y ecosistemas que se están relativamente vírgenes o sin perturbar o contaminar. Susceptibles de estudiar, admirar o gozar junto con las manifestaciones culturales pasadas y presentes.

Costumbres : Las costumbres, en general, son la manera de vivir, los usos y los hábitos particulares de un pueblo, de una sociedad o de una comunidad, con una idea de obligación o de asentimiento moral general por parte de los participantes.. Desde el punto de vista psicosocial, las costumbres pueden ser definidas como 1) los modelos importantes y fundamentales de conducta que siguen las personas de un ambiente social porque se sienten obligados a ello, formando pautas o normas sociales. 2) El conjunto de comportamientos transformados en hábitos comunes a

una clase de individuos y a los cuales la sociedad de que se trata concede un significado latente con relación a un orden de valores.

Cultura : Término empleado en antropología, etnología o sociología. Se trata de todo cuanto, en una sociedad determinada, es adquirido, aprendido y puede ser transmitido. La cultura hace referencia a todo el conjunto de la vida social desde los basamentos tecnológicos y las organizaciones institucionales hasta las formas de expresión de la vida del espíritu, todo ello considerado como un orden de valores que dan una cierta calidad humana al grupo. El contexto cultural caracteriza tipos de cultura, es decir, conjunto de conocimientos, de ideas, de creencias, de normas, de valores y de conductas específicas de cada cultura.

Demanda Turística : El conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento o cultura en su período de tiempo libre o vacacional.

Ecología : El conjunto de conocimientos referentes a la economía de la naturaleza, la investigación de todas las relaciones de los seres vivos con su medio orgánico e inorgánico, incluyendo sobre todo su relación amistosa y hostil con la flora y la fauna con que se vincula directa o indirectamente.

Estacionalidad : Variación de una magnitud sociológica y económica – flujo de turistas o divisas – con relación a un período de tiempo determinado (verano respecto a invierno, etc.) Lo que determina las temporadas turísticas, es decir, el período de tiempo en el que se produce un mayor flujo de turistas hacia una zona turística determinada (Temporada Alta). Así como el período de tiempo en el que se produce un menor flujo de turistas hacia una zona turística determinada (Temporada Baja). Ambos flujos de turistas pueden estar determinada por diversos factores, por ejemplo los climáticos (verano o invierno) o sociales (períodos vacacionales).

Evaluación: Es un proceso de duración determinada que trata de valorar de manera sistemática y objetiva la pertinencia, el rendimiento y el éxito de un programa y proyecto concluido y en curso. En términos generales tiene por objeto determinar la eficiencia, la eficacia, el efecto y la sostenibilidad del mismo.

Excursionista : Aquel visitante que permanece menos de veinticuatro horas en el país que visita – es decir, aquel visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado- incluidos los viajeros que realizan cruceros y los viajeros en tránsito en aeropuertos y que deben permanecer unas horas en la ciudad haciendo escala. También se entiende como aquel visitante que reside en un país, que viaja de un lugar a otro dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual, por un período inferior a veinticuatro horas sin incluir pernocta en el lugar visitado y cuyo motivo principal de su visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Infraestructura Turística : El conjunto de elementos físicos, bienes muebles e inmuebles que posee un núcleo turístico para poder prestar los servicios correspondientes de transporte, alimentos, bebidas, alojamiento, esparcimiento, etc.

Oferta Turística : Es el conjunto de productos y servicios turísticos con los que cuenta un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructura, los cuáles se comercializan mediante un sistema turístico de mercadotecnia para darlos a conocer a los consumidores.

Organización : Conjunto colectivo con límites relativamente fijos e identificables, con una ordenación normativa, con un sistema de autoridad jerárquico, con un sistema de comunicación y con un sistema de miembros coordinado; este conjunto colectivo esta formado por una base relativamente continua dentro de un entorno que lo rodea y se dedica a acciones y actividades que normalmente tienden a una meta final u objetivo, o una serie de metas finales u objetivos.

Gestión Turística : Acción del estado integrada por una serie de normas orgánicas, esfuerzos, tendencias y disposiciones destinadas a regular, proteger y fomentar la actividad turística.

Prestador de Servicios Turísticos : Toda persona física o moral que habitualmente proporcione, intercambie o contrate la prestación de algún servicio con el turista.

Programa Recreativo : Conjunto de ideas organizadas, coherentes e integradas como actividades, servicios o procesos. Allí se establecen las acciones específicas que permiten alcanzar los objetivos del programa en cuestión y del plan general.

Recreación : Actividad o experiencia seleccionada en forma voluntaria por quienes participan en ella, ya sea por la satisfacción inmediata que deriva de la misma o porque percibe el logro de determinados valores personales o sociales. Se caracteriza por sentimientos de dominio, logro, aceptación, éxito y valor personal, refuerza la auto imagen o la retroalimentación positiva de otros.

Recursos Turísticos : El conjunto de patrimonio natural, histórico-monumental, artístico y cultural que posee un núcleo turístico (pueblo, ciudad, estado, provincia, región o país) y que tiene el poder de atracción turística.

Servicios Turísticos : Son los que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como paradores de casas rodantes que prestan servicios a turistas; agencias, subagencias y operadoras viajes; guías de turistas; restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares que se encuentran ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes, así como en aeropuertos, terminales de autobús, estaciones del ferrocarril, museos y zonas arqueológicas, empresas de intercambio de servicios turísticos.

Turista : Persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y, que utiliza servicios turísticos.

Turismo de Excursión : Tipo de turismo realizado por personas que se desplazan con el objeto de autoeducarse, ampliar su horizonte personal o incrementar sus conocimientos culturales a través de la participación en acontecimientos o visitas a sitios de alto valor cultural.

Turismo Social : Comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales los grupos obreros, campesinos, infantiles, juveniles, estudiantiles, magisteriales, de burócratas, de trabajadores no asalariados y otros similares, tienen acceso a sitios de interés turístico local o nacional, de tipo histórico, cultural o recreativo con el objeto de lograr descanso y esparcimiento familiar en condiciones adecuadas de costos, calidad, seguridad y comodidad.