

En torno a la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca: Algunos elementos económicos y sociales a considerar

Víctor Manuel López-Guevara y Pascal Barradas-Salas*

Resumen

En torno a la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca: Algunos elementos económicos y sociales a considerar. En esta investigación se exponen diversos aspectos económicos y sociales que desde la escala global y local (caso particular, Bahías de Huatulco) deben ser contemplados en la formulación de los contenidos de la Ley de Turismo para el Estado de Oaxaca. Entre los puntos que se analizan en este estudio figuran los siguientes: situación de la economía nacional en el periodo neoliberal, características de la oferta turística en Bahías de Huatulco, principales rasgos del empleo en esta localidad y el consumo alimenticio de los habitantes de este destino turístico.

Palabras clave: Ley de Turismo, Oaxaca, Bahías de Huatulco, oferta turística, empleo, consumo alimenticio.

Abstract

Towards a Law of Tourism for the State of Oaxaca: Economic and social considerations. This research presents several economic and social issues, from the global and local points of view, both of which should be taken into account in the process of designing a Law of Tourism for the State of Oaxaca. Bahías de Huatulco, a key tourist destination in the coast of Oaxaca, is considered as case study. The performance of the Mexican economy during this period of the so called "neoliberal" administrations, the characteristics of tourism services supplied in Bahías de Huatulco, particularities of the labour force and employment in this location, as well as food consumption habits of the local population, are among the issues analysed in this study.

Key Words: Tourism Law, State of Oaxaca, Bahías de Huatulco, tourist supply, employment, eating habits.

Résumé

Vers une loi de tourisme pour l'État d'Oaxaca: considérations économiques et sociales. Dans cette recherche sont exposés divers aspects économiques et sociaux qui, à l'échelle globale et locale (cas particulier: Bahías de Huatulco), doivent être mis en relation avec les contenus de la loi de tourisme pour l'État d'Oaxaca. Parmi les sujets analysés au cours de cette étude figurent les points suivants: situation de l'économie nationale à l'époque néolibérale, caractéristiques de l'offre touristique à Bahías de Huatulco, principaux traits de l'emploi dans cette localité et consommation alimentaire des habitants de cette destination touristique.

Mots clés : Loi de tourisme, État d'Oaxaca, Bahías de Huatulco, offre touristique, emploi, consommation alimentaire

Introducción

En el mes de octubre del año 2002, la LVIII Legislatura del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca dió inicio a los trabajos para la creación de la Ley Estatal de Turismo.

En relación con ese proceso legislativo nos proponemos abordar dos aspectos a lo largo de este trabajo: el primero consiste en señalar el

contexto político y económico en medio del cual nace la iniciativa para la creación de la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca. Como segundo punto se presentarán, a manera de un diagnóstico preliminar, algunas de las características económicas y sociales de Bahías de Huatulco, con la finalidad de señalar aquellos aspectos en torno a los cuales se debe legislar con mayor atención, bien para evitarlos, erradicarlos o reproducirlos.

*Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad del Mar, campus Huatulco

Tabla I. Participación porcentual del sector agropecuario, silvícola y pesca en el PIB nacional.

1995	1996	1997	1998	1999	2000
5.4	6.0	5.5	5.2	4.6	4.1

Fuente: INEGI. *Banco de Información Económica*
<http://www.inegi.gob.mx/difusion/espanol/fietab.html>
 Consultado el 30 de noviembre de 2002

La creación de una ley, al igual que las reformas que ésta pueda experimentar al paso del tiempo, son señales de la evolución en las relaciones políticas y económicas que se dan al interior de un territorio (cfr. Arroyo, 1996; Katz, 1999; y López, 2001). Ejemplo de ello fue el papel de la Constitución de 1917 para afianzar el tránsito del México latifundista a la nación post revolucionaria. Décadas después, el debilitamiento del modelo de sustitución de importaciones reveló, de forma concomitante, el agotamiento del marco legal que le servía de sustento. De esa manera, al asumir la política en México una orientación neoliberal, se hizo necesaria la creación de nuevas condiciones legales acordes con el nuevo tiempo histórico. Esto se llevó a cabo mediante reformas a artículos constitucionales y la modificación o bien la promulgación de leyes secundarias.

El proyecto para la creación de la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca nace a veinte años de iniciar la transición en México de una economía protegida a otra de corte neoliberal: abierta a las fuerzas y agentes del mercado mundial. A lo largo de este período han sido varias las transformaciones que ha experimentado la economía nacional.

Se observa, por ejemplo, que las industrias maquiladoras han ganado mayor representatividad en los espacios del norte y centro del país. En 1995 esta industria empleó a más de 600 000 trabajadores, cifra que a comienzos del año 2000 llegó a más de un millón (Schettino, 2000:12). En el mismo quinquenio, disminuyó la participación porcentual en el Producto Interno Bruto (PIB) de las actividades agropecuarias, silvícolas y pesqueras, del 5.4% en 1995 al 4.1% para el año 2000 (Tabla I); al mismo tiempo, la participación de las actividades turísticas se mantuvo constante con niveles entre el 8.2% y el 8.4% del PIB nacional (Tabla II).

El neoliberalismo en México ha conducido hacia la reestructuración de varias actividades económicas. El turismo ha sido una de ellas. Coll (2000: 92), describe la posición actual de esta actividad en los siguientes términos:

“La actividad turística es hoy a la geografía nacional lo que fue la mina en los siglos anteriores: promueve la utilización de regiones no ocupadas, la creación de vías de comunicación, el saneamiento de áreas inhóspitas, el nacimiento de ciudades de la nada.”

Tabla II. Participación del turismo en el Producto Interno Bruto nacional. 1995-2000

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
PIB total (millones de pesos)	1 678 834.8	2 296 674.5	2 873 272.9	3 517 781.8	4 205 703.8	4 974 463.6
PIB turístico (millones de pesos)	141 015.0	188 247.6	236 986.2	291 447.5	354 959.5	417 097.0
Participación del PIB turístico (porcentaje)	8.4	8.2	8.2	8.3	8.4	8.4

Fuente: <http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/repmacro.jsp>
 Consultado el 30 de noviembre de 2002.

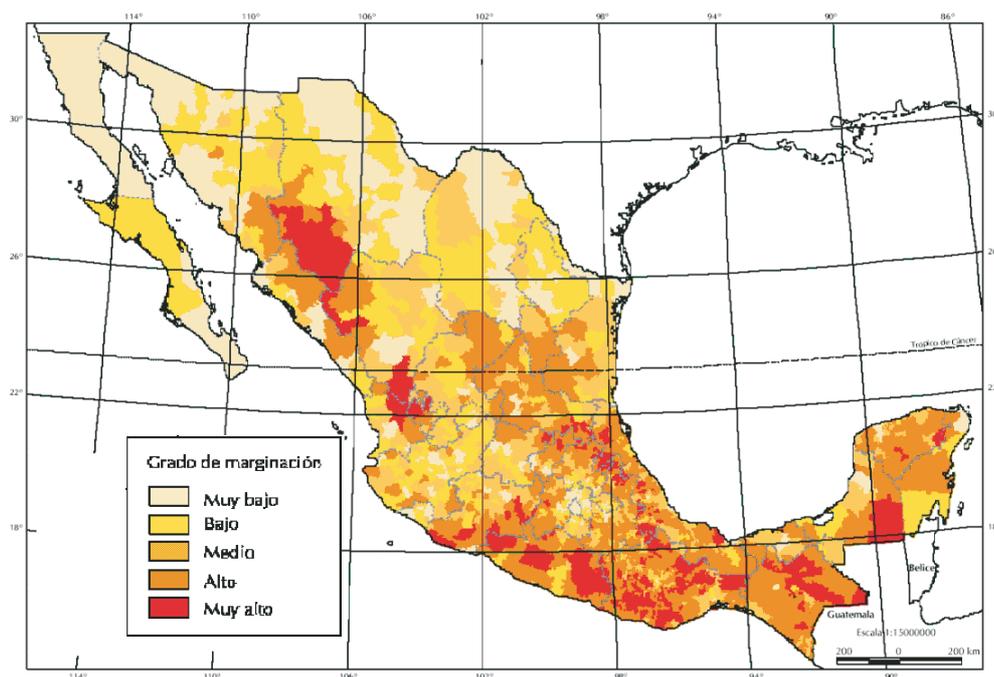


Figura 1. México: municipios según grado de marginación, 2000.
 Fuente: http://www.conapo.gob.mx/m_en_cifras/principal.html

El impulso de la actividad turística en México se puede entender a partir de la influencia de dos procesos que se experimentan a escala global: por un lado, el incremento de llegadas de turistas internacionales en el mundo: de aproximadamente 650 millones en 1995, a más de 700 millones para el año 2000, con un estimado de 1 560 millones para el año 2020 (SECTUR, 2001:30). El segundo proceso consiste en la adaptación del aparato productivo nacional a la llamada *División Internacional del Trabajo*, la cual se puede entender como un esquema mundial para la localización de los sectores económicos en donde las naciones capitalistas desarrolladas concentran dentro de sus territorios a las industrias de alta tecnología, a los centros financieros, así como a la producción de importantes volúmenes de granos básicos (Méndez y Molinero, 1997:370). En cambio, dentro de las naciones de la periferia capitalista, sobresale la concentración de las industrias maquiladoras y la exportación de materias primas, a lo que se suma, para el caso de México, la actividad turística debido a la diversidad de litorales, relieves, climas y ecosistemas.

Desde nuestra perspectiva, son tres los factores que vuelven necesaria la creación de la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca:

1. La ubicación de Oaxaca, que la aleja de la frontera con Estados Unidos y, a la vez, no facilita la captación de flujos de Inversión Extranjera Directa por concepto del establecimiento de industrias maquiladoras.
2. La presencia de altos niveles de marginación social en el territorio oaxaqueño (Fig. 1).
3. La necesidad de favorecer, desde un punto de vista legal, la inserción del sector turístico estatal a las redes internacionales, de la misma manera que las reformas a las leyes federales de Inversión Extranjera, Agraria y Minera lo hicieron para sus respectivos sectores.

La elaboración de un texto legislativo comprende varios puntos. La comprensión general del tema sobre el cual se legislará es el primero de ellos (Romero, 2002). En este sentido hemos expuesto el escenario político y económico

Que a escala mundial promueve la creación de la ley que nos ocupa; no obstante, aún falta retratar al fenómeno turístico desde la escala local.

Desde una visión legal, la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca deberá tener concordancia con la Constitución y con la Ley Federal de Turismo. Desde la óptica económica, ésta, al igual que las leyes que le han antecedido en reformas o promulgación, retratará la lógica del capitalismo global. Adicionalmente, deberá guardar correspondencia con la situación que se vive al interior de los espacios turísticos del Estado. Este último requerimiento es expresado por Carpizo (1985: XXVIII), en los siguientes términos:

“... la realidad determina a la norma pero a su vez ésta influye claramente en la realidad.”

De tal forma, las leyes vigentes son el resultado de una perpetua adecuación entre el marco legal y la realidad que se manifiesta en cada momento (Carpizo, 1985). A partir de este supuesto, en lo subsiguiente, se presentará un diagnóstico socioeconómico del área urbana y turístico de Bahías de Huatulco.

Material y métodos

El diagnóstico socioeconómico y turístico que se presenta a continuación comprende tres partes a estudiar: el consumo de los productos de la canasta básica por parte de los habitantes del área urbana de La Crucecita; las características del empleo de los habitantes de este mismo lugar; y la oferta turística de Bahías de Huatulco. Para analizar las primeras dos partes, se seleccionó como población objeto de estudio a los habitantes de las casas-habitación (ocupadas) que comprenden los Sectores: A, E, H, U2 Norte, U2 Sur, H3, T, M, J (Infonavit Vicente Guerrero), I (Residencial Chahué y Los Mangos) y H2. En estas áreas se efectuó un conteo de casas por manzana con la ayuda de alumnos de diversos cursos¹. El proceso fue el siguiente: el alumno se ubicó en la esquina

¹Alumnos de los grupos 101-A y 101-E del curso propedéutico verano 2002

Norte o Noroeste (se les proporcionaron los mapas adecuados) del conjunto de manzanas que le correspondió contar. Posteriormente caminó en sentido de las manecillas del reloj mientras contaba el número de casas-habitación en cada manzana; se incluyó también a las casas ubicadas dentro de los comercios. De esta forma se obtuvo el total de casas-habitación por sector en la zona de estudio. Esta población de viviendas ocupadas se considera un caso heterogéneo, ya que cada sector corresponde a un subconjunto del universo y a cada una de estas áreas se les llama estratos de la población. Es decir, el sector A es el estrato 1, el sector E es el estrato 2, y así sucesivamente. El total de la población de casas-habitación contabilizadas fue de 2,825, por lo que se procedió a estimar un tamaño de muestra para llevar a cabo las encuestas correspondientes. Lo anterior se logró con la siguiente fórmula (Ibarra, 1998):

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2} \left(1 + \frac{1}{N} \frac{z^2 pq}{E^2} \right)$$

Al identificar los elementos se tiene: N = tamaño de la población o universo, z = valor estándar de normalización correspondiente a la confiabilidad, p = parte proporcional del universo que cumple con la característica, q = parte proporcional del universo que no cumple con la característica, E = error proporcional permitido a los resultados del muestreo.

Por lo tanto de acuerdo al total de la población $N = 2,825$, y a las demás variables se les asignan los siguientes valores: $z = 1.96$ (95% de confiabilidad), $p = q = 0.5$, $E = 6\%$. Al sustituir en la fórmula anterior se obtiene el tamaño de muestra $n = 243$. Debido a que nuestra población es heterogénea, se procedió a aplicar el proceso llamado “muestreo estratificado por asignación proporcional” (Scheaffer, 1986:102), el cual consiste en distribuir proporcionalmente el tamaño de muestra a cada uno de los estratos, es

Tabla III. Casas a encuestar por sector urbano

Sector	K	Chahué A	Chahué B	M	H	U2 Sur	U2 Norte	T	A	E	H3	V. Gro.	Los Mangos	H2	Total
No. Casas	162	160	136	29	926	106	96	181	4	59	276	360	176	154	2825
%	5.73	5.66	4.81	1.02	32.78	3.75	3.39	6.4	0.14	2.09	9.77	12.74	6.23	5.45	99.96
Tamaño de Muestra	14	14	11	2	80	9	8	16	1	5	24	31	15	13	243

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el muestreo.

decir, a mayor tamaño de estrato le corresponde un mayor número de casas-habitación a seleccionar. Lo anterior se especifica claramente en la Tabla III, que nos describe la proporción que ocupa cada sector respecto a la población y el número de viviendas a encuestar en cada caso.

Después de obtener el número de casas habitación a encuestar, se procedió a su localización. Esto se llevó a cabo de la siguiente manera: En el sector K, donde la Tabla III indica que se debían encuestar 14 casas, se seleccionaron 14 números aleatorios entre el 1 y el 162 (esta última cantidad es el total de las casas de este sector). Posteriormente se les ubicó en cada manzana del sector con ayuda del mapa de conteo.

Este tamaño de muestra se utilizó tanto para la encuesta del consumo de los productos de la canasta básica, como para las características del empleo de los habitantes de La Crucecita. En cada uno de los casos, se efectuó una selección aleatoria diferente. El cuestionario para estudiar el consumo de los productos comprende las siguientes variables: número de productos de la canasta básica y número de productos no pertenecientes a la canasta básica consumidos cada semana, razones del incremento de precios en los productos alimenticios. El cuestionario referente a las características del empleo considera las siguientes variables: "condición de migrante", "condición laboral", "sueldo en salarios mínimos" (salario mínimo vigente en

Oaxaca), "permanencia del trabajo", "capacitación de los trabajadores", "prestaciones que recibe" y "decisión de permanecer en el trabajo actual".

En lo que respecta al análisis de la oferta turística de Bahías de Huatulco, se estimó el número de turistas a encuestar a través de la siguiente fórmula (Ibarra, 1998):

En donde la descripción de las variables es la misma que en la fórmula anterior. Por lo tanto al sustituir los valores: $z = 1.645$ (90% de confiabilidad), $p = q = 0.5$, $E = 6.8\%$, se obtiene un tamaño de muestra de $n = 148$.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{E^2}$$

Los cuestionarios se aplicaron únicamente a turistas nacionales, el día 14 de septiembre de 2002², en las playas de Santa Cruz (16 turistas), La Entrega (12), Chahué (8), Tangolunda (24), San Agustín (24), Maguey (24), Arrocito (8) y en el centro de La Crucecita (32). El método de selección de turistas utilizado fue de *intercepción*. En esta encuesta se contemplaron las siguientes variables: "procedencia", "escolaridad", "transporte", "medio publicitario a través del cual el turista se enteró de Bahías de Huatulco", "publicidad en el Estado", "estadia", "actividades realizadas" y "actividades propuestas".

²Estos cuestionarios fueron levantados por los alumnos del grupo 101-C del curso propedéutico verano 2002, en la materia de Geografía.

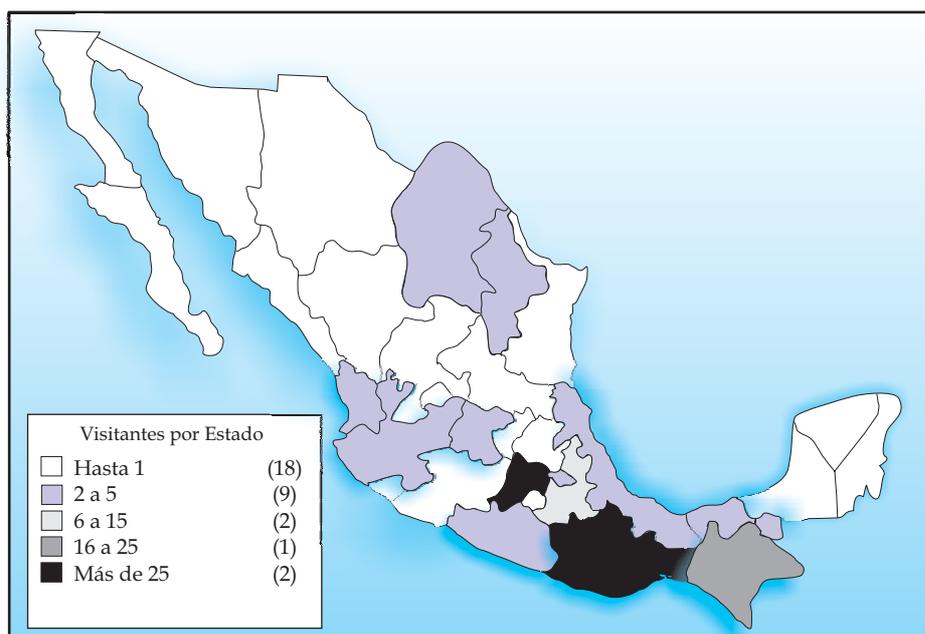


Figura 2. Origen de los flujos turísticos.
Fuente: Resultados de la encuesta correspondiente.

Los resultados obtenidos de las tres encuestas fueron sometidos a un tratamiento estadístico. A continuación se muestran estos resultados en forma de porcentajes.

Resultados

Los resultados de las tres encuestas aplicadas se presentan en el siguiente orden: Oferta turística, empleo y consumo.

a) Oferta turística.

La figura número 2 ilustra el origen de los turistas. En ella se observa que los principales mercados de este destino turístico son el mismo estado de Oaxaca, el Distrito Federal y el Estado de México.

El 73.6% de los turistas entrevistados arribaron a Bahías de Huatulco por vía terrestre, 24.8% lo hicieron por vía aérea y el 1.6% por medio de transporte marítimo. El 55.2% de los turistas señalaron haberse enterado de este destino turístico a través de comentarios de amigos, 15.6% por medio de agencias de viajes,

13.4% por publicidad en televisión, 10.4% a través de Internet, 4.5% por medio de revistas y 0.9% por otros medios.

Respecto a la escolaridad de los visitantes, la segmentación del mercado fue la siguiente: el 47.6% de ellos tienen estudios de licenciatura, 23.4% posee estudios de bachillerato, 16.1% tiene estudios de secundaria, 6% de primaria, 5.3% de maestría y 1.6% estudios de doctorado.

En lo referente a la estadía de los visitantes, se observó que el 52.2% permaneció entre 3 y 4 días, 18.2% entre 5 y 6 días, 13.2% más de 7 días y 16.4% entre 1 y 2 días.

En la figura número 3 se agrupan a los turistas según el número de atracciones visitadas por ellos.

B) Empleo

En el gráfico número 4 aparecen los sueldos que reciben los habitantes de Bahías de Huatulco, agrupados en los montos más frecuentes. Del total de trabajadores encuestados, se identificó que el 77.5% de ellos son inmigrantes, mientras que 22.5% son pobladores

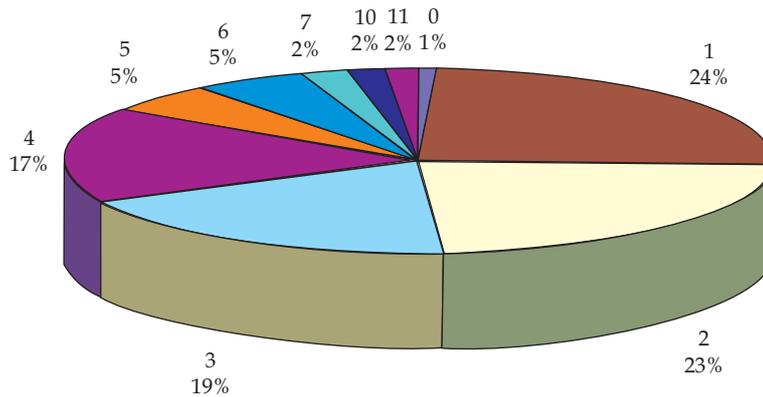


Figura 3. Número de atracciones visitadas por turista.
Fuente: Resultados de la encuesta correspondiente.

nacidos en Bahías de Huatulco. El 61.7% de los trabajadores son empleados, 22.7% son trabajadores por su cuenta, 12.7% son patrones y 2.9% jornaleros.

En lo concerniente al número de prestaciones que reciben los trabajadores entrevistados, se observó que el 35.3% no recibe ninguna prestación, 16% recibe cinco, 14.8% recibe tres, 13.6% recibe cuatro, 10.4% recibe dos y 9.9% recibe solo una.

Los trabajadores reciben el siguiente número de capacitaciones al año: el 63% son capacitados entre una y dos veces al año, 16.5% entre tres y cuatro, 9.9% entre cinco y ocho y 10.6% entre nueve y doce. En otro orden de ideas, se observó que el 84.7% permanece activo en su empleo todo el año, mientras que 15.3% son trabajadores eventuales.

Finalmente, el 74.1% de los trabajadores encuestados manifestó el deseo de conservar su empleo, el 18% indicó la predisposición a buscar un nuevo empleo dentro de Bahías de Huatulco, mientras que el 7.9% informó que buscaría empleo fuera de este destino turístico.

c) Consumo

La figura 5 representa el número de productos de la canasta básica consumidos en los hogares encuestados.

El consumo de productos no pertenecientes a la canasta básica (seis), entre ellos carnes, algunas verduras y frutas, se presentan a continuación: 73.1% de los hogares consume entre cuatro y cinco de estos productos cada semana, mientras que el 26.9% consume tres o menos.

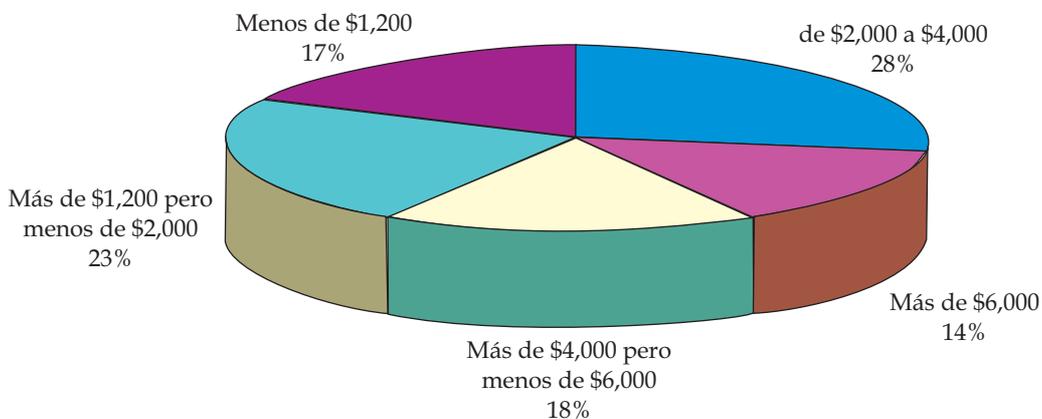


Figura 4. Sueldo mensual de los trabajadores.
Fuente: Resultados de la encuesta correspondiente.

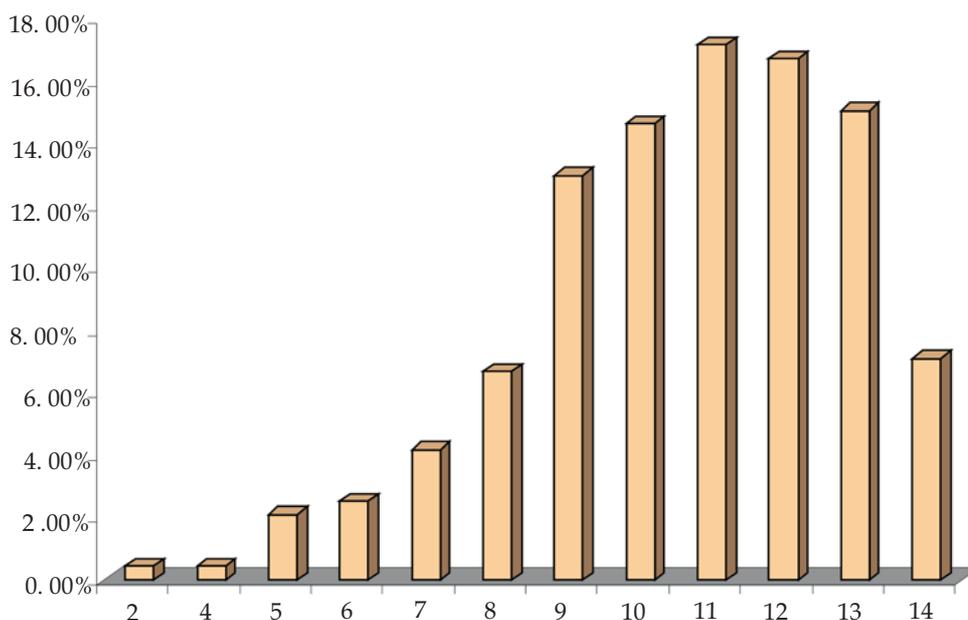


Figura 5. Número de productos de la canasta básica consumidos cada semana.
Fuente: Resultados de la encuesta correspondiente.

Finalmente se observó que el 69% de los habitantes encuestados, opina que hay un incremento periódico en los precios de los alimentos a causa de la temporada vacacional, 24% piensa que la causa de este incremento es la escasez y el resto indica que es por otras razones.

Discusiones y conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos en las tres encuestas realizadas se destacan los siguientes puntos: En correspondencia con la planeación del Fonatur (1997:5), Bahías de Huatulco se caracteriza por ofrecer empleos con remuneraciones mayores al promedio reportado para el estado de Oaxaca según el XII Censo General de Población y Vivienda 2000 (<http://www.inegi.gob.mx/difusion/espanol/fpobla.html>). Ejemplo de ello es que a nivel estatal el 9.5% de la población ocupada percibe entre 3 y 5 salarios mínimos, mientras que en Bahías de Huatulco el 23.4% recibe de 3.4 a 5.2 salarios mínimos.

No obstante, al interior de este complejo turístico se presentan algunas características que de mantenerse, pueden obstaculizar el desarrollo proyectado para este centro. Con la finalidad de

conceptuar mejor esta problemática, se presenta la siguiente clasificación:

Problemáticas que deben resolverse en la relación entre Bahías de Huatulco y los turistas

a) Poco impacto de la publicidad en los medios masivos de comunicación. Tal como lo señalan los resultados de la encuesta correspondiente, la publicidad que recibe el mercado nacional acerca de Bahías de Huatulco, se da en mayor medida a través de comentarios entre amigos. De esta forma se identifica la ausencia de una estrategia publicitaria agresiva en los medios electrónicos e impresos, lo cual puede ser una causante de los bajos niveles de ocupación hotelera que reporta el Fonatur (56.3% de promedio anual en 2001 y 32.1 % para el mes de septiembre del mismo año. Fuente:<http://www.fonatur.gob.mx/obtarchivo.asp?liga=estadisticas/dir-estad.htm>).

b) Escaso número de atracciones visitadas por los turistas. Casi la mitad de los turistas nacionales encuestados, visitaron únicamente entre 1 y 2 atracciones turísticas. De ello se reconoce la necesidad de estudiar y reposicionar la oferta turística de Bahías de Huatulco.

c) Estadías promedio menores a 5 días. El promedio obtenido de la estadía por turista fue de 3.9 días. Este valor no se ha modificado sustancialmente desde 1996, fecha en la que Fonatur reportó, para el mes de septiembre, la cifra de 3.7 días (Fonatur, 1997:125).

Problemáticas que deben resolverse en la relación entre Bahías de Huatulco y sus habitantes

a) Prestaciones. Si bien los sueldos que percibe la población ocupada en Bahías de Huatulco es mayor al promedio estatal, un amplio porcentaje de ellos (35.4%), no recibe ningún tipo de prestación.

b) Capacitación. Se observa que en Bahías Huatulco coexisten dos culturas laborales: por un lado el 60% del personal empleado recibe entre 1 y 2 capacitaciones al año, mientras que únicamente el 10% recibe 12.

c) Incremento periódico de precios. Según los resultados obtenidos por la encuesta, la población de este polo turístico asoció el incremento periódico de los precios en los productos alimenticios con las temporadas altas de turismo.

La ley contempla obligaciones y libertades. A su vez, ésta debe propiciar el desarrollo de capacidades, a nivel individual, colectivo y estatal, para facilitar el aprovechamiento de las libertades que ella misma otorga.

De esa manera se cree que la Ley de Turismo para el Estado de Oaxaca debe asegurar una mayor promoción de Bahías de Huatulco y, en general, de todos los destinos turísticos de la entidad para transformar los datos presentados en el mapa de la figura 2. Asegurar, desde un punto de vista legal, la publicidad de Bahías de Huatulco, puede significar el mayor conocimiento de toda la oferta turística que en él se localiza (y no únicamente de las bahías), así como el incremento de la estadía media por turista.

En otro orden de ideas, a pesar de que el 85% de los trabajadores de esta localidad se mantienen laborando de forma permanente todo el año en sus empleos, se observa que hay una porción mínima de ellos que reciben capacitación constantemente a lo largo de todo el año. Si la capacitación se concibe, en el mundo empresarial, como una ventaja comparativa y competitiva, es recomendable que ésta sea asegurada, por medio de la Ley de Turismo, a fin de que, en su conjunto, los espacios turísticos de Oaxaca se reposicionen en el mercado nacional e internacional.

Desde el año de 1982, la economía mexicana ha transitado de un estadio proteccionista hacia otro de corte neoliberal. Una de las principales consecuencias de esta transición ha sido que el comercio de bienes y servicios se regule por la ley de la oferta y la demanda. No resulta extraño, entonces, que durante la época vacacional -al interior de los centros turísticos- el precio de distintos productos, entre ellos los alimenticios, se eleve. Este patrón económico acentúa el encarecimiento en la población que habita localidades como Bahías de Huatulco. Este problema fue señalado por Hiernaux (1989:53-73), a finales de la década de los ochentas, como una de las principales causas que pueden frenar el incremento en el nivel de vida de los empleados turísticos y sus familias. Desde una perspectiva personal y en correspondencia con la fracción II del artículo segundo de la Ley Federal de Turismo, se cree que la ley estatal en cuestión debe reforzar más los canales de comunicación entre los gobiernos locales y las autoridades de la PROFECO con la finalidad de reducir la escasez durante los periodos vacacionales.

Cada uno de los elementos y situaciones indicados en este trabajo son motivo de atención para la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca. Si se parte de la idea de que inicialmente la ley es un puente entre una realidad presente y una realidad planeada, se podrá entender la necesidad de explicar los eventos que a escala global y local se relacionan con aquella realidad que la ley pretende normar. Es en este punto donde ubicamos cada uno de los temas abordados en este texto.

Agradecimientos

Los autores agradecen la colaboración de los alumnos integrantes de los grupos 101 A, 101 C y 101 E, del curso propedéutico 2002 de la Universidad del Mar, campus Huatulco, quienes apoyaron en el levantamiento de los cuestionarios que conformaron las encuestas. Asimismo los autores agradecen a Raquel Rumor y Hervé Geslin, profesores investigadores del Departamento de Idiomas del campus Huatulco de la Universidad del Mar, por haber realizado las traducciones del resumen de este trabajo al inglés y al francés, respectivamente.

Bibliografía

- Arroyo, M., 1996. Território, transicao e futuro. Experimental. Laboratorio de Geografia Politica e Planjamento Territorial e Ambiental. Departamento de Geografia, F.F.L.C.H.-U.S.P. Brasil. 1: mimeo.
- Carpizo, J., 1985. "Presentación a la primera edición". Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada. Departamento del Distrito Federal, Universidad Nacional Autónoma de México (mimeo).
- Coll, A., 2000. México: una visión geográfica. Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. 139 pp.
- Fonatur, 1997. Estrategia de reposicionamiento. Bahías de Huatulco. Fonatur. México. 220 pp.
- Hiernaux, D.(comp.) *et al.*, 1989. Teoría y praxis del espacio turístico. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. México. 175 pp.
- Ibarra, O., 1998. Estadística para la Administración Turística. Editorial Diana. México. 274pp.
- Katz, I., 1999. La Constitución y el desarrollo económico de México. Editorial Cal y Arena, Centro de Investigaciones para el Desarrollo A.C. e Instituto Tecnológico Autónomo de México. México. 562 pp.
- Ley Federal de Turismo, 1992. México. 112 pp.
- López-Guevara, V. M., 2001. Libertades legales y justicia territorial. México. Tesis de licenciatura en Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. México. 111 pp.
- Méndez, R. y Molinero, F. 1997. Espacios y sociedades. Introducción a la geografía regional del mundo. Editorial Ariel. España. 684 pp.
- Romero, J., 2002. "Guía para la elaboración de un texto legislativo". Ponencia presentada en el Foro regional para el análisis y la discusión para la creación de la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca. Huatulco, Oaxaca, 17 de octubre.
- Sectur, 2001. Programa Nacional de Turismo, 2001-2006. 172 pp.
- Scheaffer, R; Mendenhall, W; Ott, L., 1987. Elementos de muestreo. Grupo Editorial Iberoamérica. México. 322 pp.
- Shettino, M., 2000. "Lo bueno y lo malo de maquilar". Este país. Tendencias y opiniones. México. 110:12-15 pp.
- En internet:
<http://www.fonatur.gob.mx/obtarchivo.asp?liga=estadisticas/dir-estad.htm>
<http://www.inegi.gob.mx/difusion/espanol/fpobla.html>
- Recibido: 17 de diciembre de 2002*
Aceptado: 17 de marzo de 2003