

# “LAS DIRECCIONES DE TURISMO MUNICIPAL Y SU IMPACTO EN LAS CONTRIBUCIONES LOCALES” CASO ESTADO DE VERACRUZ

L.C. Guadalupe Verónica Vela Hernández  
gvvh\_2007@hotmail.com

M.Aud. Julio Alonso  
Iglesias  
julalonso@uv.mx

Dr. Héctor Rogelio Olivares Galván  
holivares@uv.mx

Fecha de recepción: 4 de Julio del 2016

Fecha de aceptación: 18 de Septiembre del 2016

## RESUMEN:

El presente trabajo es una investigación que está enfocada a conocer la eficiencia de las oficinas de turismo municipal, de manera particular las del Estado de Veracruz, ya que de los 212 municipios con los que cuenta la entidad, 73 municipios se consideran con perspectiva en materia de turismo por la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz. Uno de los principales problemas de estas direcciones de turismo para impulsar la economía local y a su vez apoyar al gobierno para obtener ingresos que permitan una mejor gestión del gobierno local es por falta de formación y creatividad para generar productos turísticos permanentes y de carácter temporal que sean exitosos en su participación en el desarrollo turístico local. Este trabajo es el parteaguas de una serie de futuras investigaciones para promover el turismo local en Veracruz.

## PALABRAS CLAVE:

Contribuciones locales, dirección de turismo, Municipio, Veracruz.

## ABSTRACT:

The present research is focused on knowing the efficiency of municipal tourism offices, particularly tho-

se of the State of Veracruz, since of the 212 municipalities with which the entity has 73 municipalities are considered with a perspective on tourism by the Secretary of Tourism and Culture of the State of Veracruz. One of the main problems of these directions of tourism to boost the local economy and, in turn, to support the government in order to obtain revenues that allow a better management of the local government is the lack of training and creativity to generate permanent and temporary tourist products that are Successful in their participation in local tourist development. This work is the beginning of a series of future research to promote the local tourist in Veracruz.

## KEY WORDS:

Local contributions, Municipality, tourism management, Veracruz

## INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas reales que enfrenta el desarrollo turístico a nivel estatal, es la falta de capacidad técnica para desarrollar productos turísticos permanentes que posibiliten el desarrollo de empleos de naturaleza fija y permanente. En materia de turismo municipal en el caso de Veracruz se ha perdido la oportunidad de atraer turistas de carácter nacional e

internacional con amplia capacidad económica para su experiencia de placer.

Podemos definir el turismo como:

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia, no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. (Acerenza, 1984, pág. 22)

“Turismo; el negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros”, y agrega: “... por tanto, el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento, e indirectamente, virtualmente a toda la industria y negocios en el mundo”. (Acerenza, 1984, pág. 27)

En materia legal en México, la Ley Federal de Turismo, en su artículo 3, especifica:

“Para efectos de esta ley se entiende que el turismo comprende el conjunto de actividades que se originan por quienes de propia voluntad viajan o se proponen a viajar, preponderantemente con propósitos de recreación, salud, descanso, cultura o cualquier otro similar”. (Acerenza, 1984, pág. 29).

Otros autores como Molina, han expresado ideas del turismo como:

“Según lo establecido por diferentes organismos internacionales, como la Conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el Desarrollo (UNCTAD) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Estado y los gobiernos locales son quienes deben dirigir las fuerzas del mercado, instrumentar un marco jurídico adecuado, construir infraestructura y promover la capacitación de los recursos humanos en todos sus niveles”. (Molina, 2007, pág. 19).

Resulta interesante que se haga mención de un problema a nivel nacional y que se expresa en el siguiente párrafo:

“entre los problemas que demandan la atención de las oficinas nacionales de turismo, uno de los más imperiosos e ineludibles es el de la formación de ejecutivos y cuadros técnicos. En efecto, hace ya mucho tiempo que dichos organismos han notado que su actividad cambia del plano de un pasatiempo agra-

dable al de una industria nacional exigente, compleja y delicada. Los dirigentes de hoy y forzosamente los de mañana deben responder no solamente por la calidad artística, literaria y estética de su propaganda, sino por la eficacia de una acción que no cesa de transformarse, de diversificarse, y cuyos resultados influyen positiva o negativamente en la vida de cientos de miles de sus compatriotas”. (Haulot, 1991, pág. 65). A nivel de gobierno local, el problema es grave, como es el caso en Veracruz con sus 212 municipios, ya que la falta de formación turística adecuada y la selección de los cuadros que manejan el tema. En muchos casos las oficinas de turismo municipal solo son de adorno que no tienen una operación real, lo que ha generado que se mantengan en el subdesarrollo.

Una parte esencial del turismo es su participación en el Producto Interno Bruto (PIB), ya que la derrama económica que esta actividad genera contribuye a la economía del país, por ello, “el turismo en México representa directamente el 8.5% del PIB y genera un valor por encima del promedio de la economía... el sector genera 2.3. Millones de empleos directos (5.8%), la cifra real es significativamente más alta cuando se considera el empleo indirecto” (SECTUR, 2017, pág. 3). Sigue complementando “en 2014 el sector representó directamente el 8.5% del PIB, el 5.8% del empleo remunerado de tiempo completo y el 77.2% de las exportaciones de servicios” (SECTUR, 2017, pág. 11), es decir, el turismo juega un papel importante en todos los ámbitos económicos y de mejora para el fortalecimiento del país.

Es así como México se ha colocado en uno los mejores lugares para visitar, la Secretaría de Turismo (SECTUR) manifiesta “El turismo ocupa un lugar destacado en la agenda política de México y se identifica como uno de los seis sectores económicos prioritarios en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018” (SECTUR, 2017, pág. 11), por ello es la importancia de buscar mejorar los proyectos que se emprenden al turismo y así superar o mantener el posicionamiento turístico en el país.

La SECTUR deberá buscar estrategias para aumentar el turismo e impulsar el mercado, además de generar empleo, por lo que “México tendrá que evolucionar a un modelo que permita competir en el cambiante

mercado del turismo y apoyar un crecimiento más incluyente y sostenible.” (SECTUR, 2017, pág. 12), es así, como México es un punto de referencia importante para que sea un mercado innovador en el ámbito del turismo y atraer a más turistas al país.

Para lograr realizar mejoras a proyectos productivos al turismo, es necesario tener accesos a financiamientos para llevarlos a cabo, es por ello que la (SECTUR, 2017, pág. 12) “El acceso al financiamiento es una de las condiciones subyacentes fundamentales que requiere el turismo en México para detonar su potencial económico”, por ello es importante analizar y evaluar los diferentes tipos de financiamientos que las instituciones otorgan para el mejor aprovechamiento.

Ahora bien, no solo la federación, también el Estado y el Municipio deberán fomentar el turismo, puesto que, el innovar, estar a la vanguardia y tener originalidad promueve un mayor número de visitantes a los lugares turísticos. La SECTUR estimula a las direcciones de turismo a tomar algunas recomendaciones las cuales las enuncia a continuación:

“Principales recomendaciones de política

- Promover un enfoque más integrado y una gobernanza más sólida de la política turística.
- Ampliar la conectividad para apoyar la diversificación del mercado y movilizar a los visitantes en todo el país.
- Promover el crecimiento turístico incluyente, la diversificación de productos y el desarrollo de destinos.
- Priorizar la inversión y financiamiento de las Pymes en apoyo a la innovación de la oferta.” (SECTUR, 2017, pág. 13)

Fomentar y promover un mayor crecimiento de turismo, se puede lograr cuando la dependencias en este caso la secretaria impulse el turismo con un mayor atractivo y lugares que no han sido descubiertos si son bien aprovechados atraerá a más personas a disfrutar de ello.

“Los turistas que viajan más allá de la zona fronteriza (“turistas de internación) son un mercado de mayor valor y más promocional a medida que gastan más, se quedan más tiempo y hacen una contribución relativamente más importante para la expansión de la economía mexicana en comparación con el gran número

de visitantes transfronterizos de corta estancia.” (SECTUR, 2017, pág. 15)

“El Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 proporciona el marco de políticas para los planes y programas de turismo a nivel estatal y municipal. La coordinación entre diferentes órdenes de gobierno se produce principalmente en el contexto de programas e iniciativas específicos, en particular el Programa de Desarrollo Turístico Regional Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO)”. (SECTUR, 2017, pág. 17)

“Cada vez más el turista está pensando en tener una experiencia auténtica, en donde logre conocer una cultura distinta y peculiar. En México hay tres zonas arqueológicas que son las más visitadas (Teotihuacán, Chichen Itzá y Tulum) pero hay 187 zonas abiertas al público. Viene bien que diversifiquemos estos sitios, porque los patrimonios tienen una sobrecapacidad de carga entonces lo que queremos es no sobrecargar unas cuantas zonas arqueológicas, sino distribuir las” (IDConline, 2016), es decir, los turistas siempre buscan algo nuevo, que satisfaga sus necesidades y llevarse un agradable recuerdo y conocimiento del lugar visitado.

“México puede construir sobre su experiencia, utilizando asociaciones público-privadas (APPs) para apalancar inversiones en infraestructura de redes (carreteras, conectividad, tratamiento de agua y alcantarillado). Para fortalecer el surgimiento de APPs relacionadas con el turismo, puede aportar financiamiento, experiencia y un enfoque de mercado para proyectos potenciales”. (SECTUR, 2017, pág. 27), es decir, aprovechar al máximo las asociaciones enfocadas en apoyo para el turismo.

Finalmente, el fomentar, promover y desarrollar estrategias óptimas para mejorar el turismo sostenible, como es una excelente infraestructura (carreteras, autopistas, puentes, etc.) en buenas condiciones, organización y ampliación de vías de comunicación, así como ofrecer transporte de calidad a más lugares de destino para que el turista sea de mejor agrado viajar y de disfrutar de más tiempo su lugar de placer, puesto que evitará tiempo de espera en las escalas de viaje, además de proporcionarle un buen lugar de descanso, en este caso, el hospedaje, donde se busca estimular al empresario hotelero a tener precios accesibles a los turistas.

## Veracruz

El turismo en el estado de Veracruz, es una de las actividades económicas donde obtiene el estado una suma considerable de ingresos por este concepto, ya que Veracruz es un estado con una amplia variedad cultural, (Veracruz Turismo, 2017) "Veracruz se localiza en la costa del atlántico, en el Golfo de México, al norte se encuentra el estado de Tamaulipas, al sur los estados de Oaxaca y Chiapas, al poniente San Luís Potosí, Hidalgo y Puebla y al sureste el estado de Tabasco", como se puede observar Veracruz, está rodeado de varios estados que al igual con turismo que ofrecer, además de una gran variedad de playas en la cual poder disfrutar.

El turista cuando viaje al estado de Veracruz, tiene una amplia gama y opciones para viajar, ya que "Veracruz cuenta con una increíble riqueza también natural como histórica. Los climas variados entre montañas y playas, una gran gama completa de ecosistemas y zonas costeras para los diversos gustos, permiten al visitante experimentar una estancia única, completamente adaptable a sus preferencias. El turista puede programar su viaje a Veracruz, escogiendo entre playas, aventuras, deportes acuáticos como terrestres, ciudades en estilos arquitectónicos de época y modernos, parques, monumentos y museos históricos, culturas precolombinos, pueblos mágicos, culturas indígenas todavía existentes y mucho más..." (Veracruz Turismo, 2017)

"el turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo. En cuanto al valor de la cultura para turismo, el patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, es un atributo diferenciados con base para desarrollar actividades para los turistas y el valor para el turismo da coherencia a la oferta de los destinos, aumenta la competitividad, la estancia, el gasto y la satisfacción de los turistas y anfitriones". (SECTUR, 2017)

La investigación conduce a la indagación sobre el Estado de Veracruz, donde existen 7 regiones turísticas integradas por los 212 municipios que conservan sus

costumbres y cultura, a continuación se hace una breve descripción:

### Región turística Huasteca

La Huasteca es una amplia región que se encuentra en el noreste de Veracruz y se extiende a estados vecinos. La zona refleja una rica diversidad cultural fruto de los diferentes grupo étnicos que la habitan: Huastecos, Nahuas, Tenek, Totonacas, Otomíes y Tepehuas. Aunado a un gran legado la huasteca veracruzana se favorece de un gran esplendor natural entre manglares, playas y un sinnúmero de especies de aves, peces y crustáceos que hacen de su gastronomía una experiencia sin igual.

### Región turística Totonaca

El Totonacapán cuenta con un gran patrimonio arqueológico y riquezas culturales. De estrechas raíces y solidas costumbres, numerosos platos típicos, atractivos manglares con rica biodiversidad para los amantes de la naturaleza. La cultura totonaca florece y se muestra en diversas expresiones, como artesanía, danzas, tradiciones y rituales partes de la vida cotidiana de esta región.

### Región turística cultura y aventura

Un viaje de encuentro con la historia y la naturaleza que empieza en Xalapa, la capital veracruzana y que sigue por los pueblos mágicos, el verde paisaje, sus bosques de niebla, ríos y cascadas, la gastronomía y la aventura. Los amantes de la naturaleza encontrarán infinidad de sitios naturales ideales para practicar rafting, kayak, rapel, tirolesa y más.

### Región turística primeros pasos de Cortés

Región con calles, plazas y edificios con historia; ofrece ritmo, fiesta, tradición, carnaval, danzón, arena y sol. Es un lugar de Historia viva y por tradición es considerado como la "Puerta de América". Hernán Cortés desembarcó en este lugar el 22 de abril de 1519 un Viernes Santo, un día de la Vera Cruz o Verdadera Cruz, lo que dio origen a su nombre.

### Región turística Altas Montañas

La región de las Altas Montañas del Estado de Veracruz, es un lugar donde las sierras dan cobijo a Valles llenos de vida. Es ahí donde se encuentra la mayor elevación de México: El Volcán Citlaltépetl o Pico de Orizaba. Bosques, ríos y cascadas en que el visitante puede disfrutar del ecoturismo, así como ciudades con historia, cultura y entretenimiento que integran una oferta turística muy completa.

### Región turística los Tuxtlas

La Región de los Tuxtlas hechiza a sus visitantes por la magia de sus ecosistemas, sus vestigios prehispánicos, su herencia colonial, sus ricas tradiciones y su arrestable gastronomía. Ubicada en el sureste del estado, en esta tierra se amalgama el exotismo y la belleza de la selva tropical húmeda.

### Región Turística Olmeca

En el suroeste del Estado de Veracruz se asienta la Región Olmeca, cuna de la Civilización más antigua de Mesoamérica. Presencia de tradiciones ancestrales con los Popolucas, Nahuas y Zapotecos. En San Lázaro Tenochtitlan, 10 de las 12 cabezas olmecas han sido encontradas. Con gran infraestructura, la región ofrece bellezas naturales como lagunas y playas, buena cocina y actividades de deporte extremo, senderismo y expediciones. (Veracruz, 2017)

### Turismo municipal

“El diseño y conducción de programas regionales para el desarrollo turístico con los estados y municipios, integran regiones que generan valor agregado y sinergias de tematización con circuitos y corredores diferenciados y busca fortalecer los destinos, estados y regiones turísticas del país y posicionarlas como destinos integrados, conjuntamente con: Gobierno Federal, Estados, Municipios, Iniciativa privada y sector social” (SECTUR, 2017)

“En términos regionales, estatal y municipales se im-



Fuente: (2017) Las 7 regiones turísticas de estado de Veracruz [ilustración] Recuperado de <http://www.tipsdeveracruz.com.mx/regiones.html>

pulsa de manera preferente aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios inmediatos de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos. Todo ello a través de los seis diferentes programas Regionales:

- Programa México Norte
- Programa Mundo Maya
- Programa Ruta de los Dioses
- Programa Tesoros Coloniales
- Programa en el Corazón de México
- Centros de Playa
- Pueblos Mágicos” (SECTUR, 2017)

### Dirección de turismo

La Secretaria de Turismo como cualquier otra dependencia le corresponde una serie de atribuciones

como las que anuncia la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su artículo 42:

- I. Formular y conducir la política de desarrollo de las actividad turística nacional;
- II. Promover, en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales la declara
- III. Participar con voz y voto en las comisiones Consultiva de Tarifas y la Técnica Consultiva de vías Generales de comunicación;
- IV. Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes;
- V. Promover y opinar el otorgamiento de facilidades y franquicias a los prestadores de servicios turísticos y participar con la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, en la determinación de los criterios generales para el establecimiento de los estímulos fiscales necesarios para el fomento a la actividad turística. Y administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados;
- VI. Participar con la Secretaria de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la Administración Pública Federal, tomando en cuenta las leyes, reglamentos y demás disposiciones que regulan las facultades de las dependencias y entidades;...” (Diario Oficial , 2017)

Las direcciones de turismo son las encargadas de proveer información a los turistas potenciales, y así facilitar la decisión de viaje, estadía y disminuir los efectos negativos durante el viaje.

Los principales objetivos de las direcciones de turismo son de prestar un servicio público, mejorar la calidad del destino turístico, hacer fácil la estadía de los turistas y también atraer a más turistas logrando que regrese a visitar el lugar.

A continuación, se enlistan las direcciones existentes, a su vez se encuentran fundadas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal:

“Titular de la Secretaría

- Unidad de Asuntos y Cooperación Internacionales
- Dirección General de Asuntos Jurídicos
- Dirección General de Comunicación Social
- Órgano Interno de Control

- Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico
- Dirección General de Innovación del Producto Turístico
- Dirección General de Gestión de Destinos
- Dirección General de Desarrollo Regional y Fomento Turístico
- Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas
- Subsecretaría de Planeación y Política Turística
- Dirección General de Planeación
- Dirección General de Integración de Información Sectorial
- Dirección General de Ordenamiento Turístico Sustentable
- Dirección General de Seguimiento y Evaluación
- Subsecretaría de Calidad y Regulación
- Dirección General de Normalización y Calidad Regulatoria Turística
- Dirección General de Certificación Turística
- Dirección General de Verificación y Sanción
- Oficialía Mayor
- Dirección General de Programación y Presupuesto
- Dirección General de Administración
- Dirección General de Tecnologías de la Información y Comunicación
- Unidad de Coordinación Sectorial y Regional
- Delegación Regional Noreste
- Delegación Regional Noroeste
- Delegación Regional Centro
- Delegación Regional Sureste
- Delegación Regional Suroeste
- Órganos Administrativos Desconcentrados
- Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes
- Instituto de Competitividad Turística” (Diario Oficial , 2017)

Como se observa en esta Ley, se destina varios órganos, delegaciones e institutos enfocados al correcto funcionamiento al desarrollo turístico.

Ahora bien, las contribuciones locales en el caso de estudio es el estado de Veracruz son tres categorías, las cuales son, impuestos, contribuciones de mejoras y derechos.

Los impuestos vigentes en el estado, se encuentra Impuesto sobre erogaciones por remuneraciones al trabajo personal, es aplicado a todas aquellas ero-

gaciones por concepto de este, siempre y cuando los servicios prestados ocurran dentro del territorio Veracruzano, aunque su domicilio se encuentre fuera del Estado.

Para tales efectos la base que causará tal impuesto, es el monto total de las erogaciones realizadas bajo el concepto de remuneraciones al trabajo personal y se le aplicará un tasa actual del 3%, y será pagado a la Secretaría de Finanzas del Estado de Veracruz.

Además, en el 2015 estaba un impuesto por la prestación de servicios de hospedaje, lo causaban todos aquellos hoteles, moteles, campamentos, posadas, hosterías, mesones, villas, y otros establecimientos similares que presten servicios de este tipo, pueden ser de manera permanente o temporal, sin embargo, el 20 de octubre de 2015 fue publicado la derogación de este impuesto.

El motivo por la cual fue eliminado el impuesto al hospedaje, fue para incentivar el turismo, el estado de Veracruz es uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional. Así atraer a los turistas y la derrama económica sea mayor, además de una mayor generación de empleos.

Otro impuesto vigente en el estado que es indirectamente objeto del turismo como el impuesto sobre loterías, rifas, sorteos y concursos.

Por lo tanto, las contribuciones locales respecto al turismo en el estado de Veracruz de forma directa no existe actualmente, pero existen otros impuestos y derechos que indirectamente gravan las actividades turísticas. Estas contribuciones locales se encuentran plasmadas en el Código Financiero del estado, que deberían ser pagadas al mismo estado de acuerdo a lo establecido en el documento.

## PASOS DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA

La metodología para obtener resultados de esta naturaleza, se inicia con el siguiente proceso de investigación. Para obtener respuesta a esta, se basa en los siguientes pasos realizados:

### 1. Estudio del marco conceptual.

Se realizó un análisis de investigaciones en torno al tema y o similares para establecer en qué parte de esta indagatoria se quedó la investigación.

2. Se realizó una encuesta con reactivos a los que se realizó una prueba piloto y una vez aprobada esta se aplicó a una serie de municipios seleccionados previamente con apoyo de un muestrario estadístico y una vez determinado el tamaño de la muestra se aplicaron a los municipios que fueron seleccionados de manera aleatoria.

3. Una vez seleccionados los municipios con espíritu turístico se procedió a aplicarles el cuestionario a los directores de turismo municipal. Se debe aclarar que estos se hicieron de manera personal ya que no reflejaban la realidad, en algunos se aplicaron por correo y mejores respuestas se obtuvieron cuando se realizaron en entrevista personal a cada uno de ellos y se dio el caso de que algunos se negaron a recibir a los investigadores que realizamos este trabajo por lo que se aplicó la técnica estadística "bola de nieve" lo que permitió completar el número de cuestionarios que se requirieron para esta investigación.

### 4. Procesamiento de la información.

Se procesó la información obtenida para efectos de conocer la media y la moda de cada uno de los reactivos realizados permitiendo generar los resultados de este trabajo.

## RESULTADOS

Una vez obtenida la información, se procesó con una herramienta de escalas y criterios tipo Likert y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Prácticamente la totalidad de los directores municipales desconoce las funciones de un director municipal.
- La mayoría no cuenta con formación en materia de turismo.
- Se carece de un plan turístico municipal.
- Generalmente el presupuesto que disponen es escaso.
- No cuentan con promoción turística en radio o televisión salvo contadas excepciones y son municipios fuertes o con un festejo excepcional que les da acceso a recursos.
- No realizan Fam- trip de prensa por falta de recursos y conocimientos del tema.
- Carecen de apoyo real del sector empresarial, en

realidad ellos esperan apoyos.

- No existen por lo general convenios o alianzas para fortalecer la actividad turística.
- Las excepciones se dan en pueblos mágicos, de fuerte tradición turística y municipios grandes en términos de recursos y población.
- En la mayoría de los casos carecen de una oficina propia.

## CONCLUSIONES

En conclusión, las oficinas de turismo municipal en el estado de Veracruz, muestran fallas en el trabajo representado, el director de turismo desconoce sus funciones, no existe un plan estratégico para atraer a turistas potenciales, los recursos destinados para ello son escasos, entre otras más carencias presentadas en la gran mayoría de los municipios del estado.

Por lo tanto, es de suma importancia atender las carencias reflejadas en las direcciones de turismo, se puede explotar esta actividad al máximo y obtener beneficios a través de las contribuciones, para las autoridades locales y federales, que se verán reflejadas en beneficio de la sociedad.

Promover, fomentar y desarrollar estrategias adecuadas para impulsar la economía local y a su vez es una manera de apoyar al gobierno para obtener ingresos que permitan mejorar la gestión del gobierno local, esto lo obtiene de los impuestos y derechos que aunque no directamente está gravado, pero si la derrama económica que el turismo origina.

De tal forma que el turismo es una actividad clave para que el municipio, estado o país modifique su infraestructura a través de los ingresos y que podrán ser utilizados en el mejoramiento para ser un atractivo turístico.

## PROPUESTAS

Una vez realizada esta investigación que permitió observar importantes retos para lograr que las direcciones de turismo municipal sean generadoras de empleo local y un punto de apoyo a las finanzas públicas municipales, se puede observar que se debe realizar acciones como son:

- a) Se debe capacitar de manera permanente a los funcionarios de turismo municipal.
- b) Es importante dar facilidades a los funcionarios municipales e incluso a nivel estatal en materia de cursos de perfeccionamiento y apoyar la creación de la especialidad de turismo municipal en la Universidad Veracruzana.
- c) Se debe llevar un control de los programas de formación con que cuentan los funcionarios que trabajen en las áreas de turismo municipal así como la duración de las mismas, dicho registro lo debe llevar el Instituto Veracruzano de Desarrollo Municipal (INVEDEM).
- d) Es necesario que cuenten con un programa de control y seguimiento de todas las actividades de cada director de turismo municipal.
- e) Es fundamental que cuenten con el grado académico en la actividad de turismo y de preferencia con estudios de posgrados a fin.
- f) Se sugieren apoyar la creación del observatorio turístico en el Estado de Veracruz.

## REFERENCIAS

- Acerenza, M. A. (1984). Administración del turismo. México: Trillas, SA de CV.
- Diario Oficial. (22 de 03 de 2017). Secretaría de Turismo. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regla/n284.pdf>
- Haulot, A. (1991). Turismo Social. México: Trillas, SA de CV.
- IDColine. (06 de 06 de 2016). Turismo vulnerado por inseguridad. Obtenido de <http://www.idconline.com.mx/juridico/2016/06/06/turismo-vulnerado-por-la-inseguridad>
- Molina, S. (2007). Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la de innovación. México: Trillas, SA de CV.
- SECTUR. (08 de 03 de 2017). Estudio de la Política Turística de México. Obtenido de [https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW\\_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS\\_ESP.pdf](https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf)
- SECTUR. (22 de 03 de 2017). Programas Regionales. Obtenido de Secretaría de Turismo: <http://>



[www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/](http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/)

- SECTUR. (20 de 03 de 2017). Turismo Cultural. Obtenido de Secretaria de Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Tip´s de Veracruz, R. T. (03 de mayo de 2017). Las 7 regiones turísticas del Estado de Veracruz. Obtenido de <http://www.tipsdeveracruz.com.mx/regiones.html>
- Veracruz. (23 de marzo de 2017). Regiones turísticas de Veracruz. Obtenido de <http://veracruz.mx/region?id=7>
- Veracruz Turismo. (17 de 03 de 2017). Veracruz Turismo. Obtenido de <http://www.veracruzturismo.com.mx/>

**L.C. Guadalupe Verónica Vela Hernández**  
**gvvh\_2007@hotmail.com**

Es licenciada en Contaduría de la Universidad Veracruzana, actualmente estudiante de la Maestría en Administración Fiscal en el Instituto de la Contaduría Pública de la Universidad Veracruzana.

**Dr. Julio Alonso Iglesias**  
**julalonso@uv.mx**

Académico investigador en el Instituto de la Contaduría Pública de la Universidad Veracruzana. Es licenciado en contaduría egresado de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, realizó sus estudios de posgrado de Maestría en Auditoría en la UNAM y Doctor en Ciencias Políticas en el Colegio de Veracruz. Ha publicado diversos libros especializados en materia de turismo. Locutor de Travel Report. Radio Formula y Consultor privado en materia de turismo.

**Dr. Héctor Rogelio Olivares Galván**  
**holivares@uv.mx**

Académico investigador en el Instituto de la Contaduría Pública, Profesor de la Facultad de Comercio y Administración y de las Especialidades en Administración Fiscal y Auditoría Financiera en el ICP y del Sistema de Enseñanza Abierta y de la Maestría en Administración Fiscal de la Universidad Veracruzana. Realizó sus estudios de posgrado de Maestría en Administración; es candidato a Doctor del Programa en Finanzas Públicas de la Universidad Veracruzana, Veracruz, México, Dr. En Ciencias en el área de la Alta Calidad de la Universidad de Altos Estudios Hispanoamericana, Veracruz, México. Ha participado como ponente en diversos Congresos Nacionales e Internacionales con publicación en la Memoria de Academia Journals. Publica en las revistas de Gestión y Control y Emprendedores al Servicio de la Pequeña y Mediana Empresa editada por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM; así como el libro: La economía globalizada y su tendencia tributaria en México: Nociones (2013).