



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE DERECHO**

**Seminario de Estudios Jurídico-Económicos**

**ANÁLISIS JURÍDICO-ECONÓMICO DEL TURISMO  
EN MÉXICO COMO ALTERNATIVA PARA SUBSANAR  
LA CRISIS ECONÓMICA ACTUAL**

**TESIS**  
**que para obtener el título de**  
**LICENCIADO EN DERECHO**  
**presenta:**  
**MARGARITO LARA LOPEZ**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

PROLOGO

INTRODUCCION

	Página.
CAPITULO I.	
ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO.	1
A) ACEPCION DE TURISMO Y TURISTA	1
B) CLASIFICACION DEL TURISMO	6
C) DETERMINANTES DEL TURISMO	10
D) EL TURISMO Y SUS SERVICIOS	14

## CAPITULO II.

ANTECEDENTES DEL TURISMO EN MEXICO.	19
A) RESEÑA HISTORICA	19
B) TURISMO NACIONAL. SU ORGANIZACION. ASPECTOS JURIDICOS EN QUE SE BASO.	23
C) RITMO ESTADISTICO DEL TURISMO INTERNACIONAL	37

## CAPITULO III.

FUNDAMENTACION JURIDICA DEL TURISMO EN MEXICO.	39
A) CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	39

B)	LEY GENERAL DE POBLACION Y SU REGLAMENTO	43
C)	LEY DE IMPUESTOS DE MIGRACION	46
D)	DISPOSICIONES APLICABLES DEL CODIGO ADUANERO	47
E)	LEY FEDERAL DE TURISMO	51
F)	LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL	66

#### CAPITULO IV.

	INSTRUMENTOS Y ORGANISMOS DE FOMENTO A LA ACTIVIDAD TURISTICA	69
A)	PROMOCION TURISTICA	69
B)	FINANCIAMIENTO A LA ACTIVIDAD TURISTICA	77
C)	EDUCACION TURISTICA	88
D)	ORGANISMOS DE FOMENTO AL TURISMO	92
E)	INFRAESTRUCTURA TURISTICA	107

#### CAPITULO V.

	IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONOMICO	121
A)	EL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL	121
B)	EVALUACION ECONOMICA DEL TURISMO EN LA BALANZA DE PAGOS	142

Página.

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

151-158

BIBLIOGRAFIA

159-162

## P R O L O G O .

La tesis que presento a consideración del H. Jurado para su calificación, la he denominado: "Análisis Jurfdico-Económico del turismo en México como alternativa para -- subsanar la crisis económica actual", por estar íntimamente relacionada con la actividad económica de nuestro país.

El tema de por sí es interesante, si se toma en - consideración que el turismo no sólo se debe observar como un elemento que fortifica y distribuye en forma equitativa los bienes económicos y establece los servicios existentes de los países receptores del turismo, sino que dada la si- tuación de crisis económica internacional, es un medio -- efectivo para fortalecer la solidaridad entre los diversos pueblos del mundo.

Por otra parte, México necesita gran cantidad de divisas que le permitan subsanar en parte, la situación actual, y que mejor alternativa para captarlas que el turis- mo, fenómeno que no se debe soslayar.

Espero coadyuvar con el presente trabajo, a que nuestra crisis económica se aminore, para bien de todos -- los que habitamos este país.

## I N T R O D U C C I O N .

Se puede afirmar con fundamento, que son pocos los países en el mundo para los cuales el turismo exterior resulta tan provechoso y ventajoso como para nuestro país.

Para nosotros los mexicanos, al igual que para todos los habitantes de este planeta, el turismo es una experiencia que enriquece nuestra cultura. Es un medio eficaz - para el acercamiento entre los diversos pueblos y la solidaridad internacional.

Es una actividad económica que para su desarrollo en general, sólo requiere de insumos internos como: materiales, equipos, mobiliario, mano de obra y técnica son de procedencia nacional, lo cual resulta muy importante para los países en vías de desarrollo como México, que al impulsar su industria sin chimeneas no va realizar grandes gastos de divisas para importar insumos, lo que si acontece para poder impulsar otro tipo de industrias.

México cuenta con una situación geográfica privilegiada, tiene una gran variedad de climas, recursos naturales e históricos atractivos e interesantes, y un gran folklore - en general, por ende, nuestro país tiene lo indispensable para el desarrollo del turismo.

Por otra parte, tenemos como vecino en una larga - frontera del país al más rico y poderoso de la tierra que -- son los Estados Unidos, país turista por excelencia, sus habitantes nos visitan utilizando todos los medios de transporte. Debemos recordar que una de las ciudades que recibe uno de los porcentajes más grandes del mundo, es Tijuana, ciudad

que se encuentra en la frontera con los Estados Unidos.

En base a lo anterior, es obvio que se debe fomen  
tar aún más el turismo exterior hacia México, lo que resulta  
rá muy benefico para el desarrollo económico, social y cultu  
ral de nuestro país.



## C A P I T U L O I,

### ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO,

#### A) Aceptación de turismo y turista.

Para fijar con cierta precisión la significación de los términos "turismo" y "turista", nos debemos remitir a los orígenes de ambos conceptos, o sea, es necesario conocer primero su raíz etimológica antes de intentar un somero análisis de los significados que a través del tiempo le han asignado los estudiosos de la materia.

Se tiene así, que el Diccionario Turístico Internacional publicado en 1955 por la Academia Internacional -- del Turismo de Montecarlo, señala en su parte relativa a la etimología, que la palabra turismo viene del vocablo inglés "tour"; viaje que deriva de la palabra francesa "tour"; viaje o excursión circular: la cual procede a su vez del latín "tornare". (1)

Cualquiera que sea el origen de las palabras "turismo" y "turista", el hecho es que finalmente ambos conceptos fueron tomados del francés "tour" para ser utilizados - en otros idiomas.

Respecto al turismo, se han mencionado diversas - acepciones, entre otras podemos mencionar las siguientes:

(1) Ortuño Martínez, Manuel. "Introducción al Estudio del Turismo", México, Textos Universitarios, 1966, p. 25.

Rafael González A. Alpuche. "Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hechos jurídicos que lleva a efecto el individuo, para emprender (acto) o al realizar un viaje (hecho jurídico) y obtener su estancia legal en lugar distinto al de su radicación". (2)

Este autor menciona que a los conceptos de turismo y turista se les debe aplicar un criterio jurídico, ya que los ordenamientos legales son los que van a crear la calidad de turista y los que delimitan lo que es el turismo.

Considero que es correcta esta acepción, ya que efectivamente, el desplazamiento geográfico va implicar que el viajero se someta a las leyes del país al cual se dirige, quedando bajo su protección.

La Comisión Técnica de Turismo del P.R.I. menciona las siguientes acepciones:

- I.- Se suele denominar con el nombre de turismo, a la corriente de viajeros de carácter temporal, sean nacionales o extranjeros, que en forma transitoria visitan una ciudad, región o país diferente al de su residencia. Para que la corriente de viajeros se pueda calificar de turística, debe tener cierta estabilidad o continuidad y ser cuantitativamente válida, ya que los viajes aislados no constituyen el turismo propiamente dicho.

(2) González A. Alpuche, Rafael. "En Torno al Derecho Turístico y sus Instituciones Fundamentales", México, Asociación Nacional de Abogados, 1971, p. 38.

- 2.- Por turismo suele entenderse también a la industria de servicios, la cual nace como consecuencia de una corriente de viajeros de tipo turístico es table o continua y cuantitativa.
- 3.- También se entiende por turismo, el complejo socio-económico integrado por la corriente turística y la industria de servicios que dan origen a la industria turística. (3)

Héctor Manuel Romero: Ha propuesto la siguiente definición de turismo:

"Es un fenómeno socioeconómico y cultural provocado por forasteros que al visitar voluntariamente una localidad sin propósitos inmediatos de lucro, canjean los consumos materiales y culturales que ahí realizan por productos equivalentes generados en la comunidad en que radican". (4)

#### Concepto de turista.

No se puede concebir a la industria turística sin tomar en cuenta que el individuo es parte esencial de la misma, el cual reclama para sí una serie de servicios que satisfagan sus necesidades más apremiantes, a cambio de una derrama económica que efectúa, transformándose por ende, en el motor central de esta actividad.

- (3) El turismo a la vista de los postuladores político-doctrinales del movimiento revolucionario. Comisión Técnica de Turismo del P.R.I., 1964. "Considero que estas acepciones mencionan en general lo que constituye el turismo".
- (4) Romero, Héctor Manuel. "Sociopsicología del turismo", México, Ediciones Daimon de México, S.A., 1977, p. 11. "Opino que el autor enfoca al turismo desde el punto de vista de la transculturación".

Gerardo Novo Valencia en su obra: "Diccionario General de Turismo", menciona las siguientes acepciones:

De acuerdo con la convención sobre facilidades -- aduaneras para el turismo: "El término turista, designa a toda persona, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión, que entre en el territorio de un Estado contratante -- distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas cuando menos y no más de seis meses, en cualquier periodo de doce meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración".

De acuerdo con la Ley de Fomento al Turismo de México, expedida el 29 de diciembre de 1972, turista es: "la persona que viaja fuera de su domicilio, con el propósito -- preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar". (5)

La Academia de la Lengua Española, en su diccionario expresa: "Turista (del inglés tourist), es la persona -- que recorre un país por distracción y recreo".

La Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, presenta la siguiente: "Turista es toda persona -- que viaja a un país que no es el de su residencia, y habita en él más de veinticuatro horas, sin llegar al año".

González A. Alpuche, hace referencia a Antonio Pellido (economista), y menciona que en su ponencia: "Aspectos

(5) Novo Valencia, Gerardo. "Diccionario General de Turismo", México, Diana, 1977, p. 250-251.

económicos del Turismo, 1964; define al turista diciendo: - "Turista es aquella persona que con motivo de su desplazamiento efectúa un gasto consuntivo de renta en lugar distinto de aquel en que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente". (6)

Todo lo expuesto anteriormente señalado, nos hace ver que no existe un criterio uniforme ni para definir al turista, ni para determinar sus diferencias con otro tipo de viajeros, por tal motivo, según González A. Alpuche, se debe recurrir al derecho, y menciona el concepto de turista definiéndolo desde el aspecto jurídico en los términos siguientes: Turista "Es el individuo que posee el atributo jurídico temporal que lo señala como persona de derecho turístico"; amplía la concepción anterior en sentido objetivo: "El turista es el no inmigrante que con permiso del Estado, se interna al país temporalmente con fines de recreo, deporte, salud, estudios, negocios u otros similares". (7)

De donde la calidad, atributos y obligaciones del turista, se pueden concretar así:

- A) No inmigrante.
- B) Requiere de un permiso de la Secretaría de -  
Gobernación.
- C) Temporalidad de permanencia hasta seis meses.
- D) Las finalidades de su viaje son: Recreo, deporte, salud, estudio, negocios u otros similares.
- E) Su permanencia no puede ser prorrogada.

(6) González A. Alpuche, Rafael. Op. cit., p. 46.

(7) Ibídem, p. 48.

## B) Clasificación del turismo.

Tomando como base la clasificación de turismo que hace Angelo Mariotti (8), se puede dividir en dos ramas: Turismo activo y Turismo Receptivo.

El Turismo Activo, va comprender todas aquellas actividades que en forma directa o indirecta concurren para impulsar, estimular o iniciar el desarrollo del movimiento de los viajeros.

El Turismo Receptivo, comprende aquellas actividades que se refieren al recibimiento del viajero, a la formación de los elementos del medio ambiente y de las condiciones hospitalarias en los lugares de recreo, de paisaje o de permanencia.

El autor aludido, hace referencia a otra clasificación del turismo:

- 1.- Turismo de Reconocimiento.- Que se refiere a las visitas que se realizan a los centros de mayor importancia como: Campos de batalla, grutas y toda clase de curiosidades naturales.
- 2.- Turismo Deportivo.- Es la actividad dedicada al automovilismo, aviación, alpinismo, carreras de caballos, mundiales de futbol, olimpiadas, etc.,- que efectúan extranjeros que residen en otros países.
- 3.- Turismo Cultural.- Aquí se consideran los viajes de instrucción, excursiones estudiantiles, visitas a monumentos arqueológicos, descubrimientos históricos, etc.

(8) Mariotti, Angelo. "Curso de Economía Turística", México. Ed. Novara, 1933, p. 2.

- 4.- Turismo Religioso.- Constituído por las visitas a los santuarios o templos, congresos eucarísticos, funciones de tipo religioso, peregrinaciones, etc.
- 5.- Turismo Artístico.- Integrado por giras de grupos musicales, coros, ballets, conciertos, etc.
- 6.- Turismo Comercial.- Formado por exposiciones de productos elaborados en otros países, análisis de mercados, ferias agrícolas, ganaderas, etc.
- 7.- Turismo Higiénico.- Se refiere a las visitas realizadas a los manantiales de aguas termales, curativas, etc.

El autor Gerardo Novo Valencia, en su obra: "Diccionario General de Turismo", menciona diferentes clases de turismo, de las cuales sólo mencionaré algunas:

**Turismo Activo.**- Forma de turismo basada en la repercusión de éste en la balanza de pagos, consistente en la entrada de divisas por gastos turísticos de los extranjeros en el país. El turismo receptivo es activo.

**Turismo Receptivo.**- Forma de turismo constituida por los ciudadanos de países extranjeros y apátridas que entran al territorio de un país receptor. Véase: Turismo Activo.

**Turismo Pasivo.**- Forma de turismo basada en la repercusión de éste en la balanza de pagos, consistente en la salida de divisas por gastos turísticos de los nacionales en el extranjero. El turísmo agresivo es pasivo.

**Turismo Dirigido.**- Forma de turismo basada en las reglamentaciones establecidas por las autoridades de un país, limitando la libertad de desplazamiento de los turistas.

**Turismo Doméstico.**- Movimiento de viajeros nacionales que con fines turísticos se desplazan dentro del propio territorio sin salir de las fronteras. Véase: Turismo Interno.

**Turismo Egresivo.**- Forma de turismo constituida por los nacionales de un país que realizan viajes fuera de su territorio a otro u otros países extranjeros. Véase: Turismo Pasivo.

**Turismo Estudiantil.**- Tipo de turismo constituido por estudiantes que viajan para asistir a cursos de verano, invierno, y otros semejantes, sin fijar residencia en el lugar.

**Turismo Popular.**- Participación en el turismo de sectores económicamente débiles de la población, recurriendo a sus formas más baratas, pero con financiamiento a cargo del interesado.

**Turismo Social.**- La I. Asamblea Nacional de Turismo, celebrada en España en 1964, lo define como: "La actividad turística de una masa de población que necesita de ayuda económica y técnica para -- efectuar viajes y excursiones, a través de programas elaborados por Organismos, Entidades y Empresas que faciliten en forma directa o indirecta la práctica de tal actividad".



Turismo Sociológico. Tipo de turismo constituido por personas que viajan con la intención de visitar amigos o parientes, luna de miel y por razones de prestigio social. (9)

(9) Novo Valencia, Gerardo. Op. cit., pp. 245, 247-250.

C) Determinantes del turismo.

En la materia de Sociología, "factor" se define como un hecho, causa determinante o condición necesaria de un acontecimiento o cambio social. En consecuencia por factores del turismo se debe entender: El conjunto de hechos y fenómenos geográficos y sociales existentes en un determinado país, que en forma directa o indirecta se relacionan necesariamente para conjugar el fenómeno turístico.

Dichos factores los podemos clasificar en:

- 1.- Factores Externos, y
- 2.- Factores Internos.

1.- Factores Externos:

Son aquellos que se refieren a las situaciones especiales que predominan en otros países, los cuales se consideran como el reflejo del desenvolvimiento histórico, social, político y económico, registrado a través del tiempo.

En la actualidad, la situación internacional es muy tensa entre las grandes superpotencias (Estados Unidos y la Unión Soviética), debido a la carrera armamentista a que se enfrentan para establecer su hegemonía mundial, lo cual redundará en detrimento principalmente de los países subdesarrollados o llamados del tercer mundo.

Ante esta situación, no es difícil aseverar que en vista del clima internacional, los turistas buscarán lugares que le permitan obtener mayor seguridad, o sea, el turista tendrá preferencia por visitar aquellos países que le reporten tranquilidad y descanso, absteniéndose por ende, de viajar hacia aquéllos que se encuentran amenazado por una in-

tervención militar, se encuentren en guerra civil o cualquier otra situación similar.

Otro aspecto de vital importancia, es el ingreso de las personas, ya que es en realidad el motor de las decisiones para orientar y animar a las mismas para llevar a cabo -- sus viajes, los cuales serán de mayor o menor duración, según sea el ingreso de los viajeros.

A pesar de que en los Estados Unidos (país que nos reporta la mayor parte de divisas por concepto de turismo), - los impuestos absorben una parte considerable del ingreso per cápita, el nivel de vida de ese país es superior a una gran - mayoría de países, lo cual permite que sus habitantes obtengan un porcentaje de dinero destinado a viajes, ya sea dentro o fuera de su territorio.

Si observamos con atención la distribución geográfica de los países, podemos notar con claridad la colocación que le corresponde a cada uno, sobresaliendo los países que ocupan las zonas templadas y frías del Hemisferio Norte, porque son los que han alcanzado el mayor grado de desarrollo en todos los ámbitos. En este aspecto, nuestro país ocupa un lugar privilegiado en parangón con otros países, ya que posee - un sin número de recursos naturales, clima y atractivos turísticos para los viajeros procedentes del extranjero o nacionales, lo cual les proporciona el máximo de comodidad, seguridad y disfrute.

En consecuencia, el clima es uno de los elementos - que motivan el turismo hacia los lugares que poseen un clima templado, es decir, aquellas zonas que tienen el privilegio - de no rebasar los límites de lo extremo.

Las vías de comunicación también intervienen en el desarrollo del turismo, puesto que al estar al alcance de todos, el ritmo de la actividad económica presenta un aumento: El comercio nacional e internacional se incrementa; los viajes son más rápidos y seguros por medio de las distintas formas de locomoción, y en general, la vida se transforma en -- una mayor actividad cuyos frutos se manifiestan en un desarrollo más acelerado.

Por ende, un país se encontrará más o menos desarrollado económicamente, si la capacidad de desenvolvimiento de sus vías de comunicación es progresiva. Por tal motivo, podemos afirmar que México es uno de los países que alba -- tras alba incrementa sus medios de comunicación, lo cual le reportará un amplio desarrollo económico y social, elevando a su vez el nivel de vida de sus habitantes.

## 2.- Factores Internos:

Son aquellos elementos que coadyuvan al desarrollo de la industria turística, y según su influencia aumentará o disminuirá el ritmo de tal actividad.

El aspecto cambiario es uno de los elementos determinantes en materia de turismo que estimula a las personas a escoger un determinado país para viajar, es decir, se dirigirán a aquel lugar que les reporte mayores ventajas, ya que su dinero tendrá un mayor rendimiento.

En nuestro caso y para fortuna de la industria turística nacional, la paridad cambiaria de nuestra moneda ha sufrido ciertos ajustes: hasta colocarse al tipo de \$181.79 - compra y \$183.29 venta (cantidades que pueden variar), por - dólar, ocasionado por el desequilibrio en la balanza comer-

cial y consecuentemente por la merma sufrida en nuestra reserva monetaria. (\*)

Otro aspecto digno de mencionarse lo constituye el folklore, es el colorido y diversidad de costumbres que se forman en ciertas colectividades, se van acentuando a través del tiempo sus ritos, danzas y cantos, lo que integra ciertos rasgos característicos de cada región que la hacen diferente a las demás.

Tales ritmos y costumbres son el reflejo de los sentimientos, describen los principales hechos que afectan su vida, son por decirlo así, el reflejo del sentimentalismo nacional.

Otro de los atractivos que se puedan considerar como primordial, desde el punto de vista del turismo, es sin lugar a dudas el adelanto técnico de las diferentes actividades de la economía, porque gracias a ello el nivel de vida de la población aumenta, y el turismo en consecuencia también se desarrolla. Los turistas no se aventurarán a visitar zonas vírgenes que se encuentren habitadas por salvajes.

El turista busca centros culturales avanzados donde le proporcionen amplios servicios de alojamiento, alimentación, y en general buenas atenciones. Para ello se requieren mejores hoteles con servicios de primera clase, restaurantes y diversiones diversas, vías de comunicación aceptables y, sobre todo, la seguridad de su vida.

(\*) Este acontecimiento es un gran incentivo, principalmente para el turista extranjero. Además sitúa a la industria del turismo en un lugar preponderante. Si se efectúa una promoción turística bien dirigida, los resultados serán muy halagadores para subsanar nuestra situación económica actual.

## D) El turismo y sus servicios.

La primera condición indispensable para efectuar el turismo en la forma deseada de aprovechamiento, consiste en poseer un mínimo de cultura, ya que los viajes son de -- por sí formativos. Lo más agradable del viaje es su preparación, puesto que si uno va al extranjero sin iniciativa -- alguna se está perdiendo el tiempo en forma lamentable, se podrá pasar delante de las obras cumbres de la humanidad, -- sin que se repare o percate de ellas.

El desconocimiento del idioma del país receptor -- influirá en nuestro conocimiento. Por otra parte, se debe tomar en cuenta que se pueden presentar imprevistos como: -- Cuestiones de alojamiento, de itinerario, etc. Para hacer -- frente a tales imprevistos y lograr que el turismo se con- -- vierta en una ocupación confortable y útil, existen diver- -- sos servicios turísticos que intervienen en la preparación -- de los viajes y en su feliz realización.

### 1.- Oficios Turísticos:

Teniendo en consideración la importancia que re- -- viste el turismo, es natural que los gobiernos se interesen -- por él, ya que al mismo tiempo que mejoran las condiciones -- generales de su ejercicio al hacer la promoción adecuada, -- dan a conocer el país y sus peculiaridades, presentando los -- motivos que reclaman las personas (viajeros), respecto a -- las obras de arte, el clima y las actividades de recreo. Se -- debe aligerar los trámites de pasaporte y aduana y que el -- recibimiento en la frontera sea amistosa, cordial, que con- -- cuerde con la invitación que se hizo al turista.

En esta actividad deben participar las organizacion

nes particulares y oficiales, de orden económico ó cultural, general o especializado, pues a éstos les debe interesar que se desarrolle la actividad turística que conlleva el turismo.

## 2.- Agencias de Viajes:

Su utilidad es inobjetable, empiezan por enterarse de los deseos de los clientes, orientándolos con sugerencias congruentes. Establecen el itinerario más económico y razonable. A cargo de ellas se encuentra el resolver los problemas de alojamiento, haciendo las reservaciones de hoteles a tiempo. Obtienen los boletos de viaje para evitar molestias y contratiempos de última hora, con la posibilidad de hacer cambios sobre la marcha. Sus cheques de viajero proporcionan una forma cómoda de transportar el dinero con mayor seguridad. Las representaciones que tienen en los diferentes países, dan al turista una asistencia eficaz, sin que experimenten una sensación de abandono. Organizan visitas de las ciudades en las condiciones más ventajosas, introduciendo a los viajeros a un conocimiento más detallado y profundo. Como se observa, por la gran variedad de servicios que prestan las agencias de viajes, el turismo sería prácticamente imposible sin éstas.

## 3.- Gufas:

Se encargan de mostrar y explicar a los viajeros las cosas que merecen ser vistas en un determinado país. Suelen también ser los intérpretes, facilitando la cuestión del idioma. Su función es eminentemente pedagógica, además de sus comentarios deben estar en condición de responder improvisadamente a las preguntas de los huéspedes, para lo cual necesitan tener cualidades intelectuales y morales. Deben -

ser comprensivos, amables, atentos, honrados en su profesión, y conocer el idioma de los visitantes.

#### 4.- Hoteles:

El alojamiento es muy importante durante los viajes, permanecer fuera de la residencia habitual, supone renunciar a hábitos arraigados, molestias y adaptaciones.

Por otra parte, la tensión que resulta de la acumulación de impresiones, requiere un descanso adecuado. Los hoteles se deben esmerar en dar un servicio conveniente, en el cual se conjuguen las tradiciones de la arquitectura nacional y las técnicas modernas en cuanto a espacio, higiene y confort para los huéspedes.

#### 5.- Restaurantes:

Los alimentos deben ser saludables para los turistas. El cambio genérico en cuanto a hábitos alimenticios, - sobre todo cuando se recorren diversos países, puede acarrear trastornos, sin embargo, resulta placentero tener la oportunidad de disfrutar los platillos propios de cada país, lo cual constituye una prueba de que se tiene el deseo de adaptarse - al país, y una muestra de simpatía y estimación por los nacionales.

#### 6.- Distracciones:

Al existir servicios adecuados para los turistas, - es fácil observar, sin pérdida de tiempo y de una forma ordenada los usos, costumbres, las diversas manifestaciones artísticas (juegos, danzas, representaciones, etc.), de un determinado pueblo.



Lo más importante es que tales manifestaciones -- sean demostraciones auténticas de la vida popular y no estén sofisticadas. (10)

El autor Oscar de la Torre Padilla, menciona que - en cuanto a la relación que guardan los servicios con el turismo, se pueden clasificar en: Específicos o inmediatos y comunes o mediatos.

A).- Servicios específicos o inmediatos:

Son aquellos cuya prestación depende esencialmente del turismo, están enfocados a servir a éste, principalmente. Son proporcionados por las empresas siguientes: Agencias de viajes, establecimientos de hospedaje, de transporte especializado, expendios de mercaderías especiales, de publicidad - turística, de financiamiento turístico, de seguros para el - turista, etc.

B).- Servicios comunes o mediatos:

Son aquellos cuya prestación no depende únicamente del turismo, puesto que satisfacen las necesidades de la población local también. Entre estos servicios se pueden mencionar: Los servicios de tintorería de lavandería, de arrendamiento de automóviles, de alimentos preparados, ya que -- gran parte de los habitantes acude también por necesidad o - deseo a los establecimientos aludidos, los cuales se prestan para satisfacer las necesidades tanto del visitante temporal como del residente.

(10) Consejo Nacional de Turismo. 15 lecciones de turismo, - México, 1963, p. 41.

Se puede sintetizar que básicamente sobresalen --, tres grupos de empresas que constituyen los pilares básicos para la práctica del turismo:

- 1.- Empresas de transportes;
- 2.- Empresas de hospedaje y alimentación, y
- 3.- Empresas organizadoras y promotoras de viajes. (11)

(11) Torre Padilla, Oscar de la, "El Turismo: Fenómeno Social", México, Fondo de Cultura Económica, 1a. reimp. - 1981, pp. 40-41.

## C A P I T U L O . II,

### ANTECEDENTES DEL TURISMO EN MEXICO.

#### A) Reseña Histórica.

Respecto a este inciso, Rafael Heliodoro Valle nos da un panorama concreto acerca de como se inició el turismo en México, para lo cual escribió una nota en el periódico Excelsior que denominó: "Breve historia del Turismo en México", donde en forma concisa manifiesta lo siguiente:

#### 1.- HOSPEDAJE.

Los viajeros al emprender un recorrido sabían de antemano las incomodidades a que se iban a enfrentar, tenían que llevar consigo las provisiones necesarias tanto para ellos como para las bestias que los transportaban.

En la ciudad de México, el primer mesón que existió, se encontraba en la calle de Mesones, hecho que se registro en las actas de Cabildo del 10. de diciembre de 1525, en las que se solicitaba permiso para establecer un mesón. Este acontecimiento es muy importante, porque deja entrever un elemento de carácter económico, ya que se cobraba cierta cantidad de dinero al viajero por el servicio prestado (estancia y comida).

Así tenemos, que los hoteles no se conocían en la época de la Colonia, su predecesor fueron los mesones en las ciudades y en los caminos la venta.

Podemos advertir que el hospedaje ha ido evolucionando a través del tiempo, actualmente existe uno que otro -

mesón enclavado en la provincia pero ya cuentan con mejores servicios como: Edificios de uno o dos pisos, grandes patios y corredores, camas atarimadas, pilas de agua para las bestias, etc.

El primer hotel moderno en México se fundó entre 1881 y 1883 en la Baja California, llamado: "Hotel del Aguacaliente".

En el año de 1892, ya existían en México algunos hoteles habitables, de los cuales podemos citar: El Iturbide, Jardín, San Carlos, Guillow, Americano, Cantabro, del Bazar y Comonfort; también existían buenos restaurantes como: La Concordia, Madame Récamier, Restaurant Alemán, Gran Restaurant de París, Café Anglais, Restaurant del Bazar, Estrella de Oriente, etc.

El 5 de abril de 1933 se creó la Compañía Exploradora de Hoteles, cuya historia se relaciona con la construcción del Hotel del Prado, el cual polarizó la corriente turística en nuestra capital. Al mismo tiempo, el gobierno federal se dió a la tarea de construir carreteras, lo cual indudablemente contribuyó al impulso de la industria hotelera.

Posteriormente, los inversionistas privados se han venido dedicando a construir hoteles y centros recreativos con la finalidad de proporcionar a los viajeros las comodidades necesarias para que tengan una estancia agradable en los lugares que visitan.

## 2.- VIAJES.

Se puede señalar el año de 1879 como inicial del turismo en nuestro país. Tenemos que un grupo de 85 viajeros

procedentes de norteamérica llegaron a Veracruz el día 13 -- de enero y el día 14 del mismo mes arribaron a la capital, - siendo instalados en el Hotel Iturbide; fueron muy bien aten didos, ya que se les ofreció un gran baile el 4 de febrero - al cual asistió el presidente Díaz.

Un corresponsal de periódicos norteamericanos y -- alemanes en esta capital, llamado Emile Rediel, publicó en - 1872 una "Guía práctica de la Ciudad y Valle de México", con excursiones a Toluca, Puebla, Pachuca y Cuernavaca. En esa guía se establecía lo que el turista debía hacer, como: Re- gatear en el precio cuando vaya a comprar, mantener el buen humor, no olvidarse de dar propinas, y que cuando fuera de - paseo tenía que llevar su comida y bebida.

### 3.- PROMOCION.

En este aspecto se escribieron algunos libros por viajeros que habían recorrido las zonas más interesantes de México, entre los que se pueden mencionar en orden cronoló- gico: "Le Mexique en 1823 ou relation d'un voyage dans la Nouvelle Espagne" por M. Beulloch (París, 1824); "Voyage au Guazacoalcos, aux Antilles et aux Etats Unis" por A. Brissot (París, 1837); "Face to face with the mexicans" de Fanny Cham bers Gooche (New York, 1887); el célebre libro de la marque- sa Calderón de la Barca intitulado "La vida en México", del cual se han hecho varias ediciones en inglés y español. Tam- bién existe una vasta literatura de publicidad para fomentar el turismo en México, como por ejemplo: "Calendario de fies- tas en México", publicado por Miriam Molina Grimaldo bajo el auspicio de la Dirección General de Turismo (1954); el perió- dico editado sólo en español "Boletín del Club de Viajeros - Pemex" y "Mapa", órgano de la Asociación Mexicana Automovils

tica (1950).

#### 4.- CENTROS EDUCATIVOS.

En el año de 1920, se estableció la Escuela de Verano de la Universidad Nacional, surgiendo el turismo universitario norteamericano, por medio del cual los estudiantes y profesores de los Estados Unidos ampliarían su cultura, estudiando español, el arte, la historia y la geografía de México.

Este tipo de turismo no obstante que se le consideró de poco rendimiento para la economía de nuestro país, -- constituyó un factor potencial de divisas.

Poco tiempo después, algunos turistas se quedaron a radicar en México, siendo impulsores eficaces de nuestra industria turística. Entre los turistas universitarios destacó el Doctor Hubert C. Herring, quien organizó entre los - hombres de negocios y de estudios más prominentes de los Estados Unidos lo que denominó: "Seminario en México", donde - los mexicanos más sobresalientes en las actividades nacionales sustentaban conferencias. Sobre tales actividades, hablarían desde el ministro de Hacienda hasta el arzobispo metropolitano; ésto constituía un atractivo para los viajeros. Se editaba anualmente un volúmen que contenía las conferencias sustentadas.

Pero el turismo considerado desde el punto de vista económico, existió desde el instante en que los viajeros pagaban en moneda o su equivalente, los servicios de hospedaje y alimentación que les proporcionaban.

B) TURISMO NACIONAL. SU ORGANIZACION. ASPECTOS JURIDICOS EN QUE SE BASO.

Podemos afirmar que el turismo en México es un fenómeno reciente, de hecho existe unidad de criterios en aceptar que nace con posterioridad al movimiento revolucionario de 1910. En México, aún cuando el turismo no ha alcanzado el desarrollo que tienen algunos países como: España, Italia o Suiza, para los cuales la actividad turística tiene gran trascendencia en sus respectivas economías, representa un lugar relevante de interés nacional. Por tal motivo, no es extraño que el gobierno haya intervenido desde el nacimiento del turismo, reglamentándolo y creando organismos públicos y de coparticipación con los particulares, cuya función es la de encauzar las actividades del turismo nacional.

Manuel Rodríguez Blanco, menciona que los antecedentes del turismo en México se dividen en tres etapas, a saber:

1a.- NACIMIENTO. De 1920 a 1940.

2a.- DESARROLLO. De 1940 a 1958.

3a.- TECNIFICACION. De 1958 hasta la actualidad.

1a. ETAPA.

Se caracteriza porque aparecen las primeras corrientes turísticas extranjeras, ya que de hecho no existía el turismo nacional.

Se crean los servicios turísticos propiamente dichos,

como: La Hotelería Turística, las primeras agencias de viajes, los primeros organismos especializados, etc.

En 1922, surge el primer grupo organizado de turistas, creándose también la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles, que poco tiempo después se transformarían en la Asociación Mexicana de Hoteles.

En 1939, se fundó la Asociación Mexicana de Turismo (Instituto pionero de nuestro turismo), hoy decana, así como la Asociación Mexicana Automovilística (A.M.A.) y la Asociación Nacional Automovilística (A.N.A.).

En cuanto al sector público, éste se preocupó desde un principio por el desarrollo y fomento del turismo, dada la importancia que para la economía nacional representa, motivo por el cual se han creado diversos organismos y ordenamientos legales para la organización y regulación jurídica del movimiento turístico en nuestro país.

Así tenemos que, durante el mandato del presidente Plutarco Elías Calles, se promulgó la Ley de Migración de fecha 15 de enero de 1926, donde se contempla por primera vez, en nuestro cuerpo legislativo, la acepción de turista, considerando como tal al extranjero que visita la República por distracción o recreo y cuya permanencia en territorio nacional no exceda de seis meses. (12)

En el gobierno del Lic. Portes Gil, se crea la Comisión Mixta Pro-Turismo el 6 de julio de 1929, la cual tiene como finalidad incrementar la corriente turística hacia México. El presidente de esta Comisión era el titular de la Secretaría de Gobernación.

(12) Mercaderías, Armando. "El Turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario." Comisión Técnica de Turismo del P.R.I., México, - 1964, pp. 12-14.



Se establecieron las bases sobre las cuales tiempo después se estructuraría el turismo, conjugándose las participaciones tanto del sector público como del privado.

En el régimen del Sr. Presidente Pascual Ortíz Rubio, se promulgó la Ley de Migración con fecha 30 de agosto de 1930, la que derogó la Ley de Migración del 15 de enero de 1926. Esta nueva Ley establecía los requisitos particulares que deberían reunir los turistas extranjeros para internarse al país. En la misma fecha, se promulgó también, la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y su Reglamento. En esta Ley se siguieron los lineamientos generales que señalaba el acuerdo del 6 de julio de 1929, pero se aborda el fenómeno turística con mayor amplitud y profundidad.

La Comisión estaba integrada por la Asamblea General, Subcomisiones y un Comité Ejecutivo.

Las disposiciones anteriores representaron un paso más en la estructuración legislativa del turismo.

El 13 de junio de 1932, fué promulgado el Reglamento de la Ley de Migración del 30 de agosto de 1930. En el mencionado ordenamiento se precisan cuales son las finalidades que persigue la Comisión Nacional de Turismo, así como también las de los esfuerzos oficiales y privados que tienden al impulso del turismo.

En el período gubernamental del General Abelardo L. Rodríguez, se cambia el criterio legislativo, ya que se otorgó a la Secretaría de la Economía Nacional, las facultades legislativas que le correspondían hasta entonces a la Secretaría de Gobernación, en materia de turismo.

Durante este régimen, se promulgó el 8 de marzo de 1933, el Reglamento que creó la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo. La política que imperó en materia turística fué la de una mayor centralización.

En el año de 1934, nuevamente se le confiere a la Secretaría de Gobernación la facultad de aplicar las leyes - referentes al turismo, y de manera particular se otorga a las Cámaras de Comercio la prerrogativa de tratar directamente - lo relativo a los asuntos migratorios.

El Gobierno del General Lázaro Cárdenas, también - se preocupó por la actividad turística nacional, por lo que dentro de su labor legislativa para desarrollar el turismo, se promulga el 3 de mayo de 1935, el Decreto que reglamentó la fracción XXX del Artículo 20. de la Ley de Secretarías de Estado, creando la Comisión Nacional de Turismo; integrada - por el Comité Ejecutivo, el Consejo Patrocinador y el Consejo Consultivo.

Podemos observar que mediante el decreto promulgado, existe una participación más activa del sector privado - dentro de esta rama importante que es el turismo.

El 24 de agosto de 1936, se promulga la Ley General de Población, y se confiere a la Dirección General de Población, dependiente de la Secretaría de Gobernación, lo relativo a la promoción turística y la vigilancia de los servicios indispensables.

El 7 de junio de 1937, se reglamentó el oficio de guía de turistas y las actividades de las Agencias de Viajes, creándose el Departamento de Turismo, órgano que depende de la Secretaría de Gobernación, encargado de realizar las funciones propias de la materia.

En 1938, se inicia el movimiento de organizaciones privadas para fomentar el turismo, de las cuales se pueden mencionar: El Club de Viajes PEMEX y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, con el objeto de seguir divulgando los atractivos turísticos tanto a nivel nacional como internacional.

El 9 de diciembre de 1939, se promulgó la Ley que crea el Consejo Nacional de Turismo, el que va procurar una mayor colaboración entre los diversos Estados con el Gobierno Federal, estableciendo las Comisiones Locales del Turismo.

## 2a. ETAPA.

Denominada de Desarrollo, abarca de 1940 a 1958. En los años cuarentas se empieza a desarrollar el fenómeno turístico, y en México el turismo adquiere gran auge, pero no se tuvo el tiempo necesario para planear en forma adecuada todas las actividades inherentes al mismo.

En lo referente a servicios turísticos, se construyen grandes hoteles, se multiplican las agencias de viajes y aparecen los transportes turísticos y guías especializados. Por lo que respecta al sector oficial, éste multiplica sus actividades durante el régimen del General Avila Camacho, pero México se ve involucrado en la Segunda Guerra Mundial, y por tal motivo nuestro turismo desciende y se estanca, ya que en 1942 ingresan al país sólo 90 mil turistas. Una vez que se firma el tratado de paz, el turismo se revitaliza y entran a México en el año de 1946, 250 mil turistas.

Se debe de mencionar que fué en la esfera privada, donde surgieron los grandes pioneros del turismo, ya que con su esfuerzo contribuyeron al desarrollo de esta importante -

actividad. Se realizan las primeras promociones, se crean las primeras organizaciones y los primeros servicios, se marcan las metas y cauces esenciales de lo que más tarde habría de dar lugar a la constitución de la industria del turismo. Entre los grandes impulsores destaca sin lugar a duda, Don Lucas de Palacio.

A partir del régimen del Lic. Miguel Alemán, la industria turística ocupa un lugar privilegiado en la planeación social y económica del país, puesto que el gobierno le concedió gran atención, surgiendo así los grandes centros turísticos. México irrumpe en el mercado mundial del turismo con gran competitividad, llegando a constituir el turismo -- una de las más importantes industrias de nuestra economía.

El 25 de noviembre de 1947, se promulga la Ley que crea la Comisión Nacional de Turismo, la cual estaba constituida por el Consejo Nacional y el Comité Ejecutivo. Esta Ley determinó que el Estado tendría mayor intervención en -- las empresas privadas que se dedicaran a la prestación de -- servicios turísticos. El presidente del Consejo Nacional -- era el Secretario de Gobernación. El Comité Ejecutivo estaba integrado por cinco miembros, éste, es el precedente del actual CONSEJO NACIONAL DE TURISMO. Dos años después (el 5 de abril de 1949), se promulga el Reglamento de la Ley anterior.

No es sino hasta el 31 de diciembre de 1949, cuando se publica la primera Ley Federal de Turismo. Se sigue -- la política de atribuir a la Secretaría de Gobernación el estudio y la resolución de los primeros problemas relativos al turismo, a través de uno de sus órganos denominado: Departamento de Turismo.

En el ámbito administrativo, el órgano antes mencionado, adquiere la categoría de Dirección Autónoma, para que posteriormente se constituya en Departamento de Estado.

Es importante la labor legislativa del entonces - presidente, Sr. Adolfo Ruíz Cortínez, sobre todo porque creó el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo por Decreto de - fecha 14 de noviembre de 1946.

El capital inicial del Fondo fué de 50 millones de pesos, el cual manejó en fideicomiso la Nacional Financiera, S. A. La finalidad de dicho fondo era estudiar y desarrollar los centros turísticos, estimular la afluencia turística nacional e internacional, así como fomentar y desarrollar las empresas o actividades turísticas, auxiliándolas en sus necesidades económicas.

### 3a. ETAPA.

Denominada de Tecnificación, comprende del año de 1958 hasta nuestros días.

A partir de ésta fecha, se vió la necesidad de analizar el turismo desde el punto de vista técnico, ya que anteriormente no se había hecho, se consideró que su desarrollo había sido natural y espontáneo.

México, se encuentra en esta etapa de evolución -- del turismo. La importancia que se le debería de conceder a este fenómeno, por parte del poder público, la reconoció - el Lic. Adolfo López Mateos en su iniciativa de diciembre de 1958 para que se reformara la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado.

Una vez que se aprobó la iniciativa por parte del Congreso, empezó a funcionar desde la fecha mencionada, el Departamento Autónomo de Turismo. Este organismo tendía a mejorar la promoción de una actividad que siendo culturalmente benéfica a la República, redundaba en incremento económico de consideración, según las palabras del exmandatario.

Pero consciente de que se debía proteger a nivel jurídico y político la búsqueda estabilización del turismo, por otra iniciativa suya, es aprobada y publicada el 10. de marzo de 1961, la Ley Federal de Turismo, que reglamentó los diferentes aspectos contenidos en esta actividad, y le dió una cimentación jurídica que aseguraría su desarrollo en forma estable, pues la ley mencionada declaraba en forma expresa, que la actividad del turismo era de interés público. Se buscaba asegurar por todos los medios su fortalecimiento.

Con base en lo anterior, el Ejecutivo Federal por Acuerdo de fecha 6 de julio de 1961, publicado el 2 de agosto del mismo año, ordenó al Departamento de Turismo la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico, dentro del cual se intentó planificar los esfuerzos efectuados para el desarrollo del turismo, con el objeto de hacerlos más eficientes y productivos. Dicho plan fué elaborado y publicado en septiembre de 1962.

Con la finalidad de coadyuvar y hacer más eficaz la política que puso en práctica el exprimer magistrado López Mateos, el día 8 de diciembre de 1961, se crea el Consejo Nacional de Turismo, el cual va complementar la función de organismos técnico y especializado tanto en materia de asesoría, como de planeación y promoción que el gobierno realiza.

La creación del Consejo Nacional de Turismo, hace patente la importancia que le concedió el Lic. López Mateos al desarrollo de la industria turística, puesto que se nombró al frente del mismo como presidente al Lic. Miguel Alemán, gran impulsor del turismo en México.

Otro acontecimiento que confirma la política de estructuración técnica de la actividad turística, lo demuestra el apoyo del Departamento de Turismo, de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y de la Universidad Nacional Autónoma de México, al consejo Nacional de Turismo, el que creó el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, - el 5 de diciembre de 1962.

Este organismo técnico que trabaja en forma permanente y sistemática, tiene como función realizar estudios socio-económicos sobre el fenómeno turístico.

Durante el mandato del Lic. Gustavo Díaz Ordaz, - se expidieron los siguientes Reglamentos:

- A) El 16 de diciembre de 1965. Reglamento Interior del Departamento de Turismo, que va regular su funcionamiento.
- B) El 14 de agosto de 1967. Reglamento de Guías de Turistas, Guías-Choferes y similares, y
- C) El 10 de octubre de 1969. Reglamento de las Agencias de Viajes, a fin de regular el ejercicio y funcionamiento de estos dos últimos prestadores de servicios.

En el período gubernamental del Lic. Luis Echeverría Alvarez, nuevamente adquiere gran relevancia el turismo

en nuestro desarrollo económico y social, en vista de que el 28 de enero de 1974, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, con el objeto de incorporar al desarrollo, núcleos de población marginados, abatir desequilibrios regionales, aumentar el número de visitantes y su estancia en el país; también establece principios de coordinación y programación entre las dependencias del Gobierno Federal que participan en la promoción y fomento de las actividades turísticas, así como promover el intercambio cultural de la población y, coadyuvar a la integración nacional, concediendo especial atención al desarrollo del turismo popular (que en la nueva Ley se denomina: Turismo Social), creando para tal efecto, la Dirección de Turismo Social en septiembre de 1974. (13)

Como la actividad turística requiere para su crecimiento de un financiamiento que apoye la realización de los planes y proyectos conducentes, se creó un fideicomiso llamado: Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el cual reunió las experiencias anteriores en materia turística. Su objeto principal es el de asesorar y financiar los programas turísticos. Se fusionaron en este nuevo organismo, el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística en un sólo ente jurídico. El mencionado organismo (FONATUR), fué creado por decreto presidencial el 7 de enero de 1974, entró en vigor el 13 de febrero del mismo año.

Por decreto de fecha 29 de diciembre de 1974, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre del mismo año, es modificada la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, ya que el Departamento de Turismo adquiere la categoría de Secretaría de Turismo. Como órgano

(13) Departamento de Turismo. Memoria de Labores, México, 1974, pp. 30, 52 y 56.



del Poder Ejecutivo Federal, se encarga de formular la programación de la actividad turística nacional y organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo, protegiendo los medios que proporcionan los servicios al turista, y demás funciones a que se refiere la Ley Federal de Fomento al Turismo.

Otro hecho confirma la política de tecnificación del turismo, pues se crea en 1976 la Escuela Panamericana de Hotelería, la cual tiene gran trascendencia, ya que en forma sistemática y técnica se encuentra capacitando y formando a las personas que laboran en la actividad hotelera.- Al frente de la mencionada escuela, se nombró como director general al dinámico hotelero Sr. Miguel Torruco Marqués, y como presidente del patronato, al Lic. Jorge Alemán Velasco, que tiene una gran visión para el futuro turístico del país.

En el gobierno del expresidente López Portillo, es importante la labor que se realizó, sobre todo al promulgarse el 15 de enero de 1982, la Ley Federal de Turismo, la que facultó a la Secretaría de Turismo para que emitiera su opinión ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, respecto de aquellas inversiones turísticas que a su juicio debían gozar de estímulos fiscales; además de promover y estimular en coordinación con la Secretaría de la Reforma Agraria, la creación de empresas y desarrollos turísticos comunales o ejidales.

Así mismo, también se le otorgó competencia a la Dependencia aludida para formar, organizar y mantener actualizado el inventario turístico nacional, promover en coordinación con las Entidades Federativas las zonas de interés y de desarrollo turístico nacional, otorgar permiso de operación a los prestadores de servicios turísticos y adoptar medidas pertinentes para impulsar el turismo social.

Se puede mencionar como un hecho relevante del pasado régimen, la expedición del Plan Nacional de Turismo, -- que se publicó el 4 de febrero de 1983 en el Diario Oficial de la Federación.

Este plan comprende el ámbito turístico a largo -- plazo, los objetivos, etapas de desarrollo turístico, las me -- tas a corto plazo y a largo plazo, la política de promover -- y comercializar la demanda y desarrollo de la oferta, la po -- lítica especializada para el desarrollo del turismo y los -- instrumentos para el mismo. El plan se sustenta en definir a la actividad turística como estratégica para el desarrollo económico y social de la nación por su dinamismo y capacidad para promover diversos sectores de la economía, lo que va re -- dundar en beneficio para todas las clases sociales, puesto -- que se utilizan recursos renovables e ilimitados. El turis -- mo va generar empleos y atraer a inversionistas, es una acti -- vidad de gran importancia que permite captar divisas y se -- puede constituir en apoyo dinámico para tener un desarrollo social y regional más equilibrado.

Esta forma de conceptualizar al turismo, lo descar -- ta de ser una actividad intrascendente, superficial o suntu -- a, en la medida en que se encuentra asociado con el derecho al trabajo, que implica el derecho al descanso recreativo y -- promueve la integración nacional con el suelo patrio, sus tra -- diciones y herencia cultural, actuando como factor de compren -- sión entre los pueblos del mundo. (14)

(14) Ramírez Blanco, Manuel. "Teoría General de Turismo", Mé -- xico, Editorial Diana, 2a. impresión, 1982, pp. 1-10.

En lo que va del presente gobierno, el actual presidente de México, Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, dentro del Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, menciona como propósitos del sector turismo los siguientes:

- A) La política turística tiene como propósito -- esencial de corto plazo, contribuir a la solución de los problemas nacionales, mediante la captación de divisas y la generación de em- - pleos, en tanto que la consolidación de ambos aspectos en el mediano y largo plazos, deberá fortalecer la posición estratégica del sector en el desarrollo nacional.
- B) Promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a los estractos de población con ingresos medios y bajos.
- C) Contribuir al desarrollo equilibrado entre regiones y al fortalecimiento de la identidad nacional, mediante la promoción de la cultura y los valores del país.
- D) Ampliar, diversificar y consolidar la demanda externa mediante la incursión de nuevos mercados y segmentos de consumo.
- E) Fortalecer el turismo interno y en especial el turismo social.
- F) Fomentar el mejor y más amplio aprovechamiento del potencial turístico nacional.

- G) Ampliar, diversificar y elevar la calidad de la oferta turística nacional. (15)

Como se puede apreciar, el sector turístico también será una actividad prioritaria en este sexenio, ya que el turismo reporta grandes beneficios para nuestra economía.

Considero importante mencionar, que además de fortalecer el turismo social (lo cual es muy loable), se debe de fomentar el turismo escolar y educativo, ya que ambos contribuirán a fortalecer la identidad nacional que se persigue dentro de la actual política nacionalista. Puesto que al conocer nuestro territorio nacional, podremos comprender y saber sus peculiaridades, logrando con éllo la integración nacional.

(15) Madrid Hurtado, Miguel de la, "PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983-1988", Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1983, p. 373.

C) RITMO ESTADISTICO DEL TURISMO INTERNACIONAL.

En cuanto a este punto, enunciaré el aspecto estadístico durante los dos últimos sexenios y parte del actual.

TURISMO RECEPTIVO.		TURISMO EGRESIVO.	
AÑO	TOTAL	AÑO	TOTAL
1970	2,250.018	1970	1,165.037
1971	2,509.440	1971	1,209.130
1972	2,914.593	1972	1,428.048
1973	3,226.398	1973	1,670.825
1974	3,362.247	1974	1,905.422
1975	3,217.884	1975	2,239.615
1976	3,107.003	1976	1,977.163
1977	3,247.055	1977	2,109.061
1978	3,753.900	1978	2,237.900
1979	4,134.300	1979	2,755.500
1980	4,166.228	1980	3,406.518
1981	4,038.000	1981	3,959.000
1982	3,768.000	1982	2,671.000 (16)

Este cuadro se complementa entre sí, ya que en una parte se registra la entrada de turistas y en la otra la salida de los mismos. En la columna izquierda están consignados el total de viajeros que nos visitaron durante los años que se indican. Como se puede apreciar, se nota un marcado ascenso en el movimiento de entrada de turistas extranjeros, (sólo interrumpido durante los años 1975 y 1976). Este incremento, sin lugar a dudas se debe esencialmente al establecimiento de nuevas rutas aéreas con equipos nuevos y servicios de transporte más rápidos y eficientes, y a la integración del sistema de carreteras nacionales.

(16) FUENTE: BANCO DE MEXICO.

En la columna derecha, se consigna la salida de turistas nacionales que viajaron al exterior del país, durante los años que también se indican.

Haciendo una confrontación entre las dos columnas, vemos que existe una marcada diferencia entre el número de entrada de turistas extranjeros y la salida de turistas nacionales, esto se debe posiblemente a lo siguiente:

- 1.- Al cambio de calidad migratoria.
- 2.- Permanencia ilegal del turista extranjero dentro del país.
- 3.- Descuido en la recolección de datos, (por parte de los empleados de migración).
- 4.- Por extravío de las tarjetas de los turistas extranjeros.
- 5.- Defectos de estadística, etc.

Desgraciadamente, por lo pronto no es posible corregir estos defectos, ya que se requeriría una vigilancia muy estricta en torno de los turistas extranjeros y de los empleados de migración. Aunque se podrían subsanar estos problemas, mediante la intervención de personal especializado. Ya que se ha observado que la mayoría de turistas extranjeros, al abandonar nuestro país, lo hacen en forma apresurada y descuidan llenar las tarjetas, quedando éstas para que los empleados de migración lo hagan a su arbitrio, lo que produce que la información registrada no sea tan fehaciente.

### C A P I T U L O    I I I .

#### FUNDAMENTACION JURIDICA DEL TURISMO EN MEXICO.

Antes de mencionar la fundamentación jurídica del turismo en México, considero pertinente enunciar que el movimiento migratorio es: El tránsito internacional de extranjeros o nacionales, sea de entrada o salida, así como el tránsito local fronterizo o el de una entidad a otra dentro de un Estado.

#### CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

La fundamentación jurídica de la actividad turística, la encontramos en los artículos 11 y 5o. de nuestra constitución, que a la letra dice:

Artículo 11. Todo hombre tiene derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes. El ejercicio de este derecho estará subordinado a las facultades de la autoridad judicial, en los casos de responsabilidad criminal o civil, y a las de la autoridad administrativa, por lo que toca a las limitaciones que impongan las leyes sobre emigración, inmigración y salubridad general de la República, o sobre extranjeros perniciosos residentes en el país.

Artículo 5o. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos...

Como podemos observar, estos artículos se encuentran dentro de las garantías individuales, y se refieren al derecho de libertad de tránsito y libertad de trabajo respectivamente.

Con respecto a los extranjeros, éstos necesitan documentación migratoria para internarse en la República Mexicana y permanecer en ella. Tal documentación, para todas las calidades migratorias, la obtienen en las oficinas del Servicio Exterior Mexicano y además, cuando se internan como turistas, también la pueden obtener en las delegaciones de turismo, en las Oficinas de Población, en los puertos y fronteras y se las pueden extender las líneas aéreas de pasajeros autorizadas por la Secretaría de Gobernación, para ese objeto.

Los Documentos Migratorios son:

- F.M.T. Para turistas por un solo viaje.
- F.M.4. Adicional para turistas que necesitan permiso previo de la Secretaría de Gobernación para ser documentados.
- F.M.14. Viajes múltiples para turistas norteamericanos y guatemaltecos.
- F.M.6. Para transmigrantes.
- F.M.3. Para visitantes y consejeros.
- F.M.9. Para estudiantes.
- F.M.10. Para asilados políticos.
- F.M.16. Permiso de cortesía para visitantes distinguidos.



F.M.2. Documento Unico del Inmigrante, para inmigrantes e inmigrados.

F.M.E. Para datos estadísticos.

### Visa Consular.

Además de la documentación migratoria, deben obtener el visado consular que se les otorga en su pasaporte vigente, el cual deben presentar para comprobar su nacionalidad y para identificarse.

Es menester enfatizar que la visa consular es un requisito adicional, ya que ésta por sí sola no faculta al extranjero para internarse en el país, puesto que para poder hacerlo, debe obtener necesariamente su documentación migratoria de acuerdo con la calidad que pretenda internarse.

Únicamente las visas diplomáticas, oficial y de servicio, facultan a sus titulares para internarse en la República Mexicana, sin necesidad de obtener documentación migratoria. Para determinadas nacionalidades y en determinadas calidades migratorias no se requiere obtener visa, o en caso de necesitarse, se otorga en forma gratuita.

Nuestro país ha celebrado convenios o acuerdos sobre suspensión de visas u otorgamiento gratuito de las mismas (visas ordinarias), con los gobiernos de los países siguientes:

Alemania (República Federal), Argentina, Austria, Australia, Bahamas, Bélgica, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El

Salvador, España, Estados Unidos de América, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Haití, Honduras, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Liechtenstein, Luxemburgo, Mónaco, Noruega, Nueva Zelanda, Panamá, Portugal, Rumania, República Dominicana, Suecia, Suiza, Uruguay y Yugoslavia.

Las oficinas que otorgan la visa consular son:

I.- En el extranjero: Sólo las oficinas del Servicio Exterior Mexicano, y

II.- En México: Solamente la Secretaría de Relaciones Exteriores a través del Departamento de Migración de la Dirección de Servicios Consulares y sus Delegaciones en Guadalajara, Jal., - Monterrey, N.L. y Hermosillo, Son.; las Delegaciones en Torreón, Coah., Villahermosa, Tab. y Mérida, Yuc., pueden visar los pasaportes de los extranjeros, ya sea porque cambien de calidad migratoria o porque se les hubiere vencido la que obtuvieron; tramitan solicitudes para adquirir la nacionalidad mexicana y para recabar permisos de acuerdo con el Artículo 27 Constitucional como: Adquisición de inmuebles por extranjeros, celebración de Contrato de Arrendamiento por más de 10 años por sociedades o asociaciones civiles o mercantiles de nacionalidad mexicana, con cláusula de admisión de extranjeros o personas físicas o morales extranjeras, etc.

También se tramitan solicitudes de:

a) Cartas de Naturalización mexicana.

- b) Certificados de nacionalización mexicana.
- c) Declaratorias de naturalización mexicana.
- d) Declaratorias de naturalización mexicana por matrimonio con varón o mujer mexicanos.

El otorgamiento de la visa causa el pago de -- \$1,000.00 M.N., conforme a la tarifa contenida en el Artículo 22 del Decreto para el cobro de derechos por la prestación de servicios consulares. (D.Of. 31-Dic.-1982).

Cuando por la nacionalidad del extranjero no se -- le puede visar el pasaporte, tal requisito se satisface -- otorgándosele en un Certificado a Petición de Parte. La expedición de este documento causa el pago de \$1,000.00 M.N., conforme a la tarifa mencionada.

A continuación, enunciaré otros ordenamientos jurídicos que regulan también el turismo en México.

#### LEY GENERAL DE POBLACION Y SU REGLAMENTO.

De acuerdo con esta Ley, Artículo 41, los extranjeros se pueden internar legalmente de acuerdo con las calidades migratorias siguientes:

- a) No inmigrante
- b) Inmigrante.

Artículo 42. No inmigrante es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna al país temporalmente.

De lo que se deducen sus características:

I. Internación legal.

II. Estancia condicionada; el tiempo será el que permite la Ley del lugar de residencia.

III. Finalidad: La que permita la Ley del lugar de estancia disfrutar.

Los No inmigrantes son: Turistas, transmigrantes, visitantes, consejeros, asilados políticos, estudiantes, visitantes distinguidos, visitantes locales y visitantes provisionales. (Artículo 42 de la Ley General de Población y 96 de su Reglamento). De los cuales nos interesa la primera calidad: Turistas.

#### Turistas.

Se internan con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas, con temporalidad máxima de seis meses improrrogables. (Artículo 42, fracción I, de la Ley General de Población y 97 de su Reglamento).

Artículo 97. Del Reglamento de la Ley General de Población. Tratándose de la internación de turistas se observará lo siguiente:

- I.- La autorización para permanecer en el país se concederá hasta por seis meses y no será susceptible de prórroga. Sólo por enfermedad que impida viajar, o por otra causa de fuerza mayor debidamente comprobada, se podrá conceder un plazo para la salida del extranjero.

En los casos de turistas que hayan sido documentados originalmente por una temporalidad menor a seis meses, la Secretaría podrá, cuando se estime conveniente, ampliar la temporalidad hasta completar los seis meses. Es preciso que la solicitud se presente antes del vencimiento de la temporalidad señalada en la tarjeta del turista.

II.- Se les recogerá su documentación migratoria en el puerto de salida cuando abandonen el país en forma definitiva y se remitirá al Servicio Central.

Artículo 44. Ley General de Población. Inmigrante es el extranjero que se interna legalmente al país con el propósito de radicarse en él, en tanto adquiera la calidad de inmigrado.

Por lo tanto, sus características son:

I. Internación legal.

II. Estancia condicionada.

III. Propósito de radicación.

Los Inmigrantes son: Rentistas, inversionistas, profesionales, cargos de confianza, científicos, técnicos, familiares. (Artículos 48 de la Ley General de Población y 107 al 120 de su Reglamento).

Inmigrado:

Es el extranjero que adquiere derechos de residencia definitiva en el país. (Artículos 52 de la Ley General de Población y 124 al 126 de su Reglamento).

## LEY DE IMPUESTOS DE MIGRACION.

Publicada en el "Diario Oficial de la Federación" el 31 de diciembre de 1973, fué derogada por el Artículo se gundo transitorio de la Ley que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones fiscales, publicada en el "Diario -- Oficial de la Federación" el 31 de diciembre de 1979.

Actualmente, es la Secretaría de Hacienda y Crédi to Público, la Ley Federal de Derechos y la Secretaría de - Gobernación y Servicios Migratorios, según publicación en - el "Diario Oficial de la Federación" de 31 de diciembre de 1983, los que rigen lo relativo al cobro de los derechos -- por la prestación de servicios respecto de las distintas ca lidades migratorias (Inmigrante, No inmigrante e Inmigrado).

Así tenemos, que la Ley Federal de Derecho para el ejercicio fiscal de 1984, Título I. De los derechos por la prestación de servicios, Capítulo I. De la Secretaría de Go- bernación, Sección Primera. Referente a los Servicios Migra torios, menciona con respecto a los turistas extranjeros, lo siguiente:

Artículo 11. No se pagarán los derechos por la expedición - de autorización en la que se otorga a los extranje ros la calidad migratoria de No inmigrantes en los siguientes casos:

...Fracción I: Turistas.

Artículo 14. Por la reposición de la forma migratoria res- pectiva, se pagarán derechos conforme a las si- - guientes cuotas:

I.	De No Inmigrante	\$3,000.00
II.	De Inmigrante	\$6,000.00
III.	De Inmigrado	\$9,000.00

Artículo 15. No se pagarán los derechos a que se refiere esta Sección, por los cambios de calidad migratoria de No Inmigrante Turista a cualquiera de las otras características de No Inmigrante o a Inmigrante.

Artículo 16. Los turistas, asilados políticos, visitantes distinguidos y visitantes locales, no pagarán los derechos por internación al país ni por reposición de documentos, establecidos en los Artículos precedentes de esta Sección.

De los artículos anteriores, se deduce que los turistas extranjeros están exentos del pago de derechos por la prestación de servicios migratorios.

## DISPOSICIONES APLICABLES DEL CODIGO ADUANERO.

### TITULO VII.

#### CAPITULO IV. PASAJEROS.

Artículo 290. Los pasajeros están obligados a presentar sus bultos de equipaje y objetos de mano a los empleados encargados de la revisión, así como a facilitar ésta en cuanto esté de su parte.

Artículo 291. Se entiende que son pasajeros, las personas que entren o salgan del país, a excepción de los

transeúntes entre las poblaciones mexicanas fronterizas y las extranjeras vecinas a la línea divisoria.

De los considerados en general como pasajeros, tienen condiciones especiales: Los repatriados, los mexicanos deportados, los inmigrantes y los turistas.

Artículo 292. Los pasajeros especiales comprobarán su calidad migratoria como sigue:

- I. Los inmigrantes y turistas, con el documento legal que les expidan las autoridades de migración o sus auxiliares.

Artículo 294. Los pasajeros en general, tienen derecho a importar libres de impuestos aduaneros sus equipajes. Sin embargo, cuando un mismo pasajero haga uso con frecuencia de la franquicia que le concede el párrafo anterior, se le podrá restringir prudentemente a juicio del jefe de la aduana.

Artículo 296. La exportación de los objetos o prendas que los turistas hayan dejado olvidados en el país, se permitirá libre de impuestos cuando dicha circunstancia se compruebe por medio de correspondencia del propietario, certificada por cónsul mexicano que haga constar, además, que el interesado radica en el extranjero y que vino a la República en calidad de turista.

Artículo 297. Además de las franquicias a que se refieren los artículos anteriores, se otorgarán las siguientes de carácter especial:



- I. A los turistas, la libre importación de tiendas y catres de campaña y ropa de casa-habitación; de utensilios de cocina, mesas y sillas plegadizas, en cantidad que no sea excesiva; un aparato de radio o televisión portátiles. Además, la libre exportación de los artículos de plata labrada y objetos típicos del país.

Artículo 298. La franquicia por los equipajes, menajes de casa y demás artículos, se otorgará cuando el pasajero los traiga o lleve consigo o cuando lleguen o salgan del país dentro de los tres meses anteriores a la entrada o salida del pasajero, o un año después de la fecha en que éste haya arribado o salido. (El plazo de un año puede ser prorrogado por la Dirección General de Aduanas hasta por seis meses más). Pero cuando se importen o exporten anticipadamente, será necesario que se otorgue garantía por las prestaciones fiscales que pudieran causarse si al vencimiento del plazo de tres meses no se comprueba la llegada o salida del pasajero y su derecho de franquicia.

Artículo 299. Cuando un turista o pasajero común quede en el país en calidad de inmigrante, se le concederán las franquicias de que éstos disfrutan.

El plazo de un año que este Código fija para la importación de los efectos que los pasajeros no traen consigo, se contará a partir de la fecha en que el turista o pasajero adquiera la calidad de inmigrante o repatriado.

Artículo 300. Se considera como equipaje, exento de impuestos aduaneros: (Enunciaré sólo alguno).

- I. La ropa, alhajas y demás artículos de uso personal del viajero, siempre que no sean en cantidad excesiva;
- II. Una arma de fuego y hasta cincuenta cartuchos por cada persona adulta, sin perjuicio de que se cumplan los requisitos especiales que fije la Secretaría de la Defensa;
- III. Cincuenta libros;
- IV. Una cámara fotográfica y una cinematográfica portátil, y doce rollos de películas en blanco para cada cámara;
- V. Artículos para deportes, siempre que no sean en cantidad excesiva;
- VI. Los baúles, velices, petacas y demás envases en que se importe o exporte el equipaje.

Artículo 301. Como menaje de casa, exento de impuestos aduaneros, se considera: El mobiliario usado, y la ropa de casa-habitación, siempre que no sean de lujo ni en cantidad excesiva.

En términos generales, el Código Aduanero concede amplias facilidades a los turistas extranjeros o nacionales para su internación o salida del país, a través de franquicias; lo que repercutirá favorablemente para nuestro país, ya que adquirirá una imagen aún más agradable para el turista extranjero al eliminar en forma gradual los trámites administrativos que pudiesen impedir el libre acceso a México; y por otra parte, en el aspecto impositivo exenta del pago -

de impuestos a los turistas o pasajeros, concediéndoles franquicias de carácter especial.

Todo lo anterior mencionado, constituye un gran aliciente, principalmente para el turista extranjero, quien se sentirá motivado para viajar hacia nuestra República, lo que permitirá obtener divisas que tanta falta hacen en estos momentos de crisis.

### LEY FEDERAL DE TURISMO.

Abroga la Ley Federal de Turismo de 29 de diciembre de 1979, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 15 de enero de 1980.

Esta nueva Ley que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 6 de febrero de 1984, suscitó diversas opiniones tanto en su proyecto como en su aprobación, por parte del sector privado y oficial.

Respecto al proyecto de la nueva Ley, los prestadores de servicios turísticos manifestaron lo siguiente:

El artículo 61 de la nueva Ley Federal de Turismo, es uno de los artículos que más nos preocupa, ya que en el mismo se especifica que: "Deberán solicitar ante la Secretaría de Turismo la autorización de sus precios y tarifas, las que únicamente podrán ser aplicadas cuando se expida por escrito la autorización respectiva; exceptuándose lo anterior los servicios de transporte y las embarcaciones, cuyas tarifas serán fijadas de acuerdo con las atribuciones con que cuentan las dependencias respectivas".

En el artículo 63, se menciona que la Secretaría de Turismo: "Fijará, y en su caso, modificará la clasifica-

ción y las categorías de los establecimientos. Al respecto, los prestadores de servicios turísticos, consideran que al señalar el término de autorización en vez del registro, se está produciendo un control excesivo.

En cuanto al capítulo referente a la protección al turista, los prestadores de este tipo de servicios, estiman que es muy excesiva tal disposición, ya que las multas son muy elevadas; y las cancelaciones de establecimientos también son muy rigurosas si no se cumple con lo contratado con los usuarios de tales servicios.

El artículo 79, menciona que: "Cuando la queja -- únicamente reporte la existencia de una anomalía o anomalías por parte del prestador de un servicio turístico, la Secretaría de Turismo va determinar si procede que se practique una visita de verificación al establecimiento".

El artículo 80, menciona que: "Si la queja del -- usuario contiene una petición de reembolso por parte del -- prestador, la Secretaría de Turismo citará por escrito al -- quejoso y al prestador para que se lleve a cabo una audiencia de conciliación, con la finalidad de que lleguen a un -- acuerdo y dirimir la controversia". Este artículo, es considerado por los prestadores de servicios turísticos como una forma más para caer en la corrupción o burocratismo.

También aducen los prestadores de servicios que las sanciones contempladas en la nueva Ley son muy drásticas. - Estos estaban acostumbrados a que fuese la Secretaría de Comercio o la Procuraduría Federal del Consumidor las encargadas de aplicar las multas, pero en el proyecto de la nueva - Ley se habla de revisiones a fondo y de sanciones duras. Manifiestan que no se les citó para conocer sus puntos de vista en la ordenación del sector turismo.

Por parte de los estudiosos del turismo del sector oficial, piensan que estas reformas son indispensables, ya que obligará a los prestadores de servicios turísticos para que sean más profesionales en su desempeño, y sobre todo, para que el usuario sea protegido y no sea víctima de abusos y engaños, lo que acontece en múltiples ocasiones.

Hacen una reminiscencia de los abusos cometidos -- por los prestadores de servicios en los meses finales del -- sexenio pasado, abusos como: Dobles tarifas y la sobreventa de instalaciones; lo que trajo como consecuencia que nuestro mercado adquiriera desprestigio en el ámbito internacional.

El sector oficial menciona que los diputados si citaron a diferentes grupos de prestadores de servicios turísticos para conocer sus puntos de vista en la ordenación del sector que implica el proyecto de ley.

Se reconoce por parte de los sectores privado y -- oficial, que el turismo es un elemento esencial de identidad nacionalista que ha propiciado que exista un entendimiento - cultural de los mexicanos, y además, ha mejorado las relaciones de nuestro país en el campo internacional. (17)

En cuanto a su aprobación, los prestadores de servicios turísticos manifiestan que la repulsión nacional es obvia, ya que desde que se publicó la nueva Ley Federal de Turismo el día 6 de febrero de 1984, fué protestada en su mayor parte por considerarla violatoria de las garantías individuales.

(17) Ramírez Montaña, Patricia. El Heraldo de México, México, 27 de diciembre de 1983, p. 2a.

Se dice que se ha manejado con torpeza el conocimiento de la nueva Ley, ya que la hacen ver como un garrote en contra de éstos, lo cual no es así.

Por parte de la Secretaría de Turismo, se considera como un instrumento jurídico que supera en gran parte las deficiencias de la legislación abrogada; mientras que los prestadores de servicios turísticos aducen que es atentatoria y que frena el desarrollo de la actividad turística.

Tanto la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados como la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, a través de sus representantes legales han interpuesto solicitudes de amparo en contra de la nueva Ley Federal de Turismo por considerarla inadecuada y perjudicial para esta importante actividad.

Con respecto a los restauranteros, la principal causa de la interposición de amparos, según el Lic. Leonardo Lucio García, gerente de un grupo de restaurantes (VISA, S.A.) se debe a que uno de los artículos de la nueva Ley (Artículo 61), estipula que cuando un prestador de servicios solicita un aumento de precios, la Secretaría de Turismo tiene derecho de contestar en sentido afirmativo ó negativo en un plazo de 45 días, durante el cual los precios ya tuvieron cambios considerables. También mencionó que la nueva disposición jurídica es inadecuada, puesto que solo considera como servicio turístico a los restaurantes que se localizan en zonas arqueológicas, aeropuertos y dentro de los hoteles, sin tomar en cuenta a los que se encuentran en otros lugares como la Zona Rosa, lugar eminentemente turístico.

El gerente del restaurante "Angus", Sr. Oscar Mi-lla Giles, manifestó que la Secretaría de Turismo no es com-

petente para reglamentar los restaurantes, sino que es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial la adecuada, por encontrarse ésta íntimamente ligada con los precios de los productos; agrega que el burocratismo de la Secretaría de Turismo trastorna la actividad de los restauranteros, y que según parece, la acción de promover el turismo por parte de la dependencia mencionada se ha olvidado, para hacer lo contrario a la actividad turística y deteriorar más a los prestadores de servicios. Ambos gerentes coinciden en que la nueva Ley Federal de Turismo es incongruente. (18)

Las opiniones subsecuentes, tanto del sector privado como del oficial son reiterativas de sus respectivas posiciones concernientes a la nueva Ley aprobada, y publicada el día 6 de febrero del año en curso en el Diario Oficial de la Federación.

Expondré algunos artículos de la nueva Ley Federal de Turismo que considero relevantes, en comparación con la Ley abrogada.

Artículo 10. La presente Ley es de interés público y de observancia general en toda la República, correspondiendo su aplicación al Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Turismo, a la que para efectos de la propia Ley, se le denominará: "La Secretaría". (+)

(18) Ríos Ruiz, Arturo. OVACIONES, México, 19 de marzo de -- 1984, pp. 1a. y 8a.

(+) González A. Alpuche, Rafael. Op. cit., p. 48. Menciona que este artículo debería quedar así: "Artículo 10.- Las disposiciones de esta Ley, regirán en el Distrito y Territorios Federales en asuntos del orden común, y en toda la República en asuntos del orden federal". Opino que es acertada esta observación, ya que el turismo en México ha adquirido gran trascendencia, y por tanto, su regulación debe ser tanto a nivel de entidades federativas como a nivel federal, para así obtener un mayor y mejor desarrollo turístico regional o estatal, y por ende, nacional

Artículo 2o. Esta Ley tiene por objeto:

- I. La programación de la actividad turística;
- II. La promoción, fomento y desarrollo del turismo;
- III. La creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales;
- IV. La protección y auxilio de los turistas, y
- V. La regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.

Artículo 3o. Para los efectos de esta Ley, se considera como turista a la persona que viaje, trasladándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, o que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere el artículo siguiente, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley General de Población para efectos migratorios. Se considera prestador de servicios turísticos a la persona física o moral -- que proporcione o contrate la prestación de dichos servicios turísticos.

Artículo 4o. Serán considerados como servicios turísticos los siguientes:

- I. Hoteles, Moteles, Albergues, Habitaciones con sistemas de tiempo compartido o de operación hotelera y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes;
- II. Agencias, Subagencias y Operadoras de Viajes, y Operadoras de Turismo;



- III. Arrendadoras de Automóviles, Embarcaciones y otros bienes muebles y equipo destinado al turismo;
- IV. Transportes terrestre, marítimo, fluvial, lacustre y aéreo para el servicio exclusivo de turistas;
- V. Los prestados por Guías de Turistas, Guías Choferes y Guías Especializados;
- VI. Restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares, con la salvedad a que se refiere el Artículo 72, y
- VII. Los demás que la Secretaría considere preponderantemente turísticos.

Artículo 15. La Comisión estará integrada por el titular de la Secretaría de Turismo, quien la presidirá y por los Subsecretarios que designen los titulares de las Secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Marina, Hacienda y Crédito Público, Comercio y Fomento Industrial, Comunicaciones y Transportes, Desarrollo Urbano y Ecología, Educación Pública, Salubridad y Asistencia, Trabajo y Previsión Social, Reforma y Pesca. El Director General del Instituto Nacional de Antropología, tendrá el carácter de invitado permanente. Por cada integrante de la Comisión se designará un suplente. La finalidad de esta comisión es atender y resolver todo lo relacionado con las competencias de dos o más dependencias del Ejecutivo Federal.

Artículo 18. La Secretaría, conjuntamente con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología y con la participación de los Gobiernos Estatales y Municipales, pro-

moverá la determinación de zonas de desarrollo turístico prioritario, a efecto de que se expidan las declaraciones de uso del suelo turístico en los términos de las leyes respectivas, para crear o ampliar centros de desarrollo turístico. Cuando proceda, se recabará la opinión de la Secretaría de la Reforma Agraria.

Artículo 23. La Secretaría promoverá, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, el establecimiento de escuelas y centros de educación y capacitación para la formación de profesionales y técnicos en las ramas de actividad turística. Asimismo, coadyuvará en la elaboración de programas de estudios y apoyará la realización de investigaciones en la materia, previa clasificación de necesidades profesionales y de ocupación turística.

Artículo 25. Conjuntamente con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, la Secretaría participará en los programas de capacitación y adiestramiento destinados a trabajadores y empleados de establecimientos en los que se presten servicios turísticos, en los términos de la Ley Federal del Trabajo.

Artículo 35. La Secretaría, cuando se trate de inversión extranjera que concorra en proyectos de desarrollo turístico o en el establecimiento de servicios turísticos, emitirá su opinión ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en los términos de las leyes respectivas.

Artículo 43. La Secretaría promoverá, coordinará y llevará a cabo programas de Turismo Social, a través de los cuales los grupos obreros, campesinos, infantiles,

juveniles, estudiantiles, magisteriales, burocráticos, de trabajadores no asalariados y otros similares, tengan acceso a los atractivos y servicios turísticos existentes en el país.

Artículo 46. La Secretaría suscribirá acuerdos con Prestadores de Servicios Turísticos, por medio de los cuales se determinen precios y tarifas reducidos, para los programas de Turismo Social.

Artículo 49. Las organizaciones sindicales de obreros y campesinos, así como las agrupaciones populares, podrán solicitar asistencia y asesoría a la Secretaría, y ésta proporcionará dicho servicio en el momento requerido para el desarrollo de sus actividades en materia de Turismo Social.

Artículo 50. La Secretaría propondrá programas de intercambio internacional en materia de Turismo Social, a fin de consolidar los principios de solidaridad entre todos los pueblos.

Artículo 61. Los prestadores de Servicios Turísticos deberán solicitar de la Secretaría la autorización de sus precios y tarifas, los que únicamente podrán ser aplicados cuando se expida por escrito la autorización respectiva. Las solicitudes que presenten los Prestadores se acompañarán de los documentos que señalen los reglamentos respectivos. La Secretaría deberá resolver dichas solicitudes dentro del término de 45 días. Se exceptúan de lo anterior los servicios de transporte, cuyas tarifas serán fijadas por las autoridades competentes, previa opinión de la Secretaría.

Artículo 71. Son obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos:

- I. Proporcionar los bienes y servicios que ofrezcan a los turistas, en los términos convenidos y de conformidad con lo dispuesto en esta Ley y en sus Reglamentos;
- II. Revalidar la Cédula Turística o Credencial, según corresponda, con la periodicidad que para cada tipo de servicio turístico establezcan los Reglamentos;
- III. Aplicar los precios y tarifas autorizados por la Secretaría, con la salvedad a que alude el Artículo 61, hacerlos del conocimiento del público en forma visible y expedir, a solicitud de los usuarios, copia detallada en la factura, nota de consumo o documento que ampare los cobros realizados por la prestación del servicio;
- IV. Colaborar con la Secretaría en los programas de fomento y de Turismo Social que lleve a cabo;
- V. Comunicar a la Secretaría los cambios de nombre o razón social del establecimiento, de propietario o de domicilio, así como cualquier modificación en los servicios que presten;
- VI. Garantizar el cumplimiento de las condiciones en que se ofrezcan los servicios, mediante el otorgamiento de fianzas, así como contratar los seguros que se requieran, de acuerdo con las modalidades y términos que establezcan los Reglamentos;

- VII. Proporcionar a la Secretaría los datos y la información que se les solicite relativa a su actividad turística y prestar a la Secretaría el auxilio y las facilidades que procedan;
- VIII. Contar con un libro de registro, debidamente autorizado por la Secretaría, para la recepción de quejas;
- IX. Organizarse en forma representativa para los efectos de esta Ley, de conformidad a lo dispuesto por los Reglamentos respectivos;
- X. Capacitar a sus trabajadores y empleados, en los términos de las leyes respectivas en coordinación con la Secretaría, de tal manera que la capacitación que reciba el trabajador constituya la realización de su derecho para mejorar su nivel técnico o profesional;
- XI. Emplear destacadamente el idioma nacional en las leyendas que anuncien al público su razón social, denominación o servicios que presten, sin perjuicio del uso de otros idiomas, y
- XII. Realizar su publicidad, preservando la dignidad nacional, sin alteraciones de la cultura e informar con veracidad sobre los servicios que ofrezcan.

Artículo 72. La Secretaría, por medio de disposiciones generales, podrá exceptuar de la consideración de servicios turísticos a que se refiere el Artículo 4o., a los Restaurantes, Cafeterías, Bares, Centros Nocturnos y Similares cuya actividad no esté directa-

mente vinculada al turismo,

Artículo 77. La Secretaría, en su carácter de dependencia responsable de asistir, auxiliar y proteger a los turistas, intervendrá en las controversias que se susciten entre éstos y los prestadores de servicios turísticos. De igual forma, los asistirá cuando se hayan cometido violaciones a la presente Ley o a sus Reglamentos que afecten intereses de los turistas o de los prestadores, canalizando el asunto a la autoridad competente y, en su caso, constituyéndose en coadyuvante del Ministerio Público.

Artículo 87. Las visitas de verificación se practicarán en días y horas hábiles, por personal expresamente autorizado por la Secretaría, previa identificación y exhibición de la orden de verificación respectiva, la que deberá ser expedida por la autoridad competente, de conformidad con el Reglamento Interior de la propia Secretaría. Sin embargo, podrán practicarse visitas en días y horas inhábiles, en aquellos casos en que el tipo y la naturaleza de los servicios turísticos así lo requieren, pero dentro del horario del funcionamiento autorizado para el establecimiento.

Artículo 99. El infractor que en un plazo de dos años reincida en una misma violación a lo establecido en esta Ley y las disposiciones que de ella se derivan, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión. Si dentro de ese mismo término reincide de nueva cuenta, se le podrá imponer hasta dos tantos del importe de la segunda multa y si a pesar de ello reincide, se le podrá cancelar.

la Cédula Turística o la Credencial, según sea el caso.

Artículo 100. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, la Secretaría podrá ordenar en cualquier momento la clausura de un establecimiento - en el que se presten servicios turísticos, cuando a su juicio la gravedad de la infracción atente - contra los intereses turísticos nacionales, de -- conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial Turístico, así como en los casos en que se violen los precios o tarifas autorizadas por la Secretaría, o cuando un prestador opere sin la Cédula Turística correspondiente.

Considero muy loable la actitud tomada por el gobierno de nuestro país, ya que con esta nueva Ley se pondrá fin de una vez por todas a los abusos cometidos por los prestadores de servicios turísticos, lo cual redundará en beneficio del sector turismo y, por ende, para los usuarios tanto nacionales como extranjeros. Con tales medidas, nuestro turismo se desarrollará todavía más en bien de la economía nacional, puesto que esta actividad sigue siendo la segunda -- fuente de divisas más importante de México.

En forma paralela a la Ley Federal de Turismo, tenemos a la Procuraduría Federal del Consumidor como organismo descentralizado de servicio social, con funciones de autoridad, con personalidad jurídica y patrimonio propio, para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora.

Haga alusión a este organismo porque el mismo considera a los turistas, en última instancia, como consumidores.

Mencionaré algunos artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor que estimo congruentes, para una mejor comprensión de lo mencionado.

Artículo 1o. Las disposiciones de esta Ley regirán en toda la República y son de orden público e interés social. Son irrenunciables por los consumidores y serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario.

La aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de la presente Ley, a falta de competencia específica de determinada dependencia del Ejecutivo Federal, corresponderán a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Se consideran órganos auxiliares para tal efecto toda clase de autoridades federales, estatales y municipales.

Artículo 2o. Quedan obligados al cumplimiento de esta Ley: Los Comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de productos, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores.

Artículo 3o. Para los efectos de esta Ley, por consumidor se entiende a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio. Por proveedores, a las personas físicas o morales a que se refiere el artículo 2o.



Artículo 50. Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios informar veraz y suficientemente al consumidor. Se prohíbe, en consecuencia, la publicidad, las leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componente, usos, características y propiedades de toda clase de productos o servicios.

Artículo 59. La Procuraduría Federal del Consumidor tiene las siguientes atribuciones:

- I. Representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridades administrativas, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan, encaminados a proteger el interés del consumidor;
- II. Representar colectivamente a los consumidores en cuanto tales, ante entidades u organismos privados y ante los proveedores de bienes y prestadores de servicios;
- IV. Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección del consumidor;
- V.- Proporcionar asesoría gratuita a los consumidores;
- VI. Denunciar ante las autoridades competentes los casos de violación de precios, normas de calidad, peso, medida y otras características de los productos y servicios, que lleguen a su conocimiento; etc.

Con lo expuesto, quiero recalcar la gran coherencia que existe entre la Ley Federal de Turismo y la Ley Fede

ral de Protección al Consumidor y sus respectivos organismos - (Secretaría de Turismo y Procuraduría Federal del Consumidor), encargados de vigilar que se cumplan correctamente las disposiciones jurídicas respectivas, para bien de todos los turistas, que como lo he expresado, efectivamente son consumidores de bienes y/o servicios.

#### LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL.

Esta ley establece las bases de organización de la administración pública federal, centralizada y paraestatal.

Dentro de la administración pública federal centralizada se encuentran las Secretarías de Estado, de las cuales nos interesa conocer las facultades de la Secretaría de Turismo, consignadas en el Artículo 42 de la presente Ley.

Así tenemos que a esta Secretaría le corresponde atender los siguientes asuntos que estimo más importantes:

- I. Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional;
- II. Promover en coordinación con las entidades federativas las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología la declaración respectiva;
- III. Participar con voz y voto en las comisiones Consultivas 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 Secretaría 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. Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las leyes y reglamentos; y participar con la Secretaría 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;
- VII. Vigilar con el apoyo de las autoridades estatales y municipales, la correcta aplicación de los precios y tarifas autorizados o registrados y la prestación de los servicios turísticos, conforme a las disposiciones legales aplicables, en los términos autorizados o en la forma en que se hayan contratado;
- X. Regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y vigilar su cumplimiento, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal y con las autoridades estatales y municipales;
- XI. Promover y facilitar el intercambio y desarrollo -

turístico en el exterior, en coordinación con la -  
Secretaría de Relaciones Exteriores;

- XII. Promover, y en su caso, organizar en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, la capacitación, investigación y el desarrollo tecnológico en materia turística;
- XIV. Promover, coordinar, y en su caso, organizar los - espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y - folklóricos de carácter oficial, para atracción tu - rística;
- XV. Fijar y en su caso, modificar las categorías de -- los prestadores de servicios turísticos por ramas;
- XIX. Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la - infraestructura turística y estimular la participa - ción de los sectores social y privado;
- XX. Fijar e imponer, de acuerdo a las leyes y reglamentos, el tipo y monto de las sanciones por el incumplimiento y violación de las disposiciones en materia turística.

En mi opinión, estos son los aspectos más importantes a los que se les debe dar mayor prioridad, para que el - turismo en México adquiriera un mayor auge, y por consecuencia, se desarrolle aún más y mejor la actividad turística para -- bien de todos los nacionales.

## C A P I T U L O    I V .

### Í N S T R U M E N T O S   Y   O R G A N I S M O S   D E   F O M E N T O   A   L A   A C T I V I D A D T U R I S T I C A .

#### A)   P R O M O C I O N   T U R I S T I C A .

Es pertinente hacer una distinción entre la promoción que se dirige a la Industria Turística, la cual requiere de una mayor tecnificación, pues su ámbito de acción es más amplio, y la promoción enfocada hacia la Corriente Turística, que tiene un mayor interés para nosotros, es a la que me voy a referir.

La Promoción Turística se define como: "El conjunto de acciones o instrumentos que aceleran el proceso de nacimiento, desarrollo o incremento, bien sea de la industria de servicios o de la corriente turística, en un determinado lugar". (19)

#### CLASES DE PROMOCION.

Se puede mencionar que existen dos clases de promoción:

- I.   P R O M O C I O N   I N M E D I A T A .   Es aquella que se esperan -- sus resultados dentro de un corto y limitado período de tiempo.
  
- II.   P R O M O C I O N   M E D I A T A .   Es aquella en la cual sus resultados se esperan a largo plazo.

(19) INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS. "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo" México, 1974, p. 82.

## FASES DE LA PROMOCION.

Se encuentran cuatro fases fundamentales:

- I. PLANEACION
- II. PROGRAMA
- III. REALIZACION
- IV. EVALUACION

I. PLANEACION. Dentro de ésta, existen varios pasos que se toman en consideración como:

- a) La recopilación de datos acerca de lo que se va a promover. Si se desea promover en un lugar determinado sus recursos turísticos o sus servicios, es menester, conocer ampliamente los factores que intervienen y su ubicación.
- b) Investigación de Mercados. Se requiere hacer una investigación, para que se conozcan las características de la competencia, y nuestras posibilidades de salir avante frente a ella.

En esta investigación de mercados, se deben tomar en cuenta las necesidades tanto del consumidor como del productor. (Aquí se puede observar la relación que existe entre la promoción y la publicidad). Desde el punto de vista turístico, el productor sería la industria turística (los que producen servicios), y el consumidor la corriente turística. El lazo de unión entre productores y consumidores sería la promoción y los distribuidores, que dentro de la Industria Turística son las Agencias de Viajes.

Cuando se pretenda realizar una promoción turística, se debe aprovechar el lazo de unión (Agencia de Viajes), para llegar hasta el consumidor y hacer de su conocimiento las características de la promoción y los servicios que se están -- promoviendo.

Una investigación de mercados que se enfoque desde el punto de vista del productor y del consumidor, nos va a -- dar las bases necesarias para saber:

1. Dónde se va a realizar la promoción. Cuál es el lugar indicado donde se efectuará esa promoción y publicidad, para que la corriente turística tenga conocimiento de la promoción llevada a cabo.
2. Cómo se va a realizar esa promoción. O sea, qué -- instrumentos y acciones son las más apropiadas para que se desarrolle e incremente la corriente turistica, y los medios publicitarios que se van a utilizar para dar a conocer ese lugar.
3. Cuándo se llevará a cabo la promoción. Aquí se tiene en consideración la temporada más conveniente para ofrecer determinados aspectos: Clima, recursos naturales, costumbres, folklore, mjo es servicios y otros; y la época en que se realizará la campaña publicitaria para dar a conocer la promoción efectuada y así tenga ésta una mayor efectividad.
4. Para quienes se piensa enfocar esa promoción, a través de la publicidad. Se toma en cuenta el sexo, -nacionalidad, ideología y extractos sociales. Este punto está intimamente relacionado con los medios -publicitarios, por medio de los cuales se puede llegar a las personas interesadas.

5. Por qué determinado círculo social o simplemente una persona fué motivada a dirigirse a determinado sitio, el medio que influyó y en qué forma. La motivación que se produzca en el turista debe ser clara y práctica, en el aspecto económico esencialmente, es decir, que el medio que se emplee cuente con todos los requisitos necesarios.
6. La cantidad de acciones e instrumentos que fueron necesarios para realizar esa promoción, y el número de medios que se utilizarán para efectuar o llevar a cabo una buena campaña publicitaria.

#### COMPETENCIA TURISTICA INTERNACIONAL.

El siguiente paso, después de haber tomado en cuenta los puntos anteriores, es hacer un estudio de la competencia que existe entre la oferta y la demanda. Otra característica de la Industria Turística además de la venta de sus recursos y servicios, es la venta de productos y artesanías típicas.

Entre los competidores alternantes de nuestro país, encontramos algunos países como los de América Central y del Sur, y de los países europeos como España, Francia, Inglaterra, etc. Existe entre todos estos países una similitud en los servicios, recursos, transportes y en términos generales en ciertos factores turísticos determinantes, aunque claro está, cada uno de estos países cuenta con sus propias características, tradiciones, etc.

En base a lo anterior, se pueden obtener conclusiones sobre:



1. Los servicios que son producidos por la competencia, y nuestras posibilidades frente a la misma.
2. La Corriente turística. Tomando en cuenta las características de las personas que integran dicha corriente y su potencialidad.

Cabe señalar la distinción entre:

- a) Corriente turística Activa. Que es el número de personas que teniendo las posibilidades económicas y estado de ánimo de viajar han sido motivadas o estimuladas para visitar un lugar determinado; y la
  - b) Corriente turística Potencial. Integrada por el número de personas que teniendo las posibilidades económicas y estado de ánimo para viajar hacia un lugar, no han efectuado el viaje, porque no se les proporcionó el estímulo necesario.
3. La promoción, la publicidad y los medios que deben emplearse para llegar a una mayor efectividad.

Determinados estos puntos, se llevan a cabo los siguientes:

- a) Delimitar la Corriente Turística para la que se va a dirigir o realizar la promoción. En esta investigación se deben conocer los factores que integran el sector turístico como: Servicios existentes, - su calidad, los transportes, recursos, y en totalidad otros tipos de promociones existentes.

- b) Señalamiento preciso del objetivo. Se debe delimitar qué es lo que se quiere o persigue.
- c) Instrumentos con que se cuenta para hacer la promoción. Aquí entra el aspecto económico, o sea, la cantidad de dinero con que se cuenta para realizar la promoción.

Debe efectuarse un estudio profundo de los medios que se empleen.

- d) Organización del organismo responsable del programa promocional. El organismo que vaya a efectuar la promoción, debe contar con una completa armonía para que pueda llevar a cabo la labor que desempeña, y así pueda obtener un resultado positivo en forma exitosa.

Dentro de la planeación, se deben estudiar los elementos subjetivos que influyen en el turista, pudiéndose distinguir tres elementos primordiales:

1. Descubrir lo que el turista puede querer o llamarle la atención.
2. Encontrar los medios más efectivos para influir en su ánimo para que visite determinado lugar.
3. Buscar incentivos que muevan al turista a aumentar su permanencia o retorno al lugar que visito.

II. PROGRAMA. En esta segunda fase, entra la selección de lo representativo que hay que ofrecer. Cabe señalar los medios económicos con que se cuenta para realizarlo;

los medios a través de los cuales se va a efectuar la promoción, cómo se va a llevar a cabo, en que temporada y para quienes se realizará. Siempre se buscará que los medios -- utilizados sean los más apropiados.

III. REALIZACION. Esta fase consiste en la ejecución del programa. Basándose en la programación y procurando tomar en cuenta lo que sucede dentro del campo de acción para mejorar el programa.

IV. EVALUACION. (Aquí entra la evaluación del sistema de ventas promocionales). En esta fase se calculará el costo de la promoción, para ver si desde el punto de vista económico, los resultados obtenidos fueron o no favorables. Además de hacer una comparación clara y precisa de los resultados totales, con los objetivos buscados.

A través de la Evaluación, podemos apreciar y valorar si la promoción realizada estuvo bien planificada, -- programada y efectuada.

Expondré a continuación un cuadro sintético dentro de la primera fase (Planeación), respecto a la investigación de Mercados, por estimarlo muy importante para un mejor desarrollo y efectividad de nuestra actividad turística; y por otra parte, para que se comprenda la trascendencia de esta investigación.

INVESTIGACION DE MERCADOS.

DE DONDE.- Origen de la Corriente Turística.

COMO.- Medios. Ejemplo: Hoteles.

CUANDO.- Temporada.

QUIENES.- Características Personales

POR QUE.- Motivación

EN QUE CANTIDAD.- Potencialidad,

I  
I  
I

I  
I  
I

VENDEN Recursos o  
Servicios.

COMPRAN

I  
I  
I  
I  
I  
I

Competidores

Alternantes  
Nuestros.

I  
I  
I  
I  
I  
I

Estudio de los  
Servicios y Re-  
cursos. (20)

Estudio de la  
Corriente Turís-  
tica.

Estudio de los  
Ramales de Dis-  
tribución.

Estudios  
Publicita-  
rios.

(20) Idem.

## B) FINANCIAMIENTO A LA ACTIVIDAD TURISTICA.

El Lic. Armando Herrerías, menciona que el financiamiento del desarrollo turístico de los países receptores de corrientes turísticas extranjeras, se puede realizar a través de tres medios:

1. Por medio de los inversionistas particulares y las Instituciones de Crédito. Los recursos que se utilizan se van a liquidar por sí mismos;
2. A través de fondos públicos. Por conducto de recursos no recuperables por sí mismos; y
3. Combinando tanto fondos públicos como privados. Estos recursos se van liquidando por sí mismos en forma parcial.

En la gran mayoría de los países, las facilidades que no son recuperables por sí mismas, éstas son pagadas con fondos aportados por el gobierno. Las facilidades que son liquidables por sí mismas son financiadas por fondos aportados por la iniciativa privada, aunque sin embargo, existen excepciones a estas generalidades.

Los dos principales problemas que afrontan muchos países, a los que México no es la excepción, son los siguientes:

- A) ¿Cuánto costará el manejo de una eficiente organización de desarrollo turístico, y quién pagará por éllo?

B) ¿Cuánto costará la construcción de suficientes alojamientos de primera categoría y quiénes sufragarán el gasto, de donde obtendrán el dinero y por qué?

En este estudio, es necesario hacer hincapié sobre la importancia de formular programas de turismo, las cuales se deben basar en una cooperación estrecha entre el gobierno y la iniciativa privada.

Por lo que respecta al gobierno, éste debe de aportar mayores fondos que los que aporte la iniciativa privada; debe evitar cobrar impuestos excesivos a los prestadores de servicios turísticos, puesto que si no lo hace, esto traerá como consecuencia que se desalienten, lo que redundará en perjuicio de nuestro desarrollo turístico. Se les debe dar estímulos fiscales para que se avoquen a crear más y mejores servicios turísticos. Las facilidades que otorgue el gobierno, las recuperará obteniendo mayores reingresos, ya que es por medio del aspecto impositivo como las obtendrá.

La fuente precisa a la que recurren los gobiernos para financiar el desarrollo turístico es la aportación directa. Es obvio que los gobiernos gasten grandes sumas con la finalidad de obtener más reingresos, sin embargo, es aconsejable que tales impuestos directos se eviten, ya que los impuestos principales, impuestos de internación y otros impuestos directos sobre los turistas, además de ser inadecuados como medios para lograr el suficiente ingreso para que se puedan llevar a cabo los programas, tienden a reducir y acabar con el turismo, por cada dólar que el gobierno obtiene por estos procedimientos de impuestos directos, se corre el riesgo de perder 29 dólares.

Nuestro país ha permitido que se exporten un número

mayor de artículos, para que los turistas los lleven consigo; también ha reducido el costo de las tarjetas de turistas que entran por algunos días al país. Esto muestra que el gobierno ha adquirido conciencia respecto a lo expuesto anteriormente, aunque no ha sido suficiente.

Existen otras formas por medio de las cuales el gobierno puede financiar una parte del programa del desarrollo turístico, sin recurrir a la aportación de impuestos directos. Por ejemplo: puede decidir invertir a largo plazo una cantidad para establecer una atracción turística permanente, lo cual lo puede hacer directamente como una operación gubernamental, o indirectamente, haciendo un préstamo a una organización privada. Así tenemos en México como primer caso, el Programa Nacional Fronterizo o el Museo Nacional de Antropología e Historia de Chapultepec; como segundo ejemplo: serían los préstamos para construir hotelés por medio del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

En cualquier situación, el proyecto se podría incorporar en un programa de desarrollo turístico. (21)

Con respecto al financiamiento del Turismo, propongo que se financié, aún más, al Turismo Social, que como debemos recordar es: "El proceso de los servicios públicos y privados, mediante los cuales se otorgan facilidades para que las personas de escasos recursos, viajen con fines recreativos, de esparcimiento, cultura, y dentro de las mejores condiciones posibles de economía, seguridad y comodidad". (22)

(21) Herrerías, Armando, "El financiamiento en la Industria Turística Mexicana. Actualidad, efectos y problemática", México, Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, 1982, pp. 3-6.

(22) Departamento de Turismo, Op. Cit., p. 46. (De las acepciones que consulté, ésta me parece más accesible para comprender en que consiste el Turismo Social).

Como se puede apreciar, este tipo de turismo surge de la imperiosa necesidad de otorgar un descuento que sirva de estímulo para que durante el tiempo libre de los trabajadores, éstos puedan viajar.

Para que se pueda dar el Turismo Social, es menester que se den ciertas condiciones como:

- a) Tiempo libre y retribuido.
- b) Transporte y alojamiento a precios reducidos.
- c) Libertad de elección del lugar de vacaciones.
- d) Libertad para el empleo del tiempo libre.

En el primer punto, considero que la gran mayoría de trabajadores de nuestro país gozan de este aspecto.

En el segundo caso, se puede llevar a cabo siempre y cuando el gobierno conceda estímulos a las empresas de transporte y establecimientos que acepten este turismo. Los incentivos pueden ser: Exención de impuestos, subsidios, créditos, etc.

Los puntos tercero y cuarto, se refieren a la libertad que deben tener los trabajadores para su actividad vacacional.

Desafortunadamente, los descuentos que se aplican son concedidos en temporadas bajas, suscitándose como principal problema del Turismo Social los precios, ya que éstos se vinculan con el escalonamiento de las vacaciones.



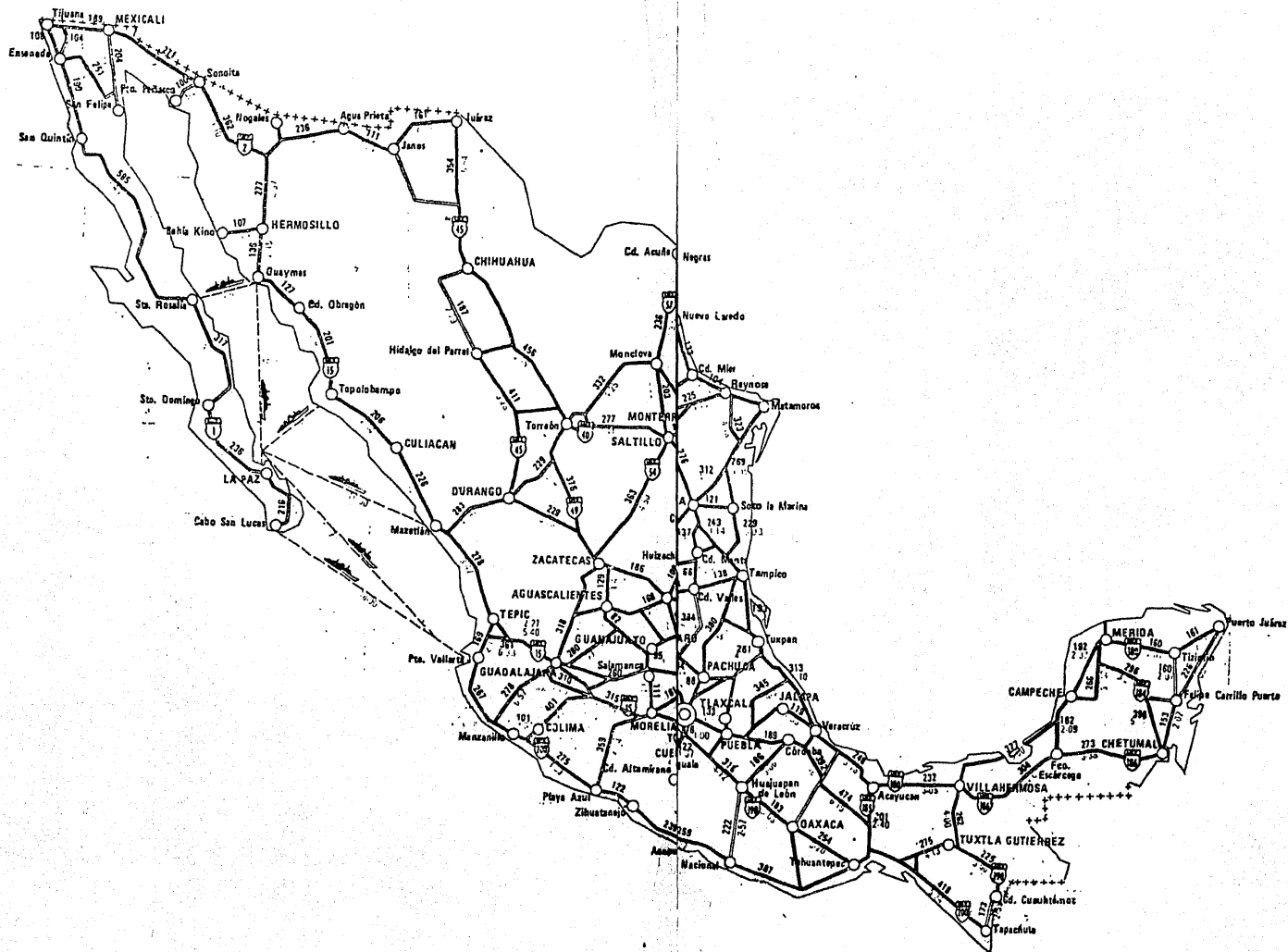
En México, el Turismo Social surge como consecuencia de una justa distribución de la riqueza. El derecho al tiempo libre es una conquista obtenida por los trabajadores, para que lo puedan disfrutar como recreo.

El derecho obtenido, va reivindicar a los trabajadores, dándosele el sentido humanista que inspiró los derechos sociales consignados en el Artículo 123 Constitucional. La finalidad de este derecho, es que los trabajadores recuperen su capacidad física y mental, permitiéndoles a la vez su integración familiar y social.

El Turismo Social, aunado al Turismo Educativo y Escolar, coadyuvarán sin lugar a dudas para que se adquiera una identidad nacional, puesto que permitirá conocer nuestro país, sus costumbres, folklore, danzas, etc., en estos momentos tan críticos en los cuales parece (si no es que ya) se está perdiendo la identidad nacional. Primero debemos conocer el país, para que nos identifiquemos como mexicanos y -- así podremos comprender y resolver los problemas que nos aquejan.

No se debe considerar al Turismo Social como de segunda clase, pues su finalidad que persigue es que el usuario pague lo justo, al eliminar los gastos y lujos superfluos.

Debe mencionarse que este Turismo en el aspecto -- económico, crea incentivos a la inversión, produce el desarrollo integral en las distintas regiones del país. Por -- otra parte, al utilizar campañas de motivación y concientización, además de limitar la fuga de divisas, contribuye al -- equilibrio económico de México. En el sector cultural, propicia que se eleve el nivel educativo tanto en la persona de escasos conocimientos como en aquella que ha buscado su espe



cialización. Provoca fenómenos sociales de gran trascendencia como: La integración de nuestra raza y la protección y conservación de la célula más importante de la sociedad que es la familia.

#### ORGANISMOS PROMOTORES DEL TURISMO SOCIAL.

Se debe destacar que el crédito turístico social aún no existe entre los organismos promotores de dicho turismo. Entre éstos se encuentra el proyecto para que se pueda otorgar el crédito aludido, pero a través de otros organismos dedicados al crédito.

En la actualidad, el Turismo Social se promueve a base de descuentos otorgados por los organismos promotores de éste. El descuento permite que las tarifas de hoteles, restaurantes ubicados en lugares turísticos, sean menores -- que las normales, lo cual hace más accesible económicamente a los trabajadores o personas de escasos recursos económicos.

Posteriormente, mencionaré algunos organismos que se ocupan de este tipo de turismo, como: CONACURT (Consejo Nacional de Cultura y Recreación para los Trabajadores), --- FONACOT (Fondo Nacional de Fomento y Garantía para el Trabajador y su Familia), CREA (Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud).

#### C O N A C U R T .

Este organismo que fué creado en Julio de 1975, -- tiene como funciones principales: Elevar los niveles de bienestar de los trabajadores y sus familias, por medio de la cultura y la recreación, orienta en la utilización del tiempo libre tanto del trabajador como de su familia.

Su objetivo principal es por lo tanto: Promover la cultura y recreación entre los trabajadores, la cual se realiza con la ayuda de los sindicatos a través de este organismo.

Con la finalidad de que pueden aprovechar los trabajadores sus días de descanso, fines de semana y vacaciones, el CONACURT, ha creado la Tarjeta de Descuento CONACURT, con la cual los trabajadores obtienen a menor costo del normal, servicios de cultura, recreación y turísticos.

Esta tarjeta la puede obtener cualquier trabajador en las oficinas de CONACURT, es válida para el trabajador y su familia; la puede utilizar sólo en servicios afiliados y en las temporadas señaladas en los mismos.

El que posee esta tarjeta tiene que hacer sus reservaciones directamente en el Hotel solicitado con anticipación y bajo las condiciones que el propio establecimiento estipule.

El importe de los servicios prestados, deberá liquidarse inmediatamente y en efectivo en el lugar donde se dá el servicio. El descuento que se otorga va de un 5% a un 20% según el servicio de que se trate.

Además de la tarjeta de descuento, el CONACURT -- otorga asesoramiento cuando el trabajador desea viajar en forma individual; elabora su itinerario, buscándole alojamiento y demás servicios solicitados a menor costo.

El trabajador debe llenar una solicitud en la que anotará todos sus datos personales, así como el servicio que desea y el sueldo mensual que percibe, para que pueda ser -- asesorado.

Es pertinente aclarar que en este tipo de itinerario individual, el CONACURT, no proporciona transportación de ninguna clase, sólomente la concede cuando se trata de grupos.

### F O N A C O T .

Uno de los principales objetivos del Fondo Nacional de Fomento y Garantía para el Trabajador y su Familia (FONACOT), es el de proteger la capacidad adquisitiva del salario de los trabajadores a través del otorgamiento de créditos, para la adquisición de bienes y utilización de servicios considerando al turismo en esta parte.

El turismo permite al trabajador su integración física, mental y familiar. Por tal motivo, el FONACOT a través de su estructura financiera ha decidido otorgar créditos a los trabajadores para que éstos se beneficien al máximo de los programas de Turismo Social.

En octubre de 1977 se inicia este otorgamiento de créditos a los mismos, para que en forma individual o familiar puedan disfrutar de nuestro patrimonio turístico.

Este organismo, cuenta con el apoyo de las agencias de viajes afiliadas a él, para la elaboración de paquetes atractivos para los trabajadores, adecuados a las posibilidades económicas de éstos.

Las agencias afiliadas al FONACOT, son:

- a) Viajes Atlanta;
- b) Destino Plus, S.A.;

- c) Turismo de Oriente, A.D.O.;
- d) Sociedad Cooperativa de Turismo Social; y
- e) CREA (Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud).

Para la obtención del crédito, el trabajador tiene que llenar una solicitud de afiliación, la cual puede ser adquirida en el sindicato de la empresa donde labora o en cualquier agencia de viajes afiliada al mencionado organismo.

Los requisitos que debe reunir, son:

1. Tener un año mínimo de antigüedad en la empresa;
2. Ser mayor de 18 años de edad;
3. Ganar de una a cinco veces el salario mínimo general, con un máximo de \$30,000 mensuales; y
4. Presentar la solicitud con todos los datos correspondientes, comprobante de sueldo, credencial del I.M.S.S.

El plazo para que se pague el crédito es de seis, -doce y dieciocho meses, el cual es descontado directamente - del salario del trabajador.

#### C R E A .

El Consejo Nacional de Recursos para la Atención - de la Juventud (CREA), es un organismo público, cuya función más importante es conocer a la juventud, convertirse en un -

organismo dedicado especialmente al conocimiento juvenil, para que a partir de éste, le pueda proporcionar al Ejecutivo Federal sugerencias para mejorar sus proyectos.

Este Consejo se encarga de coordinar y promover programas que en favor de la juventud realizan las diferentes Instituciones Públicas y privadas; tiene la finalidad de proporcionar a los jóvenes la información que les permita obtener a bajo precio, bienes de consumo necesario para fomentar su acceso a servicios que contribuyen a elevar su nivel de preparación.

Actualmente, el CREA cuenta con una Agencia de Viajes para el Turismo Social Juvenil, la cual otorga asesoramiento a los jóvenes que desean viajar; programa viajes en forma grupal únicamente, a diferentes países, así como dentro de la República Mexicana.

Esta agencia trabaja en base a precios reducidos de acuerdo con los contratos preestablecidos con los prestadores de servicios turísticos.

El único crédito que ofrece la Agencia de Viajes CREA, es por medio del FONACOT (Fondo Nacional de Fomento y Garantía para el Trabajador y su Familia).

Para boletos aéreos, dicha Agencia hace la reserva, y si se paga con la Tarjeta de Descuento CREA, entonces, la persona interesada tendrá que ir directamente a la línea aérea correspondiente para que se le otorgue su descuento.

La Agencia de Viajes CREA no proporciona transportación marítima; en cuanto a transportación por ferrocarril, só lamente en la U.R.S.S., y en México, en la línea férrea Chihuahua-Pacífico.

En el interior del país, cuenta con 18 albergues juveniles situados en los centros turísticos más importantes del mismo, como: Cancún, La Paz, Cuautla, Chetumal, Distrito Federal, etc.

La única restricción que tiene la Agencia para proporcionar sus servicios, es que las personas sean mayores de 18 años y menores de 35 para viajes internacionales; para viajes nacionales, que sean mayores de 12 años y menores de 35. (23)

---

(23) Juárez Casimiro, Juana Q. y Muñoz LLamas, A. Tesis: "Financiamiento para el Turismo Social en México", México, Escuela Mexicana de Turismo, 1981, pp. 1-20.



### C) EDUCACION TURISTICA.

Héctor Manuel Romero, al respecto menciona: "Conciencia Turística es la actividad mental adecuada que debe normar nuestros actos, individuales y colectivos, y que debe operar en tres sentidos: en nuestras relaciones y contactos con los turistas; ante quienes suministran los servicios turísticos y en la que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico". (24)

Con respecto a los turistas, el trato que se les brinde debe ser amable, cortés, absoluta honradez y equidad en las transacciones comerciales que se efectúen con los mismos. O sea, debemos estar conscientes del bien que se les puede hacer y del mal que podemos evitar, claro está, dentro de la dignidad, y acorde con el sentido de hospitalidad mexicana sin llegar al servilismo.

El respeto que se le debe dar al turista extranjero, supone no despreciarlo, no abandonarlo cuando se encuentre necesitado, lo cual implica tener buena educación, comprensión, simpatía, atenciones. Con esto se demuestra que se tiene el sentido congruente de nuestros intereses. No hay que olvidar que en este aspecto, el turista tiene ventaja sobre el país receptor, ya que visitará aquel país que le brinde buenas atenciones durante su estancia en el mismo.

El trato humano que se le brinde al turista debe comenzar en la frontera misma, puesto que es muy importante la primera impresión que recibe. Debe existir una capacidad especial para todas aquellas personas que de una forma u otra tienen contacto con los visitantes.

Se debe impartir una educación turística a todos los habitantes del país receptor, no solamente a los que laboran en los servicios turísticos.

También debe evitarse la actitud huraña y recelosa de quienes no han superado sus formas de vida acostumbrada, así como la actitud cínica del que solo ve en el turista, sea nacional o extranjero, una presa por devorar.

La población en general, cuando se habitúa a recibir extranjeros no los debe observar con indiferencia o como negocio, sino que éstos sientan la hospitalidad y calor humano de nuestros connacionales.

Sin embargo, la creación de la conciencia turística no es tarea rápida ni fácil ni carente de problemas. Pero es necesario e imperativo fomentarla, debemos contrarrestarla a través de los diversos medios de comunicación masiva, para asegurar la penetración de los mensajes dentro del receptivo y sensible universo psicológico de los mexicanos. A estos medios se les deben añadir otros que pueden producir efectos más duraderos y eficientes: Las aulas escolares, donde se debe impartir educación turística como medio para alcanzar los siguientes objetivos:

- a) En la educación primaria. Formación de la conciencia turística como parte de la educación cívica y la práctica del turismo escolar;
- b) En el nivel medio escolar. Afianzamiento de la conciencia turística, práctica del turismo e información sobre las profesiones turísticas como parte de la orientación vocacional;

- c) En la enseñanza media superior y escuelas especializadas. Aprendizaje de los fines, sistemas y operaciones de las empresas de turismo y capacitación para el servicio de los mismos;
- d) En la enseñanza superior. Divulgar la teoría y doctrina del turismo; definir los métodos y técnicas que se emplearán en las investigaciones del turismo y analizar la teoría y práctica del mismo; y
- e) En las agrupaciones que se dedican o se interesan en actividades cívico-sociales, económicas y culturales. Formar y afianzar la conciencia turística, práctica del turismo y promover las actividades cívicas para un mejor desarrollo del turismo.

#### OBJETIVO DE LA CIENCIA TURISTICA.

El autor mencionado, hace alusión a las reflexiones de Abel Quezada (Caricaturista) en este punto, y nos dice:

Si el hombre es la medida de todas las cosas, cada mexicano es, ante el turista, la medida exacta de México. Se debe trabajar honestamente para el turismo si queremos que éste trabaje permanentemente para México. En el país de origen del turista extranjero (sea rico o pobre éste), su opinión cuenta respecto del trato que se le otorgue en nuestro país, por lo tanto, se les debe tratar con idéntica cortesía.

Los turistas captan esta situación en su memoria, por ende, hay que procurar que se lleven recuerdos -- agradables. El mejor elogio que los turistas extranjeros pueden hacer de México, es que vuelvan a visitarnos. Para que un país tenga prestigio turístico, se requiere de un gran esfuerzo económico y mucha promoción; para desacreditarlo basta un error. ¡No lo cometamos! (25)

(25) Ibidem. pp. 97-98.

D) ORGANISMOS DE FOMENTO AL TURISMO.

La organización turística de México se apoya en dos sectores principales: El sector oficial y el privado.

Así pues, se puede hacer la siguiente división:

- a) Organismos Oficiales.
- b) Organismos Técnicos.
- c) Organismos de servicio social.
- d) Organismos de iniciativa privada.
- e) Organismos financieros.
- f) Industria de servicios.

A) ORGANISMOS OFICIALES:

- 1. Secretaría de Turismo
- 2. Consejo Nacional de Turismo
- 3. Secretarías de Estado relacionadas con esta actividad (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Gobernación), Oficinas de tipo estatal y Oficinas de Turismo en el exterior.

SECRETARIA DE TURISMO.

Como recordaremos, por decreto de fecha 29 de diciembre de 1974, este organismo que fungía como Departamento

Autónomo de Turismo, dependiente del Poder Ejecutivo Federal, fué elevado a la categoría de Secretaría de Estado, lo cual nos muestra el interés del Ejecutivo Federal por impulsar el desarrollo de la actividad turística, y la importancia que ésta tiene.

Esta Secretaría es el órgano del Poder Ejecutivo Federal, mediante el cual, nuestro gobierno en forma permanente se ocupa por el desarrollo del turismo. Atendiendo lo relativo a la reglamentación de servicios turísticos, -- planeación general de actividades, vigilancia del cumplimiento de la legislación, así como ejecutar las directrices y disposiciones de la política turística dictada por el Ejecutivo Federal. También, se encarga de desarrollar las actividades permanentes y normales de fomento de la actividad turística, ya sea en la promoción o incremento de las corrientes turísticas nacionales y extranjeras, o promoviendo y fomentando los servicios públicos y privados de índole tu rístico.

Resumiendo, la Secretaría de Turismo es el organismo permanente mediante el cual se atienden y satisfacen las necesidades directamente relacionadas con la actividad turística de nuestro país.

#### CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.

La creación de este Consejo, (8 de diciembre de 1961), como órgano específico de promoción y fomento del tu rismo; de asesoramiento y consulta en materia turística para el presidente de nuestro país, responde a una vieja tradición administrativa de México, según la cual al lado del órgano central administrativo propiamente dicho, existe una dependencia más ágil en cuanto a su mecanismo interno y su

acción; para que en forma más rápida y acorde con los cambios y necesidades del sector turístico, lo impulse y fomente su desarrollo.

El Consejo Nacional de Turismo, ha realizado una intensa y planeada campaña promocional del turismo externo, con lo cual ha logrado que se incrementen notablemente las corrientes turísticas extranjeras hacia el país; y también que se diversifiquen nuestros mercados. Con sus actividades de fomento técnico ha impulsado el desarrollo general de esta actividad.

Estas fueron las razones por las cuales se creó el órgano mencionado por disposición del Ejecutivo Federal; para que así, concurriera armónicamente con la Secretaría de Turismo al desarrollo dinámico y eficaz de los esfuerzos del Ejecutivo en materia de turismo. Los planes concebidos por la actual administración, eran tan importantes que requerían la constitución de un organismo de este tipo, cuyo establecimiento, como ya se mencionó, ha venido respaldado por una reiterada práctica de política administrativa, que permite la armonización de actividades y esfuerzos entre las diferentes Secretarías de Estado interesadas directamente en materia turística, y del sector privado del turismo.

A lo anterior, se debe la estructura especial que configuraba este organismo, el cual presidido por una persona designada por el Ejecutivo Federal; por representantes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de la Secretaría de Gobernación y por un Vocal representante del sector privado, y para efecto de organización administrativa, de un Secretario del Consejo aludido. O sea, este Consejo se constituya por un Presidente, un Secretario y dos Vocales (uno de la Secretaría de Hacienda y el otro de la Secretaría de Gobernación), -

designados por el Presidente de la República; y por un Vocal designado por el sector privado.

Actualmente, por Decreto de fecha 23 de mayo del año en curso, se abrogó el de fecha 8 de diciembre de 1961 que creó al Consejo Nacional de Turismo.

En este Decreto, se menciona que en la actualidad la Secretaría de Turismo cuenta con la infraestructura administrativa necesaria para promover y fomentar integralmente el desarrollo turístico nacional, así como difundir la imagen turística de México en el extranjero. Y teniendo en consideración la modernización administrativa que se instrumenta dentro de la Administración Pública Federal, es menester que se conjunten los esfuerzos y recursos destinados a la realización de un mismo fin, canalizándolos en las prioridades que exige la planeación del desarrollo nacional; por lo que se estimó conveniente que los programas, actividades y recursos que tenía a su cargo el organismo referido, se traspasen a la Secretaría de Turismo, con la finalidad de que en ésta se concentre la normatividad y ejecución de la promoción, el fomento y el desarrollo turístico.

Para llevar a cabo su objetivo, la Secretaría de Turismo continuará desarrollando las actividades que tenía el Consejo Nacional de Turismo, y operará en coordinación y con el apoyo de la Secretaría de Relaciones Exteriores y representaciones de turismo en el exterior, como lo dispone la Ley Federal de Turismo.

#### B) ORGANISMOS TECNICOS.

Teniendo en consideración que para un sólido desarrollo y especialización de la actividad turística en nuestro



pais, se requeria aplicar una técnica moderna en la materia, los sectores público y privado concurren sus esfuerzos - para crear organismos de carácter técnico en materia turística, encargados de acelerar el proceso de tecnificación del sector turismo.

Así, bajo el patrocinio de las autoridades turísticas y de las organizaciones del sector privado, surgieron estos organismos técnicos de turismo, como parte fundamental de la Organización Turística Mexicana.

Los organismos técnicos creados son: El Patronato de la Escuela Mexicana de Turismo y el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas.

Son organismos que responden a las necesidades urgentes de tecnificar la actividad turística, para hacerla -- más productiva y afrontar con mayor seguridad la solución de los problemas que se plantean en el ámbito de competencia en el mercado internacional del turismo.

#### INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS.

Fue creado por el Consejo Nacional de Turismo el 5 de diciembre de 1962, con apoyo del Departamento de Turismo (hoy Secretaría de Turismo), de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Su función específica, consiste en promover la tecnificación turística en México, mediante estudios socio-económicos permanentes del desarrollo y evolución de la actividad turística, así como difundir las técnicas modernas para

la operación y manejo del fenómeno turístico,

C) ORGANISMOS TECNICOS DE SERVICIO SOCIAL,

Se encuentran representados por la Asociación Mexicana de Turismo, el Club de Viajes PEMEX, la Asociación Mexicana de Caminos y las Asociaciones Automovilísticas AMA (Asociación Mexicana Automovilística) y ANA (Asociación Nacional Automovilística).

Estos organismos están constituidos esencialmente por el sector privado, tienen encomendado velar por una ayuda eficaz al turismo y no tienen en sí una finalidad lucrativa. Los servicios que ofrecen al turista son generales, como: Oficinas de información turística, Centros de Convenciones (promocionan las reuniones masivas de turistas de negocios y facilitan los lugares y medios apropiados), la publicidad impresa y documental que recibe gratuitamente el turista sobre atractivos y servicios turísticos de una localidad, región o país, salas de estar, bares, restaurantes, bancos, etc.

D) ORGANISMOS DE INICIATIVA PRIVADA.

Dentro de éstos se encuentran agrupados: La Asociación Mexicana de Hoteles, de Restaurantes, de Agencias de Viajes, de Guías de turistas, etc. Velan fundamentalmente por los intereses de sus agremiados, orientan las actividades de tipo gremial. Más sin embargo, es inobjetable que -- los esfuerzos que realizan concurren a mejorar los servicios turísticos, y con ello coadyuvan para que se incremente el turismo en nuestro país.

## E) ORGANISMOS FINANCIEROS.

Constituidas esencialmente por los siguientes:

El fideicomiso: Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

El origen de este Fondo, lo encontramos en la fusión de dos instituciones creadas por nuestro gobierno, a -- saber: 1a. Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR) constituido en 1956; tenía como institución fiduciaria a Nacional Financiera, S.A. Su objetivo era otorgar créditos para la construcción y remodelación de cuartos de hoteles; 2a. Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (INFRATUR). Se creó en 1969 como fideicomiso del Banco de México. Sus principales atribuciones fueron: La urbanización, fraccionamiento y administración de los bienes inmuebles que tuvieran fines turísticos.

Finalmente, el FONATUR se creó el 20 de marzo de 1974, con fundamento en el Capítulo II, Artículo 47 de la -- Ley Federal de Turismo, absorbiendo las instituciones aludidas.

### Objetivos.

El FONATUR tiene encomendados los siguientes:

- a) Contribuir en forma significativa para que la actividad turística del país se desarrolle y fortalezca.
- b) Desarrollar y consolidar los centros turísticos competitivos en el ámbito internacional, para que éstos cumplan con su primordial fina-

lidad de ser promotores del desarrollo regional y que motiven e impulsen la inversión de los particulares.

- c) Otorgar financiamiento para las ofertas turísticas, que cumplan con la función básica de fomentar el desarrollo de una planta turística nacional, sólidamente estructurada y adecuada a las necesidades específicas de la demanda turística nacional e internacional.
  
- d) Crear, controlar, y en su caso, manejar, un conjunto de empresas turísticas orientadas a apoyar el desarrollo de los centros turísticos del FONATUR, que procuren diversificar la oferta de servicios y fortalecer el desarrollo de empresas mexicanas operadoras de hoteles y restaurantes.

La política del Fondo, se orienta a otorgar apoyo crediticio en cualquier lugar del país, con la sola limitación de que el proyecto por desarrollar sea congruente con las necesidades de la demanda.

El monto máximo de crédito que este organismo otorga es de 1,150 millones de pesos por proyecto (vigente desde 1984); 1,000 millones para créditos refaccionarios y 150 millones para el crédito de habitación o avío.

El monto total de financiamiento a la hotelería, (generalmente canalizado por las instituciones de crédito), puede representar hasta el 65% de la inversión total. Del porcentaje mencionado, el FONATUR descuenta hasta el 80%. Actualmente opera con un plazo de 15 años como máximo, incluyendo 3 años iniciales de gracia en la amortización del capital.

Las tasas de interés van del 80% y el 100% del Costo Porcentual Promedio de Captación del Sistema Bancario Mexicano.

Durante 1982, este Fondo autorizó 127 operaciones de crédito por la cantidad de \$8,351.8 millones de pesos. -- Geográficamente, estas operaciones se encuentran localizadas en 69 localidades de 28 Entidades Federativas del país. Tales operaciones, se presentaron para su descuento a través - de 17 instituciones bancarias.

Por medio del monto autorizado en 1982, fué lograda la inversión en la hotelería de \$15,542.4 millones de pesos, de los cuales 7,190.6 millones correspondieron a capital de riesgo. Con esta inversión, se construyeron 4,745 -- nuevos cuartos de hotel y se rehabilitaron 2,001 habitaciones, lo que permitirá captar 886 mil visitantes adicionales; aumentar la entrada de divisas al país, y generar alrededor de 3,845 nuevos empleos directos y 9,612 empleos indirectos en la actividad turística.

El programa de Operaciones de 1983, contempló la - continuación de los tres programas del Fondo, o sea, el Programa de Desarrollo de Centros Turísticos Integrales, el de Financiamiento a la Oferta Turística y el de Inversiones en Oferta Turística.

1. Programa de Desarrollo de Centros Turísticos Integrales.

El año pasado se previó dedicar un presupuesto de 170 millones de pesos a las actividades relativas de la mercadotecnia, (aspecto que estimo muy importante en nuestro desarrollo turístico y competitivo). Se pretendió apoyar por medio de campañas publicitarias y promocionales, tanto en México como en los principales mercados de los Estados Unidos,

a cada uno de los desarrollos turísticos del FONATUR, así como promover que se participara en estas campañas a las aerolíneas, hoteleros, prestadores de servicios y demás entidades del Sector Turismo.

El alcance de este Programa, en su Capítulo de Obras de Infraestructura y Equipamiento, fué ajustada de acuerdo a la situación económica por la que atraviesa el país. Las inversiones en este aspecto se han reducido, y sólo se realizan las que son muy indispensables; para lo cual, se toma en cuenta el grado de avance de las obras, el tiempo en que las inversiones en las obras serían productivas, el monto de la inversión y el monto de los recursos fiscales disponibles en el año.

## 2. Programa de Financiamiento a la Oferta Turística.

En este programa, se contempla dar apoyo crediticio necesario en primer lugar a las empresas que hayan dispuesto de créditos del FONATUR y que afrontan problemas de liquidez, por lo que se destinaron \$3,500 millones de pesos para tal circunstancia. También se destinaron \$6,700 millones de pesos para cumplir con el programa de ministraciones de los créditos comprometidos y contratados en el pasado.

## 3. Programa de Inversiones en Oferta Turística.

Durante el año de 1983, se estimaron ingresos netos superiores a \$7,000 millones de pesos y fué prevista una inversión adicional de recursos de aproximadamente 700 millones de pesos, así como la reinversión de los excedentes de caja de la totalidad de las empresas orientadas a mejoras necesarias y a la terminación de obras en proceso en las 52 empresas que constituyen la cartera del FONATUR; todo esto, con la finalidad de que se consolidara dicha cartera y elevar su competitividad nacional e internacional. (26)

(26) Nacional Financiera, S.A. "Principales Fondos de Fomento Económico 1982-1983", México, Futura Ed., 1983, pp. 77-82.

Con las reformas que se hicieron en la nueva Ley Federal de Turismo, el FONATUR quedó integrado su Comité Técnico por representantes de las dependencias siguientes:

- I. Secretaría de Turismo;
- II. Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- III. Secretaría de Programación y Presupuesto;
- IV. Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, y
- V. Banco de México.

Así mismo, se le asignaron nuevas funciones para que cumpliera con su objeto, de las cuales mencionaré solo algunas:

- I. Elaborar estudios y proyectos, ejecutar obras de infraestructura y urbanización, y realizar edificaciones e instalaciones que incrementen la oferta turística nacional;
- II. Dotar, fomentar y promover el equipamiento urbano para las zonas, centros y desarrollos turísticos;
- III. Participar con los sectores público, social y privado, en la constitución, fomento, desarrollo y operación de empresas, cualquiera que sea su naturaleza jurídica, dedicadas a la actividad turística;
- IV. Participar con carácter temporal, como socio o accionista en sociedades que desarrollen objetivos turísticos;
- V. Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto, otorgando las garantías necesarias;

VI. Otorgar todo tipo de créditos que contribuyan al fomento de la actividad turística.

El patrimonio del fideicomiso se constituye por: (Artículo 53).

- I. Las aportaciones que efectúen el Gobierno Federal, los Gobiernos de los Estados y Municipios, las Entidades paraestatales o los particulares.
- II. Los créditos que obtenga de fuentes nacionales, extranjeras e internacionales;
- III. El producto de sus operaciones y de la inversión de fondos, y
- IV. Los demás recursos que obtenga por cualquier otro -- concepto.

Se consideró necesario ampliar sus objetivos, con la finalidad de que participe en forma determinante en la programación, fomento y desarrollo de la actividad turística nacional, para lo cual, se le dotaron de facultades en materia de estudio y enajenación de obras, enajenación de inmuebles y operación de inmuebles y operación financiera.

Dentro de los organismos financieros existió el Banco Nacional de Turismo, S.A. como Institución de Banca Múltiple. Se creó por iniciativa del expresidente López Portillo, el 19 de octubre de 1981.

En la exposición de motivos de la iniciativa de Ley, se mencionaba que debido al papel estratégico que constituye el turismo en el desarrollo económico del país; el aceleramiento que ha tenido la actividad turística; el potencial de recur



sos turísticos que posee el territorio nacional, y la necesidad de que el Estado regule el desarrollo del turismo dentro de la economía mixta, el Ejecutivo Federal estimaba pertinente que el sector turismo contara con una institución bancaria nacional que atendiera y resolviera particularmente las necesidades que su desarrollo demanda.

De acuerdo con la Ley Federal de Turismo, esta institución sería un medio para coadyuvar al cumplimiento de los objetivos y estrategias contenidas en el Sistema Nacional de Planeación Turística y el fomento de la oferta y la demanda del sector turístico, participando en el mejoramiento de sus servicios y en la optimización de sus recursos. En el proceso de desarrollo del turismo nacional, el Fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo, constituye un instrumento público de apoyo a la oferta turística, y con la -- creación de la banca nacional de turismo, dicho Fideicomiso -- contaría con nuevas reglas de operación.

En el ámbito de aplicación de esta institución, se expresaba que sería factible que se impulsaran los siguientes aspectos: Una línea de crédito para restaurantes; una empresa administradora de instalaciones turísticas socioculturales; una empresa restaurantera orientada al consumo de las mayorías; así como una empresa multimodal de transportación turística - que facilitara en forma eficiente y económica las opciones de transporte. Con la creación de esta banca, se podría impulsar y ampliar la demanda turística mediante el establecimiento de mecanismos financieros que incluirían instrumentos, tales como: Acciones, bonos turísticos y tarjetas de crédito que permitirían reacudar fondos y fortalecer la estructura financiera del sector turismo; y también se podría recurrir a otros - medios que atendieran la seguridad personal tanto de los viajeros nacionales como extranjeros.

Se menciona también en la exposición de motivos que mientras no se contara con una estructura administrativa necesaria y suficiente para pueda operar esta institución, ésta será apoyada por las instituciones nacionales de crédito siguientes: Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos y Nacional Financiera, mediante su propia infraestructura y -- con el otorgamiento de recursos crediticios su funcionamiento de la nueva banca nacional.

Como objetos de la nueva institución se mencionan los siguientes:

- I. Promover y financiar el desarrollo de la planta tu rística, así como el crecimiento sistemático de la infraestructura, de los servicios y actividades re lacionadas con el sector.
- II. Apoyar la expansión de la demanda turística mediante la aportación de recursos crediticios y de aquellas acciones que para la ejecución de sus objetivos se juzguen convenientes.
- III. Efectuar las operaciones de Banca Múltiple, con su jeción a lo dispuesto por la presente Ley, la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y las demás disposiciones aplicables.
- IV. Contribuir al proceso de planeación y programación de la actividad turística, fomentando la oferta y demanda del sector, para conservar los recursos de uso turístico y aprovechar mejor los servicios.
- V. Vincular sus acciones financieras a la política tu rística del país.

- VI. Consolidar el apoyo a las entidades paraestatales del sector, procurando orientar los recursos hacia las zonas turísticas consideradas como prioritarias en los planes y programas de desarrollo integral del país.
- VII. Financiar instalaciones y servicios turísticos de interés sociocultural.
- VIII. Promover el turismo socio-cultural favoreciendo la participación conjunta de los empresarios y los trabajadores.
- IX. Promover la organización, transformación o fusión de toda clase de empresas o sociedades mercantiles que se encuentren en relación o que coadyuven al desenvolvimiento de la actividad turística. (27)

(27) INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS. Organismos de Turismo en México, México, 1982. pp. 5-7.

## F) INFRAESTRUCTURA TURISTICA.

La creación o el mejoramiento de la infraestructura turística es importante para que se desarrollen en forma óptima nuestros recursos turísticos y así hacer frente a la creciente competencia internacional.

Se encuentra constituida por carreteras, aeropuertos y servicios municipales. Debe ser planeada respecto al monto de inversiones y a las dimensiones de los servicios necesarios.

La carencia de infraestructura o la existencia de ésta, pero en forma desorganizada es un factor trascendental que origina que se frene y limite el desarrollo de la oferta turística de nuestro país.

En la actualidad, México cuenta con la siguiente infraestructura:

- a) Medios de transporte. Cuenta con una capacidad aeroportuaria y ferroviaria. Su extensión y distribución, permiten una gran comunicación tanto a nivel interno como con el resto del mundo.

Existen 53 aeropuertos (31 son internacionales); - 350 mil kilómetros de carreteras; 25 mil kilómetros de vías férreas y 32 puertos.

El transporte es un factor importante para el turismo, puesto que va a influir en el viajero al decidir que lugar visitará; ya sea en lo referente al transporte de acceso como al transporte en los lugares de destino. Coadyuva de manera primordial en el gasto que los turistas efectúan.

En México, se utiliza más el transporte aéreo y el de las carreteras con fines turísticos. Actualmente el ferrocarril tiene poca utilización turística, la cual ha disminuido en los últimos 15 años; respecto al transporte marítimo, su desarrollo y uso son incipientes, sólo se realizan viajes en crucero y en yates.

### 1. Transporte Aéreo.

La mayor parte de la infraestructura aeroportuaria está conformada con el patrimonio de la empresa paraestatal Aeropuertos y Servicios Auxiliares (A.S.A.); consistente en 50 aeropuertos (28 internacionales), 11 de largo alcance, 28 de medio alcance y 11 de corto alcance. Tres aeropuertos de largo alcance (Ciudad de México, Mérida y Cancún), realizan operaciones con Europa. El aeropuerto localizado en la Ciudad de México opera también con Oriente, Centro y Sudamérica.

Los aeropuertos de mediano alcance se utilizan en su gran mayoría para vuelos domésticos; los de corto alcance son usados por empresas alimentadoras y taxis aéreos. Entre estos aeropuertos tenemos los de Zacatecas, Aguascalientes, Loreto y Morelia, por la importancia de estas ciudades como centros de interés turístico.

Los aeropuertos de largo alcance tienen como principal problema la saturación. Debido a que México, Acapulco y Guadalajara, son los principales generadores y receptores del tráfico aéreo del país, así como centros turísticos importantes, sus aeropuertos requieren ser ampliados y modernizados constantemente.

De los 48 aeropuertos que operan actualmente, sólo 5 de ellos: México, Guadalajara, Monterrey, Mérida y Acapulco, atraen las dos terceras partes del movimiento total de -

pasajeros y soportan la carga financiera de todos los demás. Tal situación ha dificultado que se aprovechen en forma eficiente los recursos; pero se ha estado fortaleciendo por la coordinación entre las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Programación y Presupuesto, Asentamientos Humanos y Obras Públicas y Aeropuertos y Servicios Auxiliares (A.S.A.); lo que ha propiciado que se planee incrementar la infraestructura aeroportuaria para que se pueda contar con una mejor red en aquellos lugares donde las necesidades lo requieran.

Se ha dado especial interés para que se mejoren -- los niveles de cobertura del espacio aéreo, debido a que han evolucionado los procedimientos de operación de equipo y la velocidad de las aeronaves, lo cual ha complicado el control del tránsito aéreo tanto en las rutas como las proximidades de los aeropuertos, por lo que se requirió ampliar la red para proporcionar mayor seguridad a las aeronaves que transitan por nuestro país, y así cubrir el espacio nacional con radares de ruta y terminal, radiofaros omnidireccionales de muy alta frecuencia y medidores de distancia.

Para garantizar un mejor servicio, se ha aplicado la política de que la tarifa sea congruente con los gastos de operación de los servicios.

Con una inversión cercana a los dos mil millones de pesos, la Dirección General de Aeropuertos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se propone ofrecer mejores servicios y condiciones de seguridad para los millones de pasajeros que utilizan las 18 principales terminales aéreas, que sitúan a México en el tercer lugar del continente americano en cuanto al número de aeropuertos nacionales e internacionales, aptos para recibir aviones turboreactores; su perado únicamente por los Estados Unidos y Canadá.

También es importante señalar las obras de drenaje y ampliación de la Compañía Mexicana de Aviación y demás que se llevarán a cabo, con el fin de desalojar las aguas negras y pluviales del aeropuerto internacional Benito Juárez de la Ciudad de México, para evitar las inundaciones que producen riesgos para la operación de aeronaves, provocando demoras y sobrecostos para los pasajeros y aerolíneas que utilizan estas instalaciones. Se estudia la posibilidad de ampliar el aeropuerto actual, la construcción de uno nuevo en el exvaso de Texcoco o la utilización del aeropuerto de Toluca además del que existe en nuestra capital.

Al concluir las etapas de operación en nuevos aeropuertos en Aguascalientes y Ciudad Victoria; así como otras etapas en los Mochis, Tijuana, La Paz, Guadalajara, Puerto Vallarta, Loreto, San José del Cabo, Campeche, Minatitlán, Cozumel, Puerto Escondido, Morelia y San Luis Potosí, además de mejorar sus instalaciones, incrementarán las corrientes turísticas hacia estas zonas.

## 2. Transporte por carretera.

Es muy importante este medio para que el turismo se desarrolle en óptimas condiciones. Según la importancia en las carreteras, éstas se dividen en: a) Carreteras longitudinales (son seis), que son las principales para el acceso o salida del país, b) Carreteras transversales (son 4), se constituyen por aquellas que permiten el enlazamiento de las diferentes rutas longitudinales y la conexión de los centros urbanos con las atracciones de las playas del Océano Pacífico y del Golfo de México; y c) Carreteras secundarias: 28 -- longitudinales y 63 transversales, creadas en función de las concentraciones de atractivos en todo el país y de su relación con las principales vías aludidas.

Se estima que la infraestructura de la red principal de carreteras es suficiente, pues en su mayor parte se registra un tránsito promedio menor al que sus características le permiten soportar. Aún cuando existen pequeñas saturaciones que van del 1 al 2% del total de esta red, que suelen presentarse en los fines de semana para los viajeros que salen por períodos mayores.

Desafortunadamente, en muchos tramos de la red de carreteras no existen acotamientos para que en caso de averías, los conductores puedan hacerse a un lado de la misma, lo cual representa serios peligros para éste y los demás conductores. La mayoría son de un carril de ida y otro de regreso.

Otra deficiencia lo constituyen las gasolineras, al no contar con los servicios necesarios para los viajeros, como: Carecen de pavimento en los accesos y una falta de higiene en los sanitarios; en este aspecto PEMEX se comprometió con la Secretaría de Turismo a donar un centavo por litro de gasolina para que se remodelen las gasolineras, todo ello en favor del turismo.

Los servicios e instalaciones que prestan las cafeterías y restaurantes en las rutas son generalmente deficientes y de baja calidad, principalmente en moteles y estacionamientos para los remolques.

Dentro de los servicios que presta la Secretaría de Turismo, los cuales son bien vistos por el público usuario, se encuentran: Servicios de radiopatrullas que incluye primeros auxilios médicos, información sobre hoteles, talleres mecánicos, radiocomunicación y otros más a lo largo del país.



Actualmente se construirán carreteras nuevas y se modernizarán las que existen. De acuerdo a datos proporcionados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la red nacional de carreteras beneficia a 60 millones de personas y consta de 213 mil millones de kilómetros, de los cuales una tercera parte están pavimentados.

Las carreteras federales y las de cuota, constituyen el 20% de los 213 mil millones de kilómetros mencionados, conformando el mayor porcentaje de la red que comunica a la Ciudad de México con las principales capitales de las Entidades Federativas y con los puertos marítimos y zonas fronterizas.

Los tramos más importantes que ya se inauguraron son el camino a Temascaltepec-Zihuatanejo y Playa Azúl, lo que permitirá que se cree una zona turística michoacana en Agua Azúl, permitiendo que se desarrolle una extensa región por este motivo.

Se prevé la remodelación y ampliación de diversos puentes, como el de Coatzacoalcos II y el Tampico, los cuales son muy importantes para el intercambio comercial de grandes regiones.

### 3. Transporte Ferroviario.

Este tipo de transporte cubre una parte esencial de nuestro territorio, sin embargo, se encuentra poco desarrollado. Tiene velocidades muy bajas por las pendientes de las vías, lo que ha producido que el movimiento de pasajeros que utilizan el ferrocarril como transporte tenga un comportamiento irregular, que ha decrecido a partir de 1972.

Las principales rutas cubiertas por este medio de transporte son: México-Toluca; Morelia-Patzcuaro-Uruapan; -- Guadalajara-Nogales; México-Veracruz; Córdoba-Coatzacoalcos; México-Guadalajara; México-Aguascalientes; Mexicali-Benjamín Hill; México-Monterrey.

Como rutas de potencial turístico se encuentran: - Chihuahua-Ciudad Juárez; Chihuahua-Topolobampo; México-Puebla-Oaxaca y México-Córdoba-Tierra Blanca- Campeche-Mérida.- Pero en estas rutas la velocidad es más baja, lo que ha limitado que se usen turísticamente.

Hasta hace pocos años, la cobertura de pasajeros cubría toda la red ferroviaria, pero en la actualidad se han suprimido corridas de trenes por ser incosteables y algunas de ellas se mantienen por cuestiones de tipo social. Sólo una parte de los centros turísticos cuentan con el servicio de ferrocarril. Desafortunadamente, Ferrocarriles Nacionales de México tiene como política mantener tarifas bajas, pero no promueve que este servicio se utilice para fines turísticos. Teniendo en cuenta que existe un potencial turístico enorme que pudiera utilizar este transporte que no se ha explotado, se deberían de establecer planes dinámicos que lo hagan más eficiente. Hay que señalar que su velocidad comercial es baja, ya que ésta es de 40 y 50 kilómetros por hora.

Según tendencias mundiales, los vehículos automotores dejarán de ser a largo plazo el medio de transporte más importante tanto para la carga como para pasajeros, y que el tren eléctrico tendrá un ascenso de solicitud por contaminar menos el ambiente y poderse proveer de cualquier fuente primaria de energía.

En el ámbito turístico, en Japón y Europa explotan

intensamente el servicio de ferrocarriles, ya que éstos superan la velocidad del vehículo automotor reduciendo el tiempo de recorrido.

#### 4. Transporte marítimo.

La infraestructura marítima del país cuenta con -- cruceros, transbordadores y yates. Nuestro país ofrece en -- la época de invierno los mejores puertos para los turistas -- que provienen de la Costa Oeste de los Estados Unidos, con -- excepción de Hawai para los viajes largos.

Los puertos que reciben mayor flujo de turistas se encuentran situados en las costas del pacífico. Ultimamente ha existido un gran auge respecto al uso de transbordadores, cruceros, instalaciones para botes, yates y otro tipo de embarcaciones pequeñas.

Puertos como Mazatlán, Puerto Vallarta, Manzanillo y Acapulco, son cruceros que tienen recorridos importantes -- pero regulares. De estos puertos, Manzanillo y Mazatlán no -- cuentan con instalaciones especiales de atraque ni terminal para barcos y pasajeros. En Puerto Vallarta sus instalaciones son de reciente creación, y en Acapulco se encuentran en construcción.

En los demás puertos del país no se cuenta con instalaciones, y en algunos, las embarcaciones grandes no pueden llegar al puerto, por lo que el barco tiene que anclar a la entrada del mismo para que mediante lanchas se recojan a los pasajeros. Los puertos en que los barcos si pueden llegar a tener acceso, se tienen que utilizar las instalaciones de carga.

Referente a los transbordadores, en el país se tienen dos terminales en La Paz; terminales y atracaderos en -- Guaymas, Mazatlán, Cabo San Lucas, Topolobampo y Puerto Vallarta.

Respecto a embarcaciones pequeñas, se encuentran instalaciones especiales en Ensenada, La Paz, Puerto Vallarta, Acapulco, Guaymas, Manzanillo, y en San José del Cabo.

Hay que tomar en cuenta que el desarrollo potencial turístico de las costas caribeñas esta naciendo con buenas perspectivas. pero a excepción de Cozumel, no existen muelles ni terminales para barcos de pasajeros. Sólo hay atracaderos para transbordadores en Puerto Morelos e Isla Mujeres y en los principales puertos existen tan solo instalaciones pequeñas para yates y embarcaciones de pesca deportiva.

Podemos advertir que la infraestructura marítima es inadecuada, porque para los transbordadores es inflexible, por ser constuidos éstos únicamente para dar servicio a un tipo de embarcación, ya que para embarcaciones menores y yates es insuficiente su instalación; y para los cruceros no existe. En la gran mayoría de lugares no existen muelles -- que puedan dotar de agua potable y comestibles.

Sin embargo existen buenos sistemas de comunicación entre mar y tierra y de barco a barco, aún cuando el señalamiento marítimo cumple con las especificaciones y compromisos internacionales, es obsoleto en el aspecto operacional y técnico.

Todos los cruceros que hacen escala en puertos de México pertenecen a líneas navieras internacionales, la mayoría de ellos son estadounidenses. Actualmente no existe -

un servicio transoceánico de pasajeros y puntos de ultramar. El servicio por medio de transbordadores cuenta con 15 embarcaciones con diversas capacidades; desde 12 vehículos para 25 personas cada uno de ellos hasta 185 vehículos para 696 personas.

En cuanto a sistemas de atraque, éstos son anticuados, pues efectúan sus maniobras en forma lenta, imprecisa y difícil. Por lo que toca a los yates, su principal mercado proviene del suroeste de los Estados Unidos. Estas embarcaciones están concentradas en la costa norte del pacífico y en algunos otros puntos del sur de México.

Como se puede apreciar, existen desventajas en cuanto al transporte férreo y marítimo, por lo que es menester crear mecanismos institucionales que sean medios de coordinación entre los diversos tipos de transporte con el sector turismo.

## b) Servicios Públicos.

### 1. Abastecimiento de Agua.

Este ha sido un problema que enfrenta cualquier ciudad o población. De manera general, en nuestro país el abastecimiento no es suficiente. Respecto a aquellos centros turísticos que representan un aliciente por sus atractivos y son importantes por la cantidad de turistas que llegan a los mismos, como por ejemplo: Ciudad de México, Cuernavaca, Acapulco, Veracruz, Oaxaca, entre otras ciudades, se percibe la incertidumbre acerca de si cuentan con el servicio de agua potable o no en un momento determinado.

En los viajes organizados, convenciones, excursiones, se les recomienda que no beban agua del servicio públi-

co, principalmente a los turistas procedentes de Estados Unidos. A pesar de esto, se ha venido superando este problema; pero aún persisten prevenciones por parte de agencias internacionales de turismo en este aspecto.

Por la falta de información o por el deficiente -- servicio que es notorio en algunas temporadas, es un factor que repercute en la motivación para que los turistas extranjeros viajen a nuestro país.

## 2. Otros servicios.

Aquí se incluyen los sistemas de alcantarillado, - alumbrado público y el servicio de telecomunicaciones.

El servicio de alcantarillado, se encuentra sujeto a un régimen similar al de la instalación para el suministro de agua potable. Es menor la cantidad de ciudades que carecen de sistemas más eficientes del alcantarillado, que aquellas que carecen de agua potable. Debido al crecimiento de población y urbano, los sistemas de alcantarillado requieren de una ampleación congruente con las necesidades de ese crecimiento.

Existe reciprocidad entre el desarrollo y fomento del turismo y los servicios con que cuentan los lugares de - atracción turística. La instalación de alumbrado público ha estado más vinculado con el desarrollo general de la electrificación del país y de la economía que con las corrientes turísticas.

Podemos mencionar que solo en aquellas ciudades que dependen casi en forma exclusiva del turismo, como Acapulco, Puerto Vallarta o Cancún, este sistema de alumbrado se ha es-

tablecido en base a los requerimientos del mismo.

El servicio de telecomunicaciones ha cobrado vital trascendencia para el turismo, ya que el contar con una extensa red permite un rápido contacto entre regiones del país apartadas por largas distancias entre sí.

c) Servicios médicos y salubridad.

Nuestro gobierno al realizar obras en este rubro, ha contribuido para que se desarrolle aún más el turismo en el país, ya que constituyen un estímulo para que los turistas extranjeros viajen a México.

Los centros turísticos del país, en su mayoría, y dentro de los hoteles cuentan con los servicios médicos esenciales de emergencia. El desarrollo de estos servicios tiene que ser constante, porque en la medida que se desarrollen los centros turísticos actuales y los potenciales, también se debe crear y desarrollar una mejor estructura que tenga los servicios eficientes, tanto para los habitantes como para los visitantes de un determinado lugar.

d) Planta turística.

Esta se encuentra estructurada por el conjunto de instalaciones que prestan los servicios que demandan los turistas, los cuales son variados, y por ende, la planta turística es grande y compleja. Los servicios más importantes son: Servicios de hospedaje, de preparación de alimentos y bebidas, de diversión y esparcimiento, y de transporte; puesto que éstos absorben una parte considerable del gasto que realizan los turistas.

La planta turística de nuestro país se encuentra orientada para el turismo receptivo de internación e interno convencional que efectúa viajes de estancia duradera por motivos de descanso o recreación.

Los hoteles cubren la mayor parte de la capacidad de hospedaje. En la actualidad no se han desarrollado en forma suficiente los tipos de alojamiento utilizados por el turista social y por otros segmentos del mercado, diferentes a los que visitan comunmente el país. De esas formas de alojamiento, las que han cobrado mayor importancia son aquellos para casas rodantes y los albergues.

Los sitios para casas rodantes (Trailers Parks), han crecido muy rápido respecto al total de cuartos, a pesar de ello, es muy poca la oferta en comparación con el potencial del turismo terrestre norteamericano y las posibilidades del turismo interno.

En los países europeos, los albergues son una porción importante en la oferta de alojamiento, lo cual favorece el turismo masivo por su bajo costo; sin embargo aquí en México no se han desarrollado debidamente ya que la oferta actual es muy reducida, al contar en operación solo con 19 albergues con aproximadamente 2055 camas en once Estados así como en el Distrito Federal.

Otras formas de hospedaje, como las cabañas y campamentos, prácticamente son inexistentes. Los establecimientos de tiempo compartido y los condominios hoteleros han tenido un crecimiento notable en los últimos años.

Existen diversas categorías en las cuales se han dividido los establecimientos de hospedaje y habitación, así tenemos: AA, A, B, C, D, y E.



Las categorías más altas (AA y A), son las que han tenido un mayor crecimiento, mientras que las intermedias -- (B y C); lo han mostrado en menor grado; y las categorías bajas (D y E), casi no han mostrado crecimiento.

La categoría intermedia, debido a su poco dinamismo ha repercutido en un menor crecimiento del turismo interno de ingresos medios, que no ha encontrado una oferta de ca lidad suficiente para menores precios que los del hospedaje de lujo.

Debido al estancamiento de los establecimientos de categoría baja, aunado a la carencia casi total de otras for mas de alojamiento barato, se ha visto limitado el desarrollo del turismo social. Por otro lado, los hoteles de las - categorías más altas han establecido la oferta de servicios de preparación de alimentos y bebidas para las clases económicamente altas; y para el turismo de ingresos medios que -- utiliza el alojamiento de clase intermedia y las personas de menores ingresos, las alternativas son muy limitadas.

Exceptuando las grandes ciudades, (donde la oferta se puede estimar amplia y variada), en los centros netamente turísticos la oferta fuera de los hoteles es muy reducida y de difícil acceso para las personas de bajos ingresos, ya -- que en su mayoría, estos servicios los brindan inde pendientes que laboran aisladamente.

Los grandes establecimientos y aquellos que forman parte de cadenas han cobrado vital importancia. La gran par te de establecimientos que son operados por cadenas extranje ras pertenecen a nacionales que se adhieren a tal cadena con la finalidad de aprovechar las economías de escala, los cana les de comercialización así como la promoción de ventas. (28)

---

(28) Reyes Romero, Eric y Tapia Olvera, Ricardo. TESIS: "El tu rismo en la crisis económica actual", México, U.N.A.M. (Facultad de Administración), 1983. pp.26-49.

## C A P I T U L O V.

### IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONOMICO.

#### A) EL TURISMO Y LA ECONOMIA NACIONAL.

El turismo además de ser un medio de relación entre los hombres y los pueblos, el cual proporciona diversión, recreación, descanso, educación; también se refiere a que los que prestan este servicio están correspondidos, o sea, reciben una remuneración por la prestación de sus servicios. De esta forma se presenta el aspecto económico del turismo, denominado "Industria sin chimeneas".

El ingreso que se obtiene por este concepto, representa para nuestro país una fuente de divisas muy considerable, sólo superado por el ingreso proveniente de la exportación del petróleo.

Tenemos así, que personas que laboran en otros países vienen a México y consumen parte de sus ahorros con motivo del turismo; siendo el turismo norteamericano el que mayor número de divisas proporciona al país, dado que sus habitantes tienen un ingreso per cápita muy alto en comparación con la mayoría de otras naciones.

La actividad turística representa para la economía nacional un sector importante y algunas veces decisivo de -- nuestra Balanza de Pagos, hasta el grado de equilibrar y aún de superar la Balanza Comercial; tal es el caso de países como España o Suiza que han obtenido grandes beneficios económicos por haberle dado prioridad a esta actividad.

México por concepto de turismo ha obtenido en los dos últimos sexenios y parte del actual, según datos del Banco de México, la cantidad de \$14,508,234 millones de dólares. (+)

Para tener una idea de la importancia que ha adquirido la industria turística del país, es menester recordar la cantidad de turistas extranjeros que nos han visitado desde 1970 hasta la fecha. Han llegado a nuestro país: - - - - 47,200,066 millones de turistas extranjeros. (+)

Un acontecimiento relevante, que sin lugar a dudas nos reportará una gran cantidad de divisas por el número de turistas extranjeros que vendrán a nuestro país, lo constituye el Mundial de Fútbol que se celebrará en México dentro de dos años.

Los beneficios que se obtienen por el turismo los reciben en primer lugar, las actividades que se relacionan directamente con el mismo como: a) La Industria de Transportes, ya sea por carretera, ferrocarril o avión; b) Las empresas de hospedaje y alimentación, c) Las empresas organizadoras y promotoras de viajes, así como las intermediarias; d) Guías de Turistas, etc.

Para la promoción del turismo se utilizan imprentas, litografías; dedicando sus aptitudes especializadas los fotógrafos, artistas, músicos y escritores; también es generador de empleos, ya que existen sectores como la artesanía, que ocupa un lugar privilegiado en tal actividad.

De manera general, se beneficia la industria y el comercio de México por este concepto. Por lo que es indispensable que además de la promoción que se haga de la indus-

(+) BANCO DE MEXICO. Recopilación de varios boletines anuales que edita. (1970-1983).

tria turística en el extranjero para que ésta sea efectiva, se les de garantías y calidad de servicios a los turistas - extranjeros; pero no se debe olvidar a los turistas nacionales ya que éstos van a compensar la falta de aquéllos (que sólo concurren al país en determinadas épocas del año); de tal forma que es inohjetable que van a coadyuvar al desarrollo de nuestra economía, por lo que es importante que el --trato que se les otorgue a los nacionales sea cortés, amable, que no perciba la diferencia de atenciones respecto --del turista extranjero, porque al notar esta situación, preferirán viajar al exterior donde se les ofrece mejor calidad de servicios a menor costo, lo que producirá un efecto negativo en la Balanza de Pagos, por lo que reitero, es necesario evitar esta actitud para bien de la economía nacional.

Otro factor que contribuirá al fortalecimiento de nuestro turismo, es la política implementada por el expresidente López Portillo, con relación al Control de Cambios. - Ya que como lo expresó el Lic. Antonio Enriquez Savignac, - Secretario de Turismo, estima que México se ahorrará mil --cien millones de dólares con la no salida de los nacionales al extranjero, así como por el aumento de visitantes del exterior que nos traen divisas "frescas". Por la forzada disminución de viajes de mexicanos a otros países, debido a la situación crítica que padecemos y al bajo valor de nuestra moneda, se ha propiciado el turismo interno, el cual es también benéfico para el país. (29)

(29) Ramírez Montaña, Patricia, El Heraldo de México, 13-agosto-1983, página 6A.

## LA INDUSTRIA DE SERVICIOS.

Se encuentra constituida por las empresas (casi en su totalidad) de la iniciativa privada; su función es otorgar los servicios a los turistas como Hoteles, restaurantes, guías de turistas y agencias; constituyen la industria turística.

De todos los servicios mencionados, el de alojamiento y el de alimentación generan más del 95% de los empleos directos en su totalidad; los demás servicios se encuentran así: Agencias de viajes 1.1%; Bares y Cantinas 2.2%; Guías de turismo 0.8% y Transportes 0.4%. También debe agregarse los empleos generados por los comercios que venden productos de consumo turístico, como tiendas de artesanías y souvenirs, o los servicios de recreación que comprenden: Cines, teatros, espectáculos nocturnos, discoteques, tenis, golf, equitación, etc.; que en ocasiones funcionan integrados a los hoteles o lo hacen en forma independiente.

El número de empleos indirectos es tan importante que en relación con los empleos directos, se estima de 1.4% contra 1%; de donde se deduce que es mayor la cantidad de personas que viven de los servicios que se requieren para el turismo (por ejemplo: las que proveen de insumos a los centros turísticos), que las que se encuentran laborando directamente en el sector.

La mayor parte de los empleos directos se originan en los alojamientos. Según la categoría, jerarquía, ubicación y tamaño de éstos, será la cantidad de personas que se empleen.

VARIABLES Y RANGOS PARA LA CLASIFICACION DE LOS ALOJAMIENTOS TURISTICOS.

CATEGORIA	IERARQUIA	UBICACION	TAMAÑO EN HABITACION
Hotel	5 Estrellas	Playa aislada	Menos de 100
Resort	4 Estrellas	Playa en centro nuevo	De 100 a 200
Aparthotel	3 Estrellas	Playa en centro turístico tradicional.	De 200 a 300
	y		
Trailer Park	2 Estrellas		De 300 a 800
Camping	1 Estrella	En centro turístico histórico.	Más de 800
Albergues Juveniles		De montaña aislado	
Albergue de Turismo Social		De montaña en centro turístico.	
Casas de Vacaciones			

Existen 14 tipos de alojamiento con estructura de empleos propios, los cuales son:

1. Hoteles de más de 200 habitaciones ubicados en grandes centros turísticos de playas tradicionales;

2. Hoteles de más de 200 habitaciones ubicados en centros turísticos de playas nuevos;
3. Hoteles hasta 200 habitaciones ubicados en centros turísticos de playas tradicionales de tamaño mediano con demanda interna y receptiva;
4. Hoteles hasta 200 habitaciones ubicados en centros turísticos de playas tradicionales de tamaño mediano o pequeño con demanda interna;
5. Hoteles de playa aislados;
6. Hoteles de playa tipo resort;
7. Aparthoteles ubicados en centros turísticos de playa;
8. Casas de vacaciones ubicados en centros turísticos de playa o de montaña;
9. Trailers Parks, Campings y Albergues ubicados en zonas de playa o montaña;
10. Alojamientos ubicados en lugares históricos o folklóricos;
11. Hoteles ubicados en lagos o centros turísticos de montaña;
12. Alojamientos en unidades de turismo social;
13. Hoteles en centros de convenciones; y
14. Moteles.

1. Hoteles de más de 200 habitaciones ubicados en grandes centros turísticos de playas tradicionales.

Al principio, el modelo de desarrollo estaba orientado a crear ambientes autosuficientes que garantizaran a los turistas (extranjeros principalmente), la seguridad de obtener servicios de calidad que no se podía ofrecer en la ciudad. Los servicios de estos hoteles comprendían los siguientes: Restaurantes intermedios y de lujo, cafeterías, bares, centros nocturnos, locales comerciales para la venta de artículos de consumo diario, de souvenirs, artesanías, rentadoras de automóviles, etc. De esta forma, los turistas podían permanecer todo el tiempo de su estancia dentro de los hoteles si así lo deseaban.

Estos hoteles de lujo con servicios de primera categoría, empleaban un alto porcentaje de personal; desde bell boys hasta ascensoristas, mucamas, amas de llave, mozos, capitanes, cajeros, administradores, recepcionistas, etc., llegando al estandar de 1.5 a 2 personas por cuarto.

Los nuevos hoteles que se construyen en estos centros turísticos, han reducido los espacios libres más que sus antecesores, aumentando las superficies de estacionamiento y el número de cuartos que por lo general llegan a los 500.

Otras empresas construyen hoteles con salas de convenciones, lo que aumenta en cierta forma el número de empleados por cada cuarto. El resultado final es que actualmente los nuevos hoteles de este tipo, funcionan con estándares que varían de 0.8 a 1.3 personas por cuarto.

Entre otras razones, el aumento de personal se debe al crecimiento, modernización y especialización de ciudades co



mo Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta, donde el turismo ha pasado a convertirse en su principal actividad económica. - En estos centros turísticos han aumentado los centros comerciales, restaurantes, bares, cafeterías, discoteques, centros nocturnos, etc., que multiplican la oferta, produciendo competencia entre los mismos servicios. Esto ha resultado benéfico para los turistas, ya que encuentran muchas opciones de consumo con la diversidad aludida, constituyendo un incentivo para volver a visitar estos lugares turísticos.

2. Hoteles de más de 200 habitaciones ubicados en centros turísticos de playa nuevos.

Se refiere a los hoteles construídos en centros turísticos planificados de antemano, como Cancún o Ixtapa-Zihuatanejo. Ambos centros, se orientaron para satisfacer la demanda de turistas extranjeros y nacionales de medianos y altos ingresos.

Los hoteles implantados en estos sitios, tienen de 200 a 500 habitaciones. Generalmente, estos hoteles, con excepción de unos cuantos que tienen de 25 a 70 habitaciones - como: Bojorquez, Playa Blanca, Parador, etc., repiten el esquema de concentración de servicios debido al esquema urbano de ciudad lineal, que es el más útil para explotar el extenso frente de playa, pero que tiene como inconveniente el obligar a los turistas a realizar largos recorridos para trasladarse de un hotel a otro o llegar a los centros comerciales, de convenciones o de recreo.

El mayor porcentaje de turistas que arriban a estos centros turísticos lo hacen por avión. Debido a los inconvenientes mencionados, se acentúa la tendencia de éstos a permanecer en el lugar donde se alojan; lo que ha motivado -

que hasta los hoteles más pequeños, como el Viva-Cancún, de 5 estrellas y 210 cuartos o el Aristos de 4 estrellas y 222 cuartos, tengan que funcionar con servicios más completos como: Restaurantes, bares, snack bar, servi bar, tiendas de regalos, boutiques, salones de belleza, cajas de seguridad, salones de juegos, canchas de ténis con iluminación artificial, albercas, agencias de viajes, etc., y en el caso del hotel Aristos, que funciona con salones para convenciones.

Ya que la totalidad de los hoteles de mayor tamaño forman parte de una cadena nacional o extranjera, tuvieron que incorporar a su diseño todos los adelantos tecnológicos y administrativos con que operan las cadenas a que pertenecen, lo que provocó una disminución en el número de personas empleadas, que oscila a nivel estandar de 0.8 personas por cuarto.

Respecto de los hoteles pequeños, a pesar de que carecen de la variedad de servicios que prestan los más grandes; el personal que utilizan en los restaurantes o cafeterías, tiene un estándar igual o superior a los hoteles de mayor tamaño.

Concluyendo, los establecimientos de alojamiento en los centros turísticos nuevos, sea cual fuere su tamaño operan con menos de 1 empleado por cuarto.

3. Hoteles hasta 200 habitaciones ubicados en centros turísticos de playas tradicionales de tamaño mediano con demanda interna y receptiva.

Es lo más común en México, aquí se encuadran todos los alojamientos turísticos de lugares como: Puerto Angel, Puerto Escondido, Cozumel, Barra de Navidad, Melaque, Cabo

San Lucas, Loreto, etc. El desarrollo urbano no fué planificado en estos lugares, ya que nacieron y crecieron a la sombra de los grandes centros turísticos de playa.

Los flujos turísticos a estos sitios no son grandes, ya que los turistas que visitan estos lugares (los extranjeros en su mayoría), al retornar a nuestro país, prefieren conocer nuevos destinos o aquellos donde no exista mucha concurrencia y estén tranquilos.

De manera general, los hoteles que se encuentran establecidos en estas zonas, tienen menos de 100 habitaciones, sólo superados por el hotel principal y algún otro localizado en los centros de mayor tamaño. La mayoría se ubica en las playas, puesto que las grandes empresas tienen poco interés en invertir aquí, lo cual hace que el precio de estos lotes se encuentre al alcance de la pequeña y mediana empresa.

La jerarquía de los hoteles de menor tamaño no pasa de una y dos estrellas, mientras que los más importantes son de tres estrellas y en forma excepcional de cuatro. Se pueden citar como ejemplos: Angel del Mar de 3 estrellas y 20 cuartos en Puerto Angel; El Pescador de 3 estrellas y 14 cuartos, Paraíso Escondido de 2 estrellas y 29 cuartos, El Mirador de 2 estrellas y 40 cuartos, Las Palmas de 2 estrellas y 20 cuartos, todos en Puerto Escondido. En Cozumel el Mesón San Miguel de 3 estrellas y 70 cuartos, Maya Cozumel de 2 estrellas y 30 cuartos, López de 1 estrella y 22 cuartos. En Barra de Navidad el Tropical de 2 estrellas y 50 cuartos y el Melaque de 2 estrellas y 256 cuartos en Melaque. En Cabo San Lucas, el Finisterra de 4 estrellas y 58 cuartos, Cabo San Lucas de 4 estrellas y 87 cuartos y el Hacienda de 4 estrellas y 67 cuartos, etc.

Para los hoteles de 1 a 3 estrellas, el estándar de ocupación es de 0.25 a 0.70 empleados por cuarto; finalmente, en los pocos hoteles de 4 estrellas el número de empleados sube a 1.0 por cuarto.

Desafortunadamente, no existen programas de promoción de inversiones o estímulos especiales que se dirijan a evitar que estos centros turísticos de menor tamaño, pero -- que muchas veces son más bellos y que se desarrollan lentamente sin orden ni control, sigan deteriorando paisajes únicos en el país, como por ejemplo en Barra de Navidad.

4. Hoteles de más de 200 habitaciones ubicados en -- centros turísticos de playas tradicionales con demanda interna.

Se trata de antiguos lugares de vacaciones que se iniciaron casi en la misma etapa que el centro turístico de Acapulco, pero que prosperaron al ritmo de éste, porque su atractivo básico es de menor calidad.

Tenemos como ejemplo más significativo, el de Tecolutla en el Golfo de México, que tiene demanda de turismo interno que proviene de Poza Rica, Jalapa, Pachuca, Puebla, México, D.F., y otras poblaciones cercanas; otro ejemplo lo -- constituye el hotel Playa Azul en Michoacán.

La mayoría de los hoteles que se construyeron en Tecolutla, datan de hace 20 o 30 años, manteniéndose en un estado regular de conservación sin cambiar de estructura, sólo se les ha hecho reparaciones en los lobbys y los baños de las habitaciones; reposición de parte de los muebles (en -- las áreas públicas se mantienen los muebles originales); y a la instalación en algunas habitaciones de aparatos de aire --

acondicionado individuales, pues la mayoría se mantienen con ventiladores.

Lo mismo acontece en Playa Azúl, donde se manifiesta la decadencia tanto en los establecimientos de hospedaje de la ciudad (La Loma de 45 cuartos y 2 estrellas, Playa -- Azúl de 16 cuartos y 1 estrella, María Teresa de 16 cuartos y 1 estrella), como los que se ubican en la vieja ruta a San tiago (Angelica, de 10 cuartos y 1 estrella, La Joya de 9 -- cuartos y 1 estrella y La Posada, de 10 cuartos y 1 estrella). Salvo el Hotel La Loma, los demás son explotados por fami-- lias, lo que produce que el número de personas empleadas por cuarto no pase de 0.25.

#### 5. Hoteles de playa aislados.

No es muy frecuente la construcción de este tipo - de hoteles, ya que en casi todos los lugares desarrollados - de la costa, se han formado pueblos, villas o ciudades turís- ticas. Como ejemplo tenemos al hotel Playa de Santiago de - 110 cuartos y 3 estrellas, ubicado en un extremo de la Bahía de Santiago en Manzanillo.

Se pueden dividir en dos partes:

1. Hoteles construídos hace más de 10 años; y
2. Hoteles construídos en los últimos 10 años.

Los primeros corresponden a los intentos que se hi- cieron de construir nuevos centros turísticos pero que no -- prosperaron, dejando por ende, aislados a los hoteles que -- fueron construídos como partida de grandes inversiones; el - Hotel Tenacatitla, de 2 estrellas y 100 habitaciones, ubica- do en la Bahía de Boca de Iguanas, es un ejemplo de aislamiento

to involuntario, pues actualmente labora con muy bajos índices ocupacionales.

Los segundos pueden subdividirse en dos tipos: a) - Aquellos que fueron construidos por conducto de la iniciativa pública o privada, en lotes que se encuentran estratégicamente ubicados frente al mar y como eje de futuras cotizaciones, pero que al haberse retrasado en su materialización, -- han propiciado que funcionen con números rojos, como acontece con el Hotel Bucerías, de 40 cuartos y 4 estrellas; y b) Construidos por iniciativas como la del hotel de la cadena - Hyatt en Cabo Bello a 6.5 kilómetros de Cabo San Lucas de 4 estrellas y 125 cuartos. ubicado con acceso directo desde el corredor turístico que une esta ciudad con La Paz.

En el Hotel Tenacatitla, el índice de ocupación es de 0.50 personas por cuarto, pudiendo duplicarse en los períodos de temporadas altas.

En el Hotel Bucerías, fué necesario para no deteriorar la imagen de la cadena operadora, mantener el personal calculado para su explotación y mantenimiento normales, lo que implica un estándar de 1.0 personas empleadas por habitación y una consiguiente operación con saldos negativos.

Este último ejemplo sirve para demostrar como podría funcionar en forma correcta, así tenemos al Hotel Hyatt de Baja California, el cual cumple con la condición esencial para que esta forma de alojamiento no fracase, el de ubicarse cercano a una ruta que funcione como corredor turístico y lo conecte fácilmente con los aeropuertos y otros centros turísticos no muy distantes.

## 6. Hoteles de playa tipo resorts.

Son una derivación de los hoteles aislados, pero se distinguen de éstos en concentrar una mayor cantidad de servicios deportivos y recreativos.

Es el más rentable en cuanto al número de empleos que genera por habitación, ya que su diversidad de actividades pueden elevar el número de empleados a 5 por cada cuarto.

Para el potencial turístico de México, este tipo de desarrollo es reducido, pues se cuenta solamente en los clubs Mediterráneo de Cancún, Playa Blanca y Playa Quieta - en Ixtapa, que suman 970 habitaciones; el Club Maeva en Manzanillo, que incluye al Hotel Las Hadas de 5 estrellas con 200 cuartos, y el conjunto Acapulco Princess-Pierre Marqués que tiene un campo de golf de 18 hoyos, 20 canchas de tenis, 6 albercas, varios restaurantes, bares y discoteques, centro comercial y alquiler de caballos para pasear por la playa.

## 7. Aparthoteles ubicados en centros turísticos de -- playa.

Es relativamente nueva dentro del campo turístico, pudiendo ubicarse en un punto intermedio entre el hotel y el condominio. En nuestro país se encuentra muy difundida, porque permite a los empresarios la venta del edificio en unidades a terceras personas, que bajo la forma de fideicomiso, pueden ser propietarios de un departamento.

Se instalan en lugares ya desarrollados como: Acapulco, Puerto Vallarta o en pleno desarrollo como: Cancún o Maeva Las Hadas. En la actualidad, este nuevo tipo de alo-

alamiento compite con los hoteles tradicionales, sobre la base de un menor gasto por día.

La ventaja de alojamiento en los Aparthoteles, reside en la kitchenette, que permite a los turistas preparar se sus alimentos, con lo cual ahorran un máximo de 20 dólares diarios respecto al alojamiento en un hotel de igual calidad. El personal que ocupan resulta mínimo, sólo comprende las mucamas y el personal de recepción; en algunos casos puede aumentar de 0.12 a 0.17 cuando el aparthotel ofrece otros servicios, como sucede en las Torres Gemelas de Acapulco, que cuentan con una cafetería, un bar de alberca, --servicio de vigilancia de la playa y locales comerciales.

Otra causa por la cual es reducido el número de personas que emplean estos alojamientos, se debe a que los promotores buscan concentrar en un solo edificio vertical la mayor cantidad posible de suites, como acontece con las Torres Gemelas de Acapulco, que suman 632 habitaciones con capacidad para aproximadamente 2,000 personas.

8. Casas de vacaciones ubicadas en centros turísticos de playa o de montaña.

Han sido un componente casi siempre presente en todo tipo de desarrollo turístico. Su existencia se debe a que el mercado local prefiere este tipo de alojamiento para pasar sus vacaciones en forma sistemática en el mismo lugar y rentarlas cuando no las ocupan.

Su efecto sobre el empleo directo es mínimo, pues sólo ocupa personal de vigilancia y para el mantenimiento de los jardines y áreas verdes públicas y privadas.



Independientemente del bajo rendimiento de empleos que produce, esta forma de alojamiento ha producido y esta produciendo una corriente importante de inversionistas privados.

Respecto a las casas de vacaciones en montaña, su construcción es en su mayor parte de manera espontánea, como por ejemplo: en Valle de Bravo, Cuernavaca o en Tequisquitengo. Sus modalidades de uso son diferentes de las casas de vacaciones ubicadas en zonas de playa, dado que permanecen cerradas la mayor parte del año (como en Valle de Bravo) o los terrenos y jardines son de menor tamaño (como en Cuernavaca y Tequesquitengo); de donde resulta que el número de empleos generados es menor. Se estima que no supera las 0.02 personas por cuarto.

9. Trailers Parks, Campings y Albergues de Juventud ubicados en zonas de playa o montaña.

De estos tipos de alojamiento, el más difundido en México son los Trailers Parks. Su mayor parte se han construido para satisfacer exclusivamente la demanda originada en los Estados del Sur de los Estados Unidos.

Se han ubicado principalmente en los corredores turísticos que conducen desde la frontera a las playas del pacífico o del Golfo de California y al Distrito Federal. Según su tamaño, que puede variar de 20 a 100 espacios y al número de servicios, el porcentaje de empleos generales oscila de 0.3 a 0.1 personas por espacio. El primer porcentaje corresponde a Trailers Parks, como el de Los Mochis o El Cordón en La Paz; además de los servicios de agua, luz y conexión sanitaria, tienen duchas, lavandería, jardines, alberca, tienda de víveres y cafetería. Los demás (que son la mayoría), como los de Hermosillo, Mazatlán o Ensenada, son los que únicamente tienen

servicio de agua, luz y conexión sanitaria.

10. Alojamientos en centros turísticos ubicados en lugares históricos o folklóricos.

Pueden adoptar cualquiera de estas tres formas:

- a) Moteles a la entrada de la ciudad;
- b) Hoteles en la periferia de la ciudad; y
- c) Hoteles en el centro de la ciudad.

La primera forma se presenta en ciudades como Guajalajara (Los Embajadores, de 2 estrellas y 23 cuartos, El Laurel, de 1 estrella y 14 cuartos), Pátzcuaro (San Carlos, de 2 estrellas y 10 cuartos) o Querétaro (Azteca, de 3 estrellas y 25 cuartos).

Como se aprecia, son establecimientos de tamaño reducido. Cuando llegan a prestar servicios de restaurante o cafetería, pueden emplear a 0.5 empleados por cuarto; si no cuentan con estos servicios, se reduce a 0.25 empleados por habitación, pues funcionan en base al personal de administración.

Los hoteles que se encuentran en la periferia de la ciudad o dentro de ella pero fuera del lugar histórico, tratándose de ciudades de más de 100,000 habitantes son más frecuentes que los moteles. Generalmente, su construcción es de tipo colonial, de una o dos plantas, no superan las 100 habitaciones. Como ejemplos se encuentran: El Rancho de Taxco de 3 estrellas y 60 cuartos, o la Posada Don Vasco, de 3 estrellas y 20 cuartos situado en Pátzcuaro. Tienen --

servicios como: Restaurantes, bar, tiendas de curiosidades, alberca y jardines, por lo que pueden llegar a ocupar 1.3 - personas por cuarto.

Los hoteles ubicados en el centro de la ciudad, como San Cristóbal de las Casas, con la posada en San Francisco, de 2 estrellas y 20 cuartos, además de brindar alojamiento, sirven para refuncionalizar viejos edificios de gran valor arquitectónico, colaborando con ello a su conservación.

El número de empleados es alto cuando cuentan con servicio de restaurantes, cafetería, bar y tienda de curiosidades, pudiendo ocupar de 1.0 a 1.3 personas por cuarto.

#### II. Hoteles ubicados en lagos, aguas termales o centros turísticos de montaña.

Esta variante se caracteriza por la baja permanencia de los visitantes, ya que en México no existen lagos de jerarquía internacional ni zonas de montaña aptas para deportes de nieve. Más que para satisfacer una demanda turística, funcionan como centros de recreación de la población urbana de alguna ciudad importante cercana a estos hoteles.

El Lago de Tequesquitengo, cuenta con varios hoteles, destacando el Hotel Hacienda Vista Hermosa que tiene 96 cuartos y alcanza 3 estrellas gracias a los servicios que presta, como: Restaurantes, bar, salones de recepción y de conferencias, alberca, frontón, golfito, centro nocturno, salón de juego y tiendas. Su número de empleados es relativamente alto, oscila entre 0.70 y 1.0 por cuarto. Durante los fines de semana de los meses de vacaciones, alcanza su mayor número de demanda,

Los hoteles ubicados en zonas de aguas termales curativas como Ixtapan de la Sal, tienen una demanda de personal que puede llegar a permanecer varios días, pues concurren los visitantes con fines curativos, lo cual eleva el índice de personas ocupadas por cuarto respecto a los mencionados en primer término.

## 12. Alojamiento en unidades de turismo social.

Buscan reducir tanto los costos de construcción como los de operación, por lo que el personal ocupado llega a 0.3 personas por cuarto. Son muy escasas las instalaciones de este tipo en México, tenemos como una de las que más se encuadra por su diseño con los requerimientos que debe cumplir una unidad de turismo social, la ubicada en Bahía de Banderas para fomentar las vacaciones en el mar de niños del interior del país.

Existen otras instalaciones como las de Oaxtepec, construidas por el Instituto Mexicano del Seguro Social, que han logrado elevar el estándar de personas ocupadas por las 80 hectáreas que tiene el terreno, pues su grado de confort se acerca más al de los hoteles o bungalows de explotación comercial. Posee grandes albercas populasres, canchas de deportes y un centro de convenciones; estas características lo asemejan a las de un resort, por lo que la totalidad de los empleados se debe a la capacidad de alojamientos o servicios que presta, y pueden ocupar a 1 persona por cuarto.

## 13. Hoteles en centros de convenciones.

Guardan algunas de las características de los hoteles aislados de playa y de los hoteles tipo resort, su demanda principal reside en reuniones o cursos intensivos de capa

citación de sus empleados que organizan las grandes empresas comerciales o industriales del país.

Estos establecimientos ofrecen varios servicios, - como los del Hotel Hacienda Cocoyoc, de 4 estrellas y 170 -- cuartos, con plan americano opcional que cuenta con restau- rante, bar, salón de recepciones, 7 salas de convenciones pa- ra un total de 600 personas, jardines, alberca, campo de -- golf, salón de juegos, club nocturno, alquiler de caballos y locales comerciales.

Están teniendo bastante aceptación, al grado de -- que en los últimos años, han ampliado sus instalaciones y me- jorado sus servicios, como el Hotel Hacienda Cocoyoc que ele- vó su número de habitaciones a 325. Alcanzando estándares - de ocupación de 1 a 2 personas por cuarto, pero que disminu- yen cuando el hotel está ubicado dentro de la ciudad, como - por ejemplo: el Presidente Chapultepec de 5 estrellas y 753 habitaciones, que opera con sólo 400 empleados fijos, o sea, 0.53 empleados por cuarto. Esta baja se debe, por una parte a que estos hoteles no tienen espacios libres que se puedan utilizar, y a que otro tanto de personal lo ocupan cuando se realizan congresos o convenciones y cuando el hotel supera - el 60% de ocupación, que es el volumen de usuarios para el - cual se estructuró el equipo básico de empleados.

#### 14. Moteles.

Comparándolos con el tamaño del parque automotor - y lo extenso de la red carretera de nuestro país, éstos tie- nen un desarrollo incipiente, sobre todo si se compara con - los de Estados Unidos.

La ventaja del motel es, o debería de ser, su me- nor precio y su ubicación, que permiten al viajero itinerante

o al que piensa permanecer poco tiempo en un lugar determinado, alojarse en él sin necesidad de tener que entrar a las ciudades.

Existen puntos del país, como Matehuala (punto intermedio entre Monterrey y San Luis Potosí); donde se han localizado más de 10 moteles, entre los que se puede mencionar Las Palmas Holiday Inn, de 94 cuartos y 3 estrellas que completan el servicio de alojamiento con: Restaurante-bar, alberca, juegos infantiles y tienda de tabacos; pero la mayoría reduce su servicio al alojamiento, cafetería y eventualmente alberca y jardín.

Por sus ventajas, permite reducir los gastos de pago de salarios, al funcionar con un número de empleados que no supera los 0.25 por cuarto, elevándose excepcionalmente a 0.4 o 0.5 cuando funciona con turistas que permanecen durante el día o se alojan más de una noche y visitantes que van a pasar su fin de semana a los mismos. (30)

- (30) Boullón, Roberto. "Características de los Servicios de Alojamiento Turístico en México y su contribución a la generación de empleos", México, INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL (Escuela Superior de Turismo), 1981. pp. 1-32.

R) EVALUACION ECONOMICA DEL TURISMO EN LA BALANZA DE PAGOS.

En el ámbito internacional, se puede afirmar que es muy difícil que exista un país que no realice intercambio de mercancías y servicios con los demás países, con la finalidad de allegarse recursos que le permitan satisfacer las necesidades que demanda el crecimiento económico. Esas transacciones que efectúa en el exterior se van a registrar en un instrumento contable que se denomina "BALANZA DE PAGOS", donde se anota el valor monetario de entradas y salidas de bienes y capitales, representadas en las cuentas corrientes de capitales.

Poul Host Madsen, define a la Balanza de Pagos como: "El registro de los ingresos y pagos monetarios realizados entre un país y el extranjero, y a la diferencia entre unos y otros se le llama superávit o déficit". (31).

También define al superávit y déficit como: El saldo de las transacciones autónomas cuyo financiamiento es previsto por las autoridades monetarias. (En México es el Banco Central la autoridad monetaria).

Las transacciones que comprende la Balanza de Pagos se dividen en tres categorías:

1. Transacciones en Bienes y Servicios
2. Pagos de Transferencia, y
3. Transacciones de capital y oro monetario.

(31) Host Madsen, Poul. "La Balanza de Pagos: Su significado y utilización", Fondo Monetario Internacional, Washington, D.C. 1967, pp. 1-6.

Las estadísticas de la Balanza de Pagos, constituyen un instrumento para el análisis que vincula la actividad económica de un país a sus transacciones con el resto del mundo.

Las transacciones mencionadas, son el mecanismo mediante el cual el impulso económico de un país trasciende al resto de los países. Por ende, representan un factor taxativo que debe tomarse en cuenta al formular políticas encaminadas a fomentar la producción y el crecimiento de una nación; tales políticas se ponen de manifiesto en mayores demandas de bienes y servicios externos. de ahí que puedan, si se abusa de ellas, traer consigo pérdidas en las reservas o en términos más precisos, producir un déficit en la Balanza de Pagos que exija la adopción de medidas correctivas, (como sucede en nuestro país actualmente).

El superávit o déficit, sólo representa el saldo de determinado grupo de transacciones, las demás transacciones quedan, por así decirlo, excluidas de la Balanza de Pagos propiamente dicha, y se considera como que la financian. En la jerga de los técnicos de la Balanza de Pagos, todas las partidas de ésta, se dividen en: a) Transacciones sobre la línea, que son las que configuran el superávit o déficit, y b) Transacciones debajo de la línea, que representan el financiamiento del saldo total, ya sea positivo o negativo.

Las transacciones que figuran debajo de la línea, representan las reacciones de las autoridades financieras frente a varios movimientos espontáneos, las cuales no piensan en términos de transacciones aisladas, sino más bien de su financiamiento o compensación en forma global.

En realidad, para determinar si hay superávit o déficit es un aspecto normativo, o sea, ofrecer una pauta para



la política económica.

De tal manera, que un déficit es un saldo negativo, (los débitos superan a los créditos), derivado de ciertas transacciones, (las partidas sobre la línea), que habrá de causar inconvenientes si se torna considerable y persistente. Para evitar que esto suceda es preciso hacer algunos ajustes en la Balanza de Pagos y, generalmente en la economía interna. El superávit será un saldo positivo derivado de las mismas transacciones.

Sin embargo, los expertos discrepan en cuanto al concepto de superávit y déficit.

En la práctica, el país que presenta déficit es el que debe reajustar su Balanza de Pagos.

La Cuenta Corriente se integra por la Balanza Comercial y la Balanza de Servicios, esta última comprende los intercambios intangibles de servicios, donde van a destacar el turismo al interior y fronterizo.

Por lo tanto, tenemos que dentro del intercambio turístico de México con el exterior, se distinguen dos tipos fundamentales de visitantes:

1. Aquellos que viajan exclusivamente a las zonas fronterizas, y
2. Los que se internan más allá de nuestras fronteras. Cuyas características, cantidad y comportamiento tienen diferencias notorias, por lo que es necesario efectuar en forma separada, tanto un cálculo como su registro en la Balanza de Pagos.

En la Cuenta de Turismo se van a registrar como ingresos; únicamente los gastos que realizan en el interior -- del país los turistas que residen en el extranjero, en tanto que los gastos realizados por los mismos en nuestras zonas - fronterizas, se incluirán en la Cuenta de Transacciones Fron- terizas de manera similar, los egresos por turismo están -- constituidos por los gastos que efectúan los turistas resi- dentes en el país, que viajan más allá de la zona fronteriza norteamericana o que permanecen más de tres días en la misma. Los gastos de los turistas que permanecen menos de 72 horas en el mencionado perímetro, se consideran dentro de los egre- sos por transacciones fronterizas.

Los gastos que se incluyen en la Cuenta de Turismo, son aquellos que se efectúan por concepto de: Transporte lo- cal, hospedaje, alimentación, diversiones, compra de artícu- los de uso personal y de regalo, atención médica, etc., de - los cuales se excluyen los gastos por concepto de compra de - mercancías con fines comerciales, inversiones, etc., o sea, todos los gastos que no se encuentren relacionados con la ac- tividad propia del turista.

Cabe señalar, que los gastos efectuados por con- -- cepto de pasajes internacionales, no se computan en esta Cuen- ta, sino en la de Transportes Diversos.

Para calcular los ingresos y egresos por concepto de turismo, se toma como base la información obtenida direc- tamente de los turistas, mediante encuestas por muestreo que lleva a cabo la Subdirección de Investigación Económica del Banco de México.

Con tales encuestas, además de los datos básicos - para el cálculo del gasto, se capta información adicional pa-

ra el estudio y análisis del fenómeno turístico.

A continuación, expondré un cuadro en el cual se contendrán los períodos de 1970 hasta 1983, realizando un análisis respecto al turismo receptivo y al turismo egresivo.

EVALUACION DEL TURISMO.

PERIODO	INGRESOS (MILLONES DE DOLARES)	EGRESOS	SALDOS	RECEPTIVO (MILLONES DE TURISTAS)	EGRESIVO	VARIACION
1970	415	191.4	223.6	2,250	1,165	1,085
1971	461	200	261	2,509.4	1,209.1	1,300.3
1972	562.6	259.7	302.9	2,914.5	1,428	1,486.5
1973	724.2	303	421.2	3,226.3	1,670.8	1,555.5
1974	842	391.6	450.4	3,362.2	1,905.4	1,456.8
1975	800.1	445.8	354.3	3,217.8	2,239.6	978.2
1976	835.6	423.1	412.5	3,107	1,977.1	1,129.9
1977	866.5	396	470.5	3,247	2,100	1,138
1978	1,121.1	519	602	3,753.9	2,237.9	1,516
1979	1,443.3	713.6	729.7	4,134.3	2,755.5	1,378.8
1980	1,671.2	1,048.2	623	4,166.2	3,406.5	759.7
1981	1,759.6	1,571.1	188.5	4,030	3,959	79.0
1982	1,405.9	787.7	618.2	3,768	2,671	1,097
1983	1,600	500	1,200	3,505(+)	1,303(+)	2,202(+)

(+) BANCO DE MEXICO. Datos de Noviembre de 1983. Cifras preliminares.

Como se puede apreciar, a partir de 1970 la contri bución del turismo al producto interno bruto ha fluctuado en tre el 3.0 y 3.5% del total; en forma adicional han sido re- levantes sus efectos secundarios respecto de la demanda de - bienes industriales, agropecuarios y comerciales. Por lo -- que concierne a la captación de divisas en apoyo a la Balan- za de Pagos en el período aludido, osciló entre el 9.3 y -- 13.4% de la Cuenta Corriente, excluyendo las exportaciones - de petróleo.

De este período hasta el año de 1980, el turismo - se mantuvo con un desarrollo sostenido, el cual se vió inte- rrumpido durante 1975-1976. En los últimos años se ha obser- vado una tendencia decreciente del saldo favorable de la Ba- lanza Turística, principalmente como consecuencia de la so- brevaluación cambiaria, lo que ocasionó que se incrementara notablemente el turismo egresivo de los nacionales, y se es- tancara el turismo receptivo. Esto trajo aparejado consigo que disminuyera la aportación de divisas que ha hecho el tu- rismo y subsanar la insuficiencia que ha existido en el aho- rro interno.

La fluctuación que ha tenido el turismo receptivo - en la economía nacional, se debe a las razones siguientes: - La baja calidad de algunos de los servicios, inadecuada polí- tica de precios, la falta de un producto diferenciado y com- petitivo, manejo inadecuado de la promoción y comercializa- ción, la sobrevaluación cambiaria, la mala situación económi- ca de los países que mantenían una afluencia constante de vi- sitantes hacia el país, y las restricciones al transporte in- ternacional. El turismo receptivo (de internación y frontere- rizo), proviene la mayor parte de los Estados Unidos de Nor- teamérica, lo que provoca que el turismo de nuestro país de- penda de las fluctuaciones que tenga la economía norteameri- cana.

Las vías de comunicación utilizadas por el turismo proveniente del exterior, han tenido un desaceleramiento en el turismo que viaja por carreteras en los últimos cinco -- años, disminuyendo en términos absolutos en 1982. Tal situación, se debe en parte a las deficiencias de la infraestructura, de los servicios de apoyo y los complementarios.

En lo referente al turismo egresivo, éste se incrementó sustancialmente hasta 1981, entre otras razones por el incremento del ingreso económico de algunos estratos de la población que no viajaban al extranjero; porque se agudizó el proceso inflacionario; y el rezago que se dió en el ajuste de la paridad de la moneda nacional con relación al dólar, lo que trajo como consecuencia que se encarecieran los servicios turísticos nacionales respecto a los ofrecidos en el extranjero.

Por otra parte, la sobrevaluación del peso, la falta de abastecimiento de mercancías nacionales, la deficiente infraestructura urbana y turística, y los trámites aduanales y migratorios, que ocasionan demoras y molestias a los visitantes de nuestro país, limitaron las posibilidades de captación del mercado fronterizo de los Estados Unidos.

El turismo egresivo fronterizo se incrementó en -- los últimos años tanto en número como en volúmen de gasto de nuestros nacionales en el exterior, principalmente se dió este aumento debido al desequilibrio que produjo el control de cambios (implementado por el expresidente López Portillo al final de su sexenio).

El turismo interno se incremento a partir de 1977, pero ha disminuído después del mes de mayo de 1982. (32)

---

(32) Madrid Hurtado, Miguel de la. Ob. Cit., pp. 371-372.

Del análisis anterior, se puede concluir que el turismo se ha convertido para el país en una actividad prioritaria, puesto que actualmente coadyuva a financiar junto con las transacciones fronterizas el déficit comercial de la Balanza de Pagos. Por ejemplo: en 1970 el turismo produjo -- 415,048 millones de dólares, lo cual representó el 51,6% del déficit comercial, correspondiendo al año de 1979 el 66% de ese total.

El año pasado ingresaron al país 3,505,000 turistas que realizaron un gasto de 1,600,000 millones de dólares, por lo que es indudable que el sector turístico sigue contribuyendo al financiamiento del déficit de la Balanza de Pagos en México. (+)

Es inobjetable también, que la captación de divisas por concepto de turismo son las que mayor estabilidad -- han mostrado dentro del conjunto de los componentes de la Balanza de Pagos del país, ya que su incremento ha sido constante y firme año tras año.

Reiterando lo anterior, el turismo ha sido y es un factor importantísimo que ha permitido que se financie el desarrollo económico de nuestro país a un ritmo mayor del que hubiera sido factible lograrlo con el ingreso obtenido por medio del comercio de mercancías y la obtención de capitales del extranjero; con la ventaja de que el financiamiento que se ha logrado con los recursos obtenidos por el turismo, es equivalente a que se incorpore en forma definitiva como patrimonio de México, ya que de no haber contado con esta fuente de ingresos, el endeudamiento externo o la inflación que actualmente padecemos, habría adquirido grandes proporciones;

---

(+) Cifras preliminares. BANCO DE MEXICO. Datos de Noviembre de 1983.

o la tasa de desarrollo hubiera sido inferior en detrimento de nuestra economía, lo cual requiere de una gran cantidad de divisas, y que mejor que sean obtenidas éstas a través de nuestra "Industria sin Chimeneas".

## CONCLUSIONES.

1. No existe uniformidad de criterios en cuanto a los conceptos de turista y turismo, ya que algunos autores los enfocan desde el punto económico o social. Considero que el criterio que se debe tomar en cuenta ante todo es el jurídico, puesto que éste delimita que se entiende por turista y sus diversas calidades, así como las relaciones que se derivan del turismo.
2. Sea cual fuere el origen de las palabras "turista" o "turismo", finalmente ambos conceptos se tomaron del francés "tour" para utilizarse en otros idiomas.
3. Se puede simplificar la división del turismo, independientemente de las formas estudiadas, en tres categorías: 1a. Turismo nacional.- Que es el que realizan -- los viajeros dentro de su propio territorio o país; 2a. Turismo egresivo.- Realizado por viajeros que salen del país, y 3a. Turismo receptivo.- Efectuado por viajeros residentes en el exterior a un país distinto del de su origen.
4. Nuestro país tiene un lugar privilegiado en comparación con otros países, ya que posee una gran cantidad de recursos naturales, climas diversos, atractivos turísticos, folklore, etc., lo que le permite a los turistas nacionales y extranjeros la mayor comodidad y disfrute durante su estancia. Todo ello, hace de México un país turístico por excelencia. Pero se deben explotar racionalmente los atractivos turísticos actuales, y tomar las medidas pertinentes con los de carácter potencial antes de que se inicie su explotación para evitar su deterioro o pérdida y no les suceda lo mismo que a otros atractivos.



5. La situación internacional es uno de los factores principales que van a condicionar el que exista o no una afluencia constante de turistas. No visitarán un país que se encuentre amenazado por una intervención militar, en guerra civil u otra situación similar. México, en este aspecto goza de un clima de paz que se ha prolongado por más de 6 décadas, lo cual es un gran incentivo para los turistas extranjeros.
6. Otro factor determinante lo constituye el ingreso económico de los turistas que viajan al país receptor, ya que depende de éste las decisiones que tomen y el menor o mayor tiempo de estancia en el país que visitan. Son los turistas provenientes de Estados Unidos los que vienen en mayor porcentaje a México por tener un ingreso superior al de muchos otros países, reportándonos la mayor cantidad de divisas.
7. La situación cambiaria es un elemento esencial para que la corriente turística extranjera se incremente o disminuya, es obvio que los turistas extranjeros visitarán aquel lugar en el que les rinda más su dinero. Dada la situación crítica que padece México, la paridad cambiaria de nuestra moneda ha tenido ajustes respecto al dólar, lo cual repercutirá favorablemente para el turismo extranjero si se realiza una buena promoción para que éste viaje hacia nuestra República.
8. Las vías de comunicación son otro de los factores determinantes para que se pueda desarrollar el turismo, porque permiten que la actividad de un país se incremente en todos los ámbitos, proporcionando por ende, mejores servicios a los turistas y a los residentes del lugar visitado.

9. Existe unidad de criterios en afirmar que el turismo nacional es un fenómeno reciente, ya que surgió con posterioridad al movimiento revolucionario de 1910; y - que la industria Turística Nacional, tuvo su mayor auge dentro del período presidencial del Lic. Miguel Alemán Valdés, ya que ocupó un lugar privilegiado en la planeación social y económica del país, irrumpiendo México con gran competitividad en el ámbito internacional.
10. Nuestra legislación en materia turística, otorga - amplias facilidades a los turistas extranjeros para su internación o salida del país a través de franquicias; en el aspecto impositivo, los exenta del pago de impuestos y les concede franquicias de carácter especial. Esto constituye indudablemente un aliciente más para que viajen hacia nuestro país y como resultado nos reportará mayor divisas.
11. Tanto la Secretaría de Turismo como la Procuraduría Federal del Consumidor y sus leyes respectivas, -- coinciden en proteger al turista en un punto que estimo muy importante: Como consumidor de bienes o servicios; y con la restitución de facultades otorgadas a la Secretaría de Turismo para vigilar y sancionar la prestación de servicios turísticos, ahora sí podrá cumplir con las finalidades y atribuciones que le competen para bien de nuestro turismo.
12. El objetivo de que se reglamenten los servicios turísticos, es elevar la competitividad del sector turismo a nivel internacional; para que se incremente el turismo; por lo que la nueva Ley Federal de Turismo se debe aplicar estrictamente, para terminar con los abusos que cometen los prestadores de servicios turísticos (lo

cual sucede con mucha frecuencia). Esta nueva Ley beneficiará tanto a los turistas nacionales como a los extranjeros, pues estarán protegidos como debe ser.

13. Ante las coyunturas del mercado, se jerarquizaron los ámbitos de promoción, otorgándosele prioridad al mercado americano y canadiense; y como diversificación de mercados con resultados a largo plazo al japonés, sudamericano y europeo. Por lo tanto, la investigación de mercados es un elemento importantísimo para tener un mejor y mayor desarrollo y efectividad de nuestra actividad turística.
14. El financiamiento y estímulos fiscales, se le debe otorgar principalmente a la pequeña y mediana industria que se dediquen a la prestación de servicios turísticos para su desarrollo; pues las grandes empresas (esencialmente las transnacionales), no lo requieren, por tener recursos suficientes para realizar sus actividades.
15. Propongo que en base a la política actual de fomentar el turismo social, que a este tipo de turismo se le otorgue mayor financiamiento, para darle validez al Artículo 123 Constitucional, relativo al derecho a la recreación que deben tener todos los trabajadores; porque aunado al turismo escolar y educativo, se podrá lograr la identidad nacional que se persigue en el régimen vigente; ya que primero debemos conocer nuestro país para que nos identifiquemos como mexicanos, y así poder comprender y resolver los problemas que nos aquejan.
16. Se debe impartir una educación turística a todos los habitantes de este país, no solamente a los prestadores de servicios turísticos. para que no se vea a los turistas nacionales o extranjeros como un negocio, sino

que sientan la hospitalidad y calor humano de todos y cada uno de los lugares que visiten, ya que el mejor elogio que nos pueden hacer es que vuelvan a visitar la región o país.

17. Procurar que el trato que se les brinde a los turistas nacionales, también sea amable y cortés, que no sientan la diferencia de atenciones respecto de los turistas extranjeros, ya que compensan en gran medida la falta de divisas cuando el turismo receptivo no viaja a nuestro país, (el cual sólo concurre en determinadas temporadas del año).
18. El Consejo Nacional de Turismo durante el tiempo que estuvo funcionando, respondió en gran manera en la promoción y fomento del turismo, para que éste se desarollara y alcanzase la importancia que ha adquirido. - como gran coadyuvante de nuestra economía, con los beneficios inherentes al mismo como: Generador de empleos, fuente de divisas, etc.
19. Se le debe otorgar mayor atención al Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, para que pueda - cumplir efectivamente con su finalidad de promover la tecnificación del turismo en México, mediante los estudios socio-económicos y difundir las técnicas modernas, para un mejor desarrollo y evolución de la actividad turística.
20. Los servicios que se prestan a lo largo de las carreteras, como cafeterías o restaurantes, son deficientes en cuanto a instalaciones y de baja calidad; por - lo que se debe fomentar el alojamiento y los servicios para el turismo que se desplaza por las carreteras, lo cual se puede lograr por medio de moteles y servicios.

de reparación para automóviles y venta de gasolina.

21. El sistema ferroviario se encuentra poco desarrollado, ya que debido a su antigüedad sólo permite bajas velocidades; por ende, se debe modernizar este medio de transporte, ya que existe una gran cantidad de viajeros que no utiliza el ferrocarril por ser muy lento. Por el volúmen de usuarios que puede llevar, coadyuvaría a obtener un ingreso económico bastante aceptable para nuestro turismo.
22. Además del transporte aéreo que ha buscado una integración con otros servicios turísticos, principalmente con el de alojamiento, para estructurarse en paquetes, los demás medios de transporte deben realizar acciones similares para que su capacidad de venta aumente.
23. Se debe promover más los vuelos fletados hacia México, para que una gran cantidad de turistas extranjeros nos visiten, ya que si no lo hacen, se debe a las tarifas altas con que opera el transporte aéreo. En relación al turismo social, podría ser de gran ayuda, pero debido a los altos precios con que opera lo hacen inaccesible para este tipo de turismo.
24. En cuanto al transporte marítimo, es importante que se acondicionen lugares especiales en las bahías y puertos marítimos de los litorales mexicanos. con la finalidad de que una mayor cantidad de trasatlánticos efectúen escalas de varios días en los lugares que cuentan con este servicio, lo cual producirá una derrama importante en la economía nacional por el gasto que realizarán los miles de turistas que viajan en ellos.

25. Si nuestra Industria sin chimeneas ha sufrido des censos en la captación de divisas por parte del turismo receptivo, se debe fundamentalmente a las deficiencias de la infraestructura turística, de los servicios de apoyo y los complementarios; por lo que es urgente reconsiderar esta situación para bien de nuestra economía dada la crisis actual.
26. El turismo en la economía nacional representa una fuente de divisas muy importante; es un factor que genera empleos y subempleos. Menciono el término de sub empleos, porque el personal que es contratado por los prestadores de servicios turísticos como: Barrenderos, lavacoches, choferes, meseros, etc., sólo es por tempo rada alta, o sea, cuando existe mayor afluencia turística, y una vez que pasa ésta es despedido el personal contratado.
27. Un acontecimiento relevante que nos reportará sin lugar a dudas un ingreso de divisas muy importante, lo constituye el Mundial de Fútbol que se efectuará en -- nuestro país en 1986, ya que asistirán millones de turís tas extranjeros a presenciar tal evento deportivo. Por tal motivo se deben mantener en buenas condiciones las instalaciones turísticas de México, y sobre todo, que los precios sean congruentes con la prestación de ser vicios.
28. Es tal la importancia que tiene el turismo en nues tra economía, que en algunas ocasiones ha sido decisivo en la balanza de pagos, ya que ha llegado al grado de -- equilibrar y aún de superar la balanza comercial del -- país.

29. El Control de Cambios implementado al final del sexenio pasado, fortalecerá inobjetablemente nuestro turismo en la Balanza de Pagos, puesto que se evitará la fuga de divisas por concepto de miles de millones de dólares con la no salida de turistas nacionales, -- por haberse restringido el numerario para poder viajar al exterior.

30. Haciendo una evaluación, es indudable que la captación de divisas por concepto de turismo, son las que han observado mayor estabilidad dentro del conjunto de elementos que conforman nuestra balanza de pagos, ya que ha sido constante y firme a través de los años. Por lo que reitero, que si no se hubiese contado con esta fuente de divisas, la economía del país se habría agravado aún más; y ya que ésta requiere de una gran cantidad de divisas, que mejor forma de obtenerlas sino a través de nuestra "Industria sin chimeneas".

B I B L I O G R A F I A .

- BOULLON ROBERTO. "Características de los servicios de Alojamiento Turístico en México y su contribución a la generación de empleos", México, Politur, 1981.
- BRAVO CARO RODOLFO. "Guía del Extranjero", México, Porrúa, 1983.
- CONSEJO NACIONAL DE TURISMO. 15 lecciones de Turismo, México, 1963.
- DE LA MADRID HURTADO MIGUEL. "Plan Nacional de Desarrollo - 1983-1988", México, Secretaría de Programación y Presupuesto, 1983.
- DE LA TORRE PADIILA OSCAR. "El Turismo: Fenómeno Social", - México, Fondo de Cultura Económica, 1981.
- DEPARTAMENTO DE TURISMO. Memoria de Labores, México, 1974.
- GONZALEZ A. ALPUCHE RAFAEL. "En Torno al Derecho Turístico y sus Instituciones Fundamentales", México, Asociación Nacional de Abogados, 1971.
- HELIODORO VALIE RAFAEL. "Breve Historia del Turismo en México", México, Excélsior, 5-Septiembre-1955.
- HERRERIAS ARMANDO. "El financiamiento en la Industria Turística Mexicana. Actualidad, efectos y problemática", México, Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, 1982.



HERRERIAS ARMANDO. "El Turismo a la vista de los postulados político-doctrinales del movimiento revolucionario", Comisión Técnica de Turismo del P.R.I., México, 1964.

HOST MADSEN POUL. "La Balanza de Pagos: Su significado y utilización", Washington, D. C., Fondo Monetario Internacional, 1967.

INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS. "Apuntes para el curso de introducción al Estudio del Turismo", México, 1974.

INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS. "Organismos de Turismo en México", México, 1982.

JUAREZ CASIMIRO JUANA Q. y MUÑOZ LLAMAS LILIA A. TESIS: "Financiamiento para el Turismo Social en México", México, Escuela Mexicana de Turismo, 1981.

MARIOTTI ANGELO. "Curso de Economía Turística", México, Novara, 1933.

NACIONAL FINANCIERA, S. A. "Principales Fondos de Fomento - Económico 1982-1983", México, Futura Editores, 1983.

NOVO VALENCIA GERARDO. "Diccionario General de Turismo", México, Diana, 1977.

ORTUÑO MARTINEZ MANUEL. "Introducción al Estudio del Turismo", México, Textos Universitarios, 1966.

RAMIREZ BLANCO MANUEL. "Teoría General de Turismo", México, Diana, 1982.

RAMIREZ MONTAÑO PATRICIA. El Heraldó de México, México, 27-Diciembre-83.

REYES ROMERO ERIC y TAPIA OLVERA RICARDO. TESIS: "El Turismo en la crisis económica actual", México, Universidad Nacional Autónoma de México, (Facultad de Administración), 1983.

RIOS RUIZ ARTURO. 2a. de Ovaciones, México, 19-Marzo-1984.

ROMERO HECTOR MANUEL. "Sociopsicología del Turismo", México, Ediciones Daimon de México, 1977.

#### L E G I S L A C I O N :

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, México, Porrúa, 1984.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION. 6-Febrero-1984.

LEY GENERAL DE POBLACION Y SU REGLAMENTO, México, Porrúa, -- 1984.

LEY FEDERAL DE DERECHOS PARA EL EJERCICIO FISCAL DE 1984.

LEGISLACION ADUANERA, México, Porrúa, 1984.

LEY FEDERAL DE TURISMO, México, Porrúa, 1984.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, México, Porrúa, -- 1984.

LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL, México, -  
Porrúa, 1984.

ORGANISMOS CONSULTADOS.

BANCO DE MEXICO.

CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR).

INFOCADI (INFORMACION DE LA CAMARA DE DIPUTADOS).

INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS.

NACIONAL FINANCIERA, S. A.

PROCURADURIA FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

SECRETARIA DE TURISMO.