



ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

"ACATLAN"
FACULTAD DE DERECHO

EMPRESAS TURISTICAS

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
MARIA DE LOURDES CORNEJO OLVERA



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 esta 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 .

INTRODUCCION.

CAPITULO I

LA EMPRESA EN MEXICO

- 1) Concepto.
- 2) Elementos de la empresa
- 3) Empresa Pública y Empresa Privada

CAPITULO II

EL TURISMO

- 1) Etimología de la palabra Turismo
- 2) Concepto de Turismo
- 3) Expansión de los Servicios Turísticos.
- 4) Medios de Difusión del Turismo.
- 5) Funciones Socioeconomicas y Culturales del Turismo.

CAPITULO III

DERECHO Y TURISMO

- 1) Fundamento Constitucional de la Ley --
Federal del Turismo.
- 2) Autoridades en Materia Turística.
 - A) Secretaria de Turismo
 - B) Consejo Nacional de Turismo
 - C) Derechos y Obligaciones de los prestadores
de Servicios Turísticos.

CAPITULO IV

LAS EMPRESAS TURISTICAS.

- 1) Las Empresas de Transportes
- 2) Las Empresas de Alojamiento
- 3) Las Empresas de Alimentos y Bebidas.
- 4) Las Empresas de Recreación y Esparcimiento.
- 5) Las Empresas de Guías de Turistas, Choferes y -
Similares.
- 6) Las Empresas de Agencias de Viajes.
- 7) Las Empresas y La Mercadotecnia.

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFIA.

P R O L O G O

El turismo no solamente es recreación y esparcimiento sino un producto de comercialización de la sociedad de consumo y que beneficia al empresario, al turista y al país particularmente.

Hay es un fenómeno tan complejo que necesita de una técnica que lo dirija, una disciplina que lo regule y una capacitación que lo opere. En nuestro país la necesidad de investigación y capacitación turística es vital, ya que estando tan rutinaria, y deficiente, esta requiere de una administración y enseñanza mayoritaria que abarque más allá que el estudio de la Economía, disciplina y mercado.

No es idea que la Disciplina Jurídica del Turismo deba constituir se como una rama específica del derecho, sino que se considera que las figuras jurídicas ya reguladas en los ordenamientos civiles y administrativos de México sean más proporcionales.

INTRODUCCION

Es sorprendente la manifestación que hasta nuestros días ha tenido el fenómeno del turismo, debido a las importantes repercusiones en la existencia de los pueblos, tanto en el aspecto social, económico y cultural haciendo una merecida atención; tanto para los gobiernos como para los sectores privados cada vez más amplios que en forma directa o indirecta participan de sus beneficios. Desde las épocas más remotas en que los peregrinos y romeros impulsados por sentimientos religiosos, o los viajeros atrevidos, que llevados por el espíritu de aventura o curiosidad o tal vez por otras razones, emprendían andanzas en que constante mente debían desafiar los múltiples peligros y fatigas que iban en forma colineal.

Hoy el turismo ha dejado de ser privilegio de unos cuantos, para convertirse en un imperativo social al que todos tenemos derecho.

El turismo es el medio más noble para descubrir, explorar y comprender para entablar amistad entre los hombres y entre los pueblos.

La influencia y el ordenamiento que el Derecho Administrativo ejerce sobre la actividad turística bajo la égida de una planeación de interés público.

Si el turismo es un fenómeno de regulación y consecuencias jurídicas, como señala el Doctor Villar Palasi. Cuando se trata de las relaciones jurídicas del turismo se nos presenta una doble dirección; proteger al turismo y la industria turística, fines frecuentemente antagónicos. Este noble propósito se transforma diáfananamente en la Ley Federal del Turismo en su Artículo 1º. cuando señala como su propio objeto: El fomento del turismo y la protección de la actividad turística.

Partiendo de que toda empresa turística tiene por función una actividad turística y que dicha actividad puede ser realizada por personas o titulares no turísticos.

En el presente estudio, que constituye el tema de Empresas Turísticas, se iniciará con un análisis de Empresa, como negociación mercantil de estos, como organizaciones de los factores de producción en México.

CAPITULO I

LA EMPRESA EN MEXICO

La empresa en México es concebida, como una sociedad mercantil, salvo cuando se integra como un establecimiento mercantil. Entendiéndose por establecimiento mercantil, el lugar donde se ubica la empresa. (Su localización produce efectos jurídicos tales como la competencia judicial y registral en los negocios que la empresa interviene).

Andrés Serra Rojas en su libro Derecho Administrativo dice al respecto - de empresa mercantil: (1)

"Por empresa mercantil debemos entender aquella actividad económica que organiza los elementos de la producción con un espíritu de lucro. Federic Benham, Cruso Superior de Economía Política, México, 1941 nos dice: "La empresa es una unidad de producción independiente y el que la proyecta es el empresario".

El Código de Comercio en su Artículo 75 Fracciones V a XI, hace alusión a la empresa; así como la Ley de Sociedades Mercantiles, la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos, la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, la Ley de Instituciones de Crédito. En cuanto a lo que se refiere a la empresa éstas leyes mencionadas anteriormente son las que regulan a la empresa.

La empresa es fundamentalmente una unidad económica, al mismo tiempo que es una unidad jurídica; la empresa requiere de un capitalista y un empresario, siendo el primero el que aporta el capital de la empresa y el empresario el que asume la organización, funcionamiento y responsabilidad de la empresa.

(1) Andrés Serra Rojas, Derecho Administrativo. Tomo I, Página 681. Edición Novena. Editorial Porrúa. México, D.F. 1979.

Rafael de Pina Vara señala respecto a la empresa que nuestra legislación mercantil, no reglamenta a la empresa en forma orgánica, sistemática considerada como una unidad económica. Esto es, que limita o regula en forma particular, algunos de sus elementos; (nombres comerciales, marcas, patentes). Sin embargo, existen un gran número de disposiciones que reconocen la existencia de la empresa, y procuran evitar la desintegración de la unidad económica que representa en beneficio de nuestra economía.

Por lo que respecta a la conservación de la empresa, la Ley de Quiebra y Suspensión de Pagos señala que: "no solo como tutela de los intereses privados que en ella coinciden, sino sobre todo como salvaguardia de los intereses colectivos que toda empresa representa." (exposición de Motivos de la Ley de Quiebra y Suspensión de Pagos).

Rafael de Pina Vara con respecto a la empresa dice: (2)

El comerciante a través del ejercicio del comercio realiza la aportación en el mercado de bienes y servicios, con fines de lucro esta actividad es llevada a cabo por el comerciante en forma individual o social a través de los elementos patrimoniales y personales necesarios, elementos que en su conjunto integra a su empresa.

El mismo Rafael de Pina Vara menciona a Barrera Graf. de su libro Tratado de Derecho Mercantil. (Vol. 1 Pág. 174), al mencionar a la empresa:

"La empresa es pues, la organización de una actividad económica - que se dirige a la producción o al intercambio de bienes o servicios - para el mercado."

Y por lo que respecta a Barssi, del mismo Rafael de Pina cita: " Ha dicho que la empresa es la organización profesional de una actividad económica del trabajo y del capital tendiente a la producción o al cambio es decir, a la distribución de bienes y servicios".

(2) Rafael de Pina Vara. Elementos de Derecho Mercantil Mexicano. Páginas 28 y 29. Edición Decimoquinta. Editorial Porrúa. México, DF 1982.

El proyecto del Código de Comercio Mexicano (Art. 616), entiende por empresa o negociación mercantil; el conjunto de trbajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos, coordinados para ofrecer, con propósito de lucro y manera sistemática, bienes y servicios.

La Ley Federal del Trabajo (Art. 16) entiende, por empresa a la unidad económica de producción o distribución de bienes - o servicios y hace referencia por lo que entiende por establecimiento; como la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa. (Agencia de viajes, restaurantes).

Por lo que se refiere al concepto de empresa José Francisco Rufz Massieu opina (3).

"Una empresa es la organización de los factores de producción con el objeto de elaborar o distribuir bienes y servicios en el mercado."

Y cita al respecto:

"Son empresas las sociedades mercantiles o civiles, las asociaciones civiles, los fideicomisos, las agrupaciones de productores, las fundaciones cuando producen o distribuyen bienes y servicios en el mercado, y las organizaciones públicas personificadas si tienen objeto económico."

El estudio de éste trabajo es precisamente la empresa que se dedica a la prestación de servicios turísticos, y que obviamente se presentan en el mercado en empresas privadas o empresas públicas.

(3) José Francisco Rufz Massieu. La Empresa Pública en México. Ed. Instituto Nacional de Administración Pública. Edición Primera. Pág. 27 México, D.F. 1980.

2.- ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Los elementos de la empresa de acuerdo a Rafael de Pina Vara son: (4)

- 1.- El empresario (comerciante individual o social)
- 2.- La hacienda o patrimonio de la empresa.
- 3.- El trabajo.

Dichos reglamentos son dentro de la empresa un conjunto en armónica organización y comprende:

1.- El Empresario:

La empresa puede ser manejada por una persona física, (comerciante individual) o por una sociedad mercantil (comerciante social); se habla según el caso de empresario social, o empresario individual. El empresario es el dueño de la empresa, que organiza el manejo con fines de lucro.

2.- La hacienda o patrimonio de la empresa:

Se denomina hacienda al conjunto de los elementos patrimoniales que pertenecen a la empresa; esto es el conjunto de bienes materiales e inmateriales, organizados por el empresario para el ejercicio de su actividad mercantil. La hacienda está constituida por los bienes y medios con los cuales se desenvuelve una actividad económica y se consigue el fin de la empresa. La hacienda es el patrimonio de la empresa.

3.- El trabajo:

Está constituido por el personal al servicio de la misma. Se ha dicho que es fundamental en la empresa la organización del trabajo ajeno, la situación y las relaciones de este personal se rigen por la Ley Federal del Trabajo.

Estos elementos de la empresa coadyuban entre sí, con la finalidad de rendir beneficios a la misma.

(4) Rafael de Pina Vara. Elementos de Derecho Mercantil Mexicano. Página 29. Edición Decimoquinta. Editorial Porrúa. México, D.F. 1982.

Según José Francisco Ruíz, los elementos del concepto de empresa pública son: (5)

- 1.- Organización económica para producir o distribuir satisfactores en el mercado.
- 2.- Personalidad jurídica propia (salvo el fideicomiso público)
- 3.- Patrimonio propia o patrimonio autónomo.
- 4.- Autonomía orgánica.
- 5.- Aporte estatal o paraestatal.
- 6.- El estado o una entidad paraestatal tiene status de asociado o de responsable de la gestión de la empresa.

Entendiendo por Autonomía Orgánica: a la suma de facultades que dispone una entidad paraestatal para decidir sus actividades conforme a lo que establezcan sus órganos internos.

El fideicomiso público, es un patrimonio autónomo, que carece de personalidad jurídica y es gestionado por una institución fiduciaria. El patrimonio ha sido fideicomitado por el Gobierno Federal o por una entidad de la Administración Pública Federal.

Los elementos de la empresa pública según Serra Roja son: (6)

- 1.- Régimen Jurídico permanente o estatuto de Derecho Público.
- 2.- Personalidad jurídica y finalidad reconocida o establecida por el Estado.
- 3.- Una forma jurídica para descentralizar específicas funciones del Estado.
- 4.- Intransferible a los particulares y sin concurrencia de ellos en la constitución del capital social de la empresa.
- 5.- Capital social proporcionado por el Estado.
- 6.- Dirección del Estado a través del nombramiento de los cargos directivos y control general del mismo en los términos de la Ley.
- 7.- Relaciones de tutela y no de jerarquía administrativa.
- 8.- Régimen de derecho público en su organización y funcionamiento.
- 9.- Las actividades de la empresa con relación a los particulares puede estar subordinada al derecho privado.
- 10.- La empresa pública no tiene un propósito lucrativo preponderante, pero sí debe ser manejada con un criterio claramente económico.

(5) José Francisco Ruíz Massieu. La Empresa Pública. Ed. Instituto Nacional de Administración Pública. Página 181. Edición Primera. México, D.F. 1980.

(6) Andrés Serra Rojas. Derecho Administrativo Tomo I. Página 688. Ed. Porrúa Edición Novena. México, D.F. 1979.

Por lo que se refiere al concepto de empresa pública José Francisco -
Ruíz Massieu dice: (7)

"Se trata de una entidad económica personificada en la que él ha con-
tribuido con un capital, por razones de interés público social o gene-
ral".

Señala así los elementos de la empresa pública, y son:

- 1.- Organización empresarial.
- 2.- Autonomía.
- 3.- Personalidad jurídica.

Aunque hay autores que tienen diversos conceptos -
de la empresa pública, y que sin embargo vienen a coincidir, aunque no
siempre se enuncian los elementos de la empresa, así vemos que el mis-
mo autor José Francisco Ruíz M. cita a:

Nava Negrete:

"Es el organismo económico, coordinador de diversos
elementos y bienes del Estado para producir bienes y servicios".

También menciona a:

Acosta Romero quien dice:

"Es la conjunción de los factores de producción -
destinados a obtener los servicios, que el estado considera necesarios
para el interes general".

Como vemos estas dos definiciones ya se menciona -
claramente a los servicios, que en el presente trabajo mencionaremos -
como las llamadas empresas turísticas.

(7) José Francisco Ruíz Massieu. La Empresa Pública. Páginas 28 y
30. Ed. Instituto Nacional de Administración Pública. Edición Primera
México, D.F. 1980.

El régimen jurídico que distingue a la empresa privada de la empresa pública es el siguiente. (8)

EMPRESA PRIVADA:

Esta se rige por el Código Civil, el Código de Comercio, la Ley de Sociedades Mercantiles, la Ley de Sociedades Cooperativas y por el Derecho Privado. (con sus respectivas ramas; el Derecho Civil y el Derecho Mercantil), persiguiendo primordialmente el propósito de lucro.

EMPRESA PUBLICA:

O
EMPRESA DEL ES TADO. O
INSTITUCION PU BLICA.
El Estado interviene en forma exclusiva y bajo un régimen jurídico especial, en el proceso productivo, para la satisfacción de determinadas necesidades sociales. El gobierno apoya a la empresa pública con los recursos del Estado, en algunos casos utilizando el crédito externo.

Los conceptos que difieren entre empresa privada y empresa pública son:

- 1.- Diverso régimen jurídico.
- 2.- La empresa privada se forma con capitales de los particulares.
- 3.- La empresa pública se forma con bienes del Estado
- 4.- La empresa privada es organizada y dirigida por los particulares.
- 5.- La empresa pública es organizada y dirigida por elementos técnicos del Estado.

La empresa privada se desenvuelve en sus propios elementos, en algunas ocasiones el Estado apoya a ésta con subsidios, exención de impuestos, financiamiento.

La empresa privada no puede desligarse de la economía nacional, dependiendo de la acción política y económica del Estado.

Y en cambio la empresa pública generalmente, corresponde al campo de las ideas socialistas esto es al entregar al Estado determinados instrumentos de producción. La empresa pública se robustece, toda vez que se crea por el poder económico del Estado.

Andrés Serra Rojas dice al respecto del concepto de empresa pública y empresa privada: (9).

"Las empresas públicas son entidades de derecho público con personalidad jurídica, patrimonio y régimen jurídico propios, creado por una Ley del Congreso de la Unión, o decreto del gobierno federal, para la realización de actividades mercantiles, industriales, de naturaleza económica, cualquiera que sea su denominación y forma".

"La empresa privada es una unidad económica que se caracteriza por la organización, el pleno riesgo, patrimonio independiente, facturación propia dominada por el espíritu de lucro derivado de la inversión, por ello se afirma que quien corre un riesgo tiene derecho a recibir los beneficios o ganancias de su actividad, ya sea en forma limitada, según el liberalismo ultramontano o limitada, según las nuevas tendencias sociales".

Las empresas turísticas que son el objeto de este estudio se encuentran reguladas por la Secretaría de Turismo que cuadyuba con: la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Programación y Presupuesto, la Ley Federal de Protección al Consumidor y las leyes anteriormente mencionadas.

(9) Andrés Serra Rojas. Derecho Administrativo Tomo I. Página 684 y 686 Edición Novena, Editorial Porrúa. México, D.F. 1979.

La Empresa Pública dentro de la materia turística se comprenden según el doctor en Derecho Enrique Pérez Bonnin: (10)

Son de derecho público las leyes que crean y estructuran los órganos oficiales de turismo, (Secretaría de Turismo, - Consejo Nacional de Turismo y las dependencias públicas de ambos).

Así como las relaciones públicas de éstos antes en sus servicios públicos o administrativos, con los particulares a quien afecten, tales como a las que se refieren a la aprobación de: reglamentos, tarifas, las inspecciones, sanciones.

Así serán las normas jurídicas en el derecho privado las que rijan las relaciones entre los mismos prestadores de servicios turísticos, transportistas, hoteleros; así también lo son las relaciones entre los prestadores de servicios y sus clientes: (contratos de hospedaje, gestión de viajes).

Haciendo referencia en la vieja tradición romana expresada en la Instituta de Justiniano decía así:

"Publicum ius quod ad statum Romae spectat privatum quod ad singulorum utilitatem perinet".

Esta separación conceptual de derecho público y derecho privado se denota en la realidad ya que los derechos privados surgen deberes y derechos públicos: (del derecho privado de propiedad de un restaurante, nace el deber público de satisfacer impuestos).

Se entiende que el derecho público regula la estructuración de los entes colectivos o públicos, así como las relaciones de dichas corporaciones entre sí, o entre éstas y los sujetos individuales en lo que respecta a las funciones públicas del órgano corporativo.

Por lo que se refiere al derecho privado que regula las relaciones jurídicas de las personas individuales tales como:

La empresa pública que satisface las necesidades de la colectividad, manifestando su ordenación en una serie de relaciones jurídicas con los administradores: (prestadores de servicios turísticos). Su idoneidad se funda en su propia creación jurídica. Mientras que la empresa privada con personalidad individual, es el reconocimiento del derecho al propio fenómeno natural de la existencia del individuo.

(10) Enrique Pérez Bonnin. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Página 10, II Editorial Daimon. Edición 1978. México, D.F.

Rafael de Pina con respecto a los actos de comercio dice: (11)

Nuestro Código de Comercio no define el acto de comercio, se limita a enumerar casuísticamente una serie de actos a los que otorga ese carácter. Y señala que existen dos sistemas para determinar los actos de comercio:

- 1.- EL SUBJETIVO.- Será un acto mercantil (acto de comercio), cuando lo ejecute un comerciante. La calidad mercantil del sujeto que los realiza otorga su carácter comercial.
- 2.- EL OBJETIVO .- Los actos son calificados de mercantiles en virtud de sus caracteres intrínsecos, cualquiera que sea el sujeto que los realice.

En su origen el derecho mercantil fué subjetivo y profesional en cuanto regulaba al comerciante en el ejercicio de su actividad. Posteriormente, a partir del Código de Comercio francés de 1807 el derecho mercantil adoptó un criterio objetivo, para regular los actos de comercio sin consideración de la persona que los realiza.

El carácter objetivo y subjetivo es solo para, delinear o enfocar el aspecto personal o predominante real en el derecho mercantil.

De la serie de actos que señala nuestro Código de Comercio, relacionados con la empresa se encuentran el Artículo 75 Frac. VIII, de las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua y las empresas de turismo. (por decreto del 23 de agosto de 1934 publicado en el Diario Oficial del 31 del mismo año y mes). Del mismo Artículo Fracción XI de las empresas de espectáculos públicos.

El Artículo 75 del Código de Comercio en 23 fracciones enumera los distintos actos de comercio; en su última fracción XXIV, expresamente establece que también se reputan como tales: "Actos de naturaleza análoga a los expresados en este Código". y que en caso de duda por la naturaleza del acto comercial se fijará por arbitrio judicial.

El Artículo 1º de la Ley de Títulos y Operaciones y el Artículo 12 de la Ley Federal de Instituciones de Finanzas, terminan de ampliar la larga lista del Artículo 75 del Código de Comercio, para así establecer que los principales actos de comercio y negocios regulados por ellas son comerciales.

(11) Rafael de Pina Vara. Elementos de Derecho Mercantil Mexicano. Páginas 21, 22 y 23. Edición Decimoquinta. Editorial Porrúa. México, D.F. 1982.

El Profesor Alejandro Ramírez Valenzuela en su libro Introducción al Derecho Mercantil y Fiscal, señala al respecto de Acto de Comercio. (12)

"Debe de entenderse por acto de comercio toda actividad o acto jurídico que quede dentro del campo del Derecho Mercantil"

Así tenemos que el acto de comercio lo dirige al Derecho Mercantil siendo una rama del derecho privado, que tiene por objeto regular las relaciones de los particulares; en el caso de este trabajo no solo se ve relacionado el acto de comercio en forma individual sino colectiva en lo que se refiere a los actos que realizan las diferentes empresas de servicios turísticos.

(12) Alejandro Ramírez Valenzuela. Introducción al Estudio del Derecho Mercantil y Fiscal. Pág. 25 Ed. Limusa. Edición Primera. México, D.F. 1981.

CAPITULO II

TURISMO:

México no ha logrado el auge que alcanza el turismo en países como España, Suiza, Italia; y que aún así en nuestro país, esta actividad tiene un notorio relieve dentro de su economía, es así como el gobierno ha intervenido desde su nacimiento, en cuanto a su reglamentación y que haya creado organismos públicos para dirigir este movimiento turístico.

En nuestro país existen antecedentes históricos, que se presentan en tres etapas según Manuel Ramírez Blanco. (13)

- 1.- Origen de 1920 - 1940. (Actividad turística en la República, los primeros centros turísticos hacen su aparición).
- 2.- Desarrollo de 1940 - 1960.
- 3.- Estructuración de 1960 a la fecha.

En 1910, el movimiento mexicano señala el estancamiento que en el campo del turismo tiene; y es hasta el año de 1920, cuando el país empieza a estabilizarse, y el turismo empieza a manifestarse en forma tenue, es en el año de 1930 a 1945 cuando se puede decir que suege de manera organizada el turismo.

- 1.- La etapa de origen de las actividades turísticas en México, en este momento no se legisla en materia turística; tomando la secuencia del año de 1910 en el periodo del General Porfirio Díaz, Francisco I. Madero, Victoriano Huerta; ya en el periodo de Venustiano Carranza, se piensa en una legislación para la actividad turística.

En 1922, la Asociación de Hoteleros solicita medidas de seguridad para los turistas.

En el mes de Julio de 1929, se crea la Comisión Mixta Pro-Turismo, que dependía de la Secretaría de Gobernación.

En el año 1930, aparece la Comisión Nacional de Turismo. (Secretaría de Gobernación.

Para el año de 1933, en el periodo del señor Pascual Ortiz - Rubio, surge el Patronato de Turismo.

Con el General Lázaro Cárdenas en 1936, surge la Dirección - General de Población. (Secretaría de Gobernación, que vigila los servicios fundamentales turísticos). Un año anterior de haberse promulgado el Decreto de la Ley de las Secretarías de Estado Frac. XXX Artículo 2º que crea la Comisión Nacional de Turismo.

(13) Manuel Ramírez Blanco. Teoría General del Turismo. Páginas 1, 2, 3. Edición Diana. México, D.F. 1981.

El Departamento de Turismo en el año de 1937 dependiente de la Dirección General de Población y Gobernación.

El Departamento de Turismo se queda en la primera etapa en el año de 1958.

2.- La llamada etapa de desarrollo de 1941-1960 y es la de aspecto político, campaña contra peso; se crean escuelas de turismo y los centros turísticos (Puebla, Taxco, Acapulco, Cuernavaca).

3.- La etapa de estructuración en 1960 a la fecha se consolida el turismo. En 1961 la Ley Federal de Turismo, el Instituto Mexicano de Investigación Turística. (Estudio de los fenómenos turísticos). En 1967 ya se encuentran los Reglamentos de guías de turistas, guías choferes y similares, y el de agencias de viajes en 1969.

I.- Etimología de la Palabra Turismo.

Tenemos que conocer las raíces de esta palabra y así hablaremos acerca de su origen.

Proviene de la raíz etimológica Tour y Turn que proceden del Latín ya sea del sustantivo tornus ("turno"). o del verbo tornare ("Girar" en el Latín vulgar), teniendo como sinónimo "viaje circular".

Arthur Haulot. (14). Señala que "el vocablo tour tiene posiblemente su origen hebreo, diciendo que en la Biblia aparece que Moisés envió a la tierra de Canan un grupo de representantes para visitarla, y recabar la información necesaria respecto a las características generales del lugar.

Siendo que la palabra tour ya se usaba en el hebreo moderno, si -- fue utilizada antiguamente como sinónimo de "viaje de vanguardia" "reconocimiento o exploración"

En la antigua Roma se usaba la palabra peregrinatio del verbo peregrinare que equivale a viajar. Llamandole peregrino al viajero o peregrinatio brevis, al viaje corto en lo que se refiere al tiempo.

(14) Haulot, "Le Tourisme Et La Bible, Revue del' Academie Internationale" (La referencia bíblica corresponde al Libro de los Números, XIII, 17). Ed. Bordas 1957.

Haciendo una cita de Toledo Medina al respecto dice:

"En la conquista de Grecia por el Imperio Romano, se presenta una apropiación de la cultura Griega para la Cultura del Imperio Romano, dando como resultado la cultura grecolatina, dando un común a los griegos -- como a los romanos." (15)

De tal manera que la palabra peregrinatio queda a un tipo concreto de viaje.

En España en el Siglo XVII, señala a los viajes de corto tiempo -- con el nombre de viajata (16).

En la Edad Media son aislados los viajes; estos son vistos por los artesanos que en su calidad de aprendices se remitían a una serie de pruebas para superar su habilidad como tales y de esa manera realizaban viajes por su país practicando el oficio respectivo.

En Francia este tipo de viajes se le denominó tour des compagnos -- Que significa, gira de compañeros.

Se hace señalamiento de que dentro del origen de la palabra a través de los diversos pueblos, se destaca el deseo de emigrar aunque si -- bien es cierto que en la mayoría de los casos los viajes no fueron por -- motivo de esparcimiento o turísticos como se suele decir.

Fue en el Siglo XVII, en donde hace su aparición el idioma Inglés, como galicismo, el término tour para designar los viajes que se emprendían, siempre teniendo como destino final el punto de partida.

En el Siglo el Austriaco Herman Von Schullern Zu Schrattenhofen -- 1911, define el vocablo de la siguiente manera: "Turismo es el concepto -- que comprende todos los procesos especialmente económicos que se manifiestan, en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país. (17)

-
- (15) Toledo Medina. El Turismo como Factor de Desarrollo e Integración-Nacional. Pág. 5, México.
- (16) González A. Alpuche Rafael. Temática y Legislación Turística. Pág. 38. México, D.F. Ed. Libros de México.
- (17) Schullern Zu S; Herman Von. Turismo y Economía Nacional 1911, Cita de Oscar de la Torre Padilla. Pág. 16 México 1980.

Glücksman en 1929 define el turismo como: "El vencimiento del espacio por otras personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de referencia".(18)

Morgenroth señala al respecto como: "Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales." (19)

Borman dice: "El conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales o profesionales, u otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No se consideran como turismo los viajes realizados para trasladarse a lugar de trabajo. (20).

Posteriormente a la Segunda Guerra Mundial Robert Glücksmann define al Turismo: "La suma de relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajera y temporalmente en un lugar de estancia y los naturales de ese lugar."

La Academia Internacional de Turismo de Montecarlo, en su diccionario turístico internacional define al turismo como: "Término que se refiere a los viajes de placer. Conjunto de Actividades humanas que tienen por objeto de llevar a cabo esta clase de viajes. Industria que participa en la satisfacción de las necesidades del turista."

Finalmente la Unión de Organismos Oficiales de Turismo (actualmente Organización Mundial del Turismo) ha aceptado la definición: "Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales."

Es fácil apreciar que en los señalamientos anteriores, se hace referencia de una forma u otra de que la persona realiza un andar, un ir, de su permanencia acostumbrada, hacia otro lugar diferente, siempre y cuando este no sea permanente y que no sea causa de lucro. Tomando como acuerdo que es por el momento precisar la unificación de los diversos criterios.

(18). Glücksmann Robert, Revista Und bader, 1929, pag.40, cita de Oscar de la Torre Padilla. Pág. 16 México, 1980. Origen y Carácter del Turismo. Ed. Fondo de Cultura Económica.

(19) Morgenroth. Diccionario Manual de Economía Política.

(20) Borman. Die Lehre Von Fremdender Kehr, 1930 cita de Oscar de la Torre Padilla. Origenes y Caracter del Turismo, México 1980. Págs.16 y 17 Ed. Fondo de Cultura Económica.

Por lo que la Ley Federal de Turismo se refiere en sus artículos 3 y 4, al considerar al turista como el sujeto que viaja por diversas razones. (Por los diversos motivos de recreación, cultura, esparcimiento, descanso).

El Doctor Enrique Pérez Bonnin señala cinco características respecto a lo que se refiere al turista (21)

1.- No es posible asignar al término turista, la condición de categoría filosófica, lógica ni jurídica. Simplemente se le da una designación lingüística de uso común. Ser turista no tiene el valor categorico de un profesión. Ser turista no es como ser militar, profesor, panadero, etc. No es, pues, un término calificador en la vida social. Es simplemente un hacer y un no ser. Es pues un acto casual e intermitente en la vida normal de algunas personas.

2.- A ese acto accidental de una persona se le atribuye la consideración jurídica de acto turístico desde el momento que los ordenamientos jurídicos del turismo recogen y protegen esa actividad ocasional durante el acto mismo; ni antes ni después.

3.- La protección de la actividad turística se consagra en leyes de orden administrativo, esto es, derecho público, lo que hace que el concepto o definición genérica de turista, de desdibuje o atenúe para precisarse exclusivamente en la consideración de sujeto activo en el derecho administrativo turístico que protege y salvaguarda en ese hacer individual, aunque dicho sujeto no sea turista en la denominación común del término.

4.- Como tal sujeto activo a rebasado pues, el viejo concepto de turista que a este término asigna la propia Ley Federal de Turismo, en cuanto a la misma Ley, extiende su protección a su puesto más amplios que los de su definición.

5.- Se deduce de lo expuesto que, deteriorada la figura turística como concepto jurídico, surge el acto turístico como terminología más adecuada. En su consecuencia, el derecho administrativo turístico, pasa a ser el Derecho que regula los actos turísticos y protege al que lo realiza, sea o no turista.

Por lo referido se utilizarán los términos de turista cuando se refiera a una persona(s) y turismo cuando se refieran a las actividades que éste o éstas realicen.

"El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundan mentalmente por motivo de recreación de descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que ejercen

(21) Doctor Enrique Pérez Bonnin. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Ed. Daimon México 1968. Páginas 95 y 96.

ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (22)

Como se puede apreciar que lo anterior señalado abarca los aspectos de empresa turística y su función.

Haciendo una referencia dentro del objetivo del presente trabajo-- señalando el panorama económico que genera el turismo en nuestra realidad dentro del país, veremos que la anterior definición abarca en forma diáfana las diversas empresas que nos atañen, así como las diversas actividades que se generan enmarcándolas en forma de recreación y en forma colineal llevándolas a un enfoque socioeconómico cultural de nuestro país.

3.- EXPANSION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS.

Al igual que los demás factores y en su medida respectiva los servicios urbanos; agua, drenaje, pavimento, electricidad, parques, etc. y de organización de la comunidad; servicios administrativos, de auxilio y protección jurídica, de salubridad y asistencia, no han sido creados en función de la industria turística, pero esta se sirve de su creación, perfeccionamiento y desarrollo. Su implantación corre casi siempre a cargo del Sector público aunque en el sector representativo de la Industria Turística se ve requerido a contribuir a su creación.

El objeto del servicio turístico es que el sujeto, al ser motivado a una determinada localidad turística, y a través del desplazamiento llegue a el, disfrute de este servicio.

El servicio se define; LET SERVITIUM. Organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial privada. (23).

Se puede definir al servicio turístico:

"Servicios Turísticos son los que se prestan a través de una organización adecuada y de personal especializado destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los "turistas".

Por más que el Poder Público infiera y regularice la actividad turística ni por interpretación legal, educación doctrinal se podría llegar en el sistema público a la consideración de que los servicios turísticos son servicios públicos. Ya que los economistas, abren camino a esta conclusión, a pesar de que una pléyade de ellos, por la euforia de su profesión, visualicen como una panacea universal la planeación pública de todos los medios de vida. V.Gide, en su libro Curso de Economía Política -

(22) Oscar de la Torre P. "El Turismo Fenómeno Social" Pag. 19 Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1980.

(23) Cásares Julio. Diccionario Ideológico de la Lengua Española. Ed. - Gustavo Gili. 1954 Barcelona.

(Tercera Edición Paris México 1920); distinguía en aquel entonces entre la necesidad y utilidad, pues mientras que la primera se refiere a un interés que es imprescindible satisfacer, la utilidad manifiesta solamente la conveniencia de la satisfacción. La necesidad dice Griola, citado -- por García Oviedo; excluye la opción, mientras que la utilidad la admite; y la cualidad pública de una u otra depende de la administración o inadmisibilidad de la opción. Si este principio de economía lo aplicamos --- a la actividad turística, habremos de decir que el turismo es de utilidad pero no de necesidad, y en su razón no es de imprescindible satisfacción por un servicio público.

Conforme al uso o disfrute del servicio debemos entender por servicio público, las funciones generales en beneficio también general de los integrantes de la comunidad. Por servicios administrativos, la función o servicio individual prestado a un particular a su propia instancia y beneficio. Son pues, servicios públicos conforme a esta doctrina el de policía o seguridad y es un servicio administrativo la expedición de un pasaporte o el registro de una apertura de un hotel. (24)

La concesión y los arrendamientos con la gestión de los servicios públicos.

Vedel a quien cita Gabino Fraga en su libro Derecho Administrativo define la concesión del servicio público; "Como un procedimiento por el -- cual una persona pública, llamada autoridad concedente, confía a una persona física o moral, llamada concesionario, el cuidado de manejar un servicio público, bajo el control de la autoridad concedente, mediante una remuneración que consiste habitualmente en las cuotas que el concesionario percibirá de los usuarios del servicio."

Según García Oviedo; la administración generalmente asumen entera y privativamente la gestión del servicio, sin intervención ni participación del particular en ella, se conoce este proceder con el nombre de gestión directa del poder Público, quien designa a las autoridades, funcionarios y operarios, aporta el capital, percibe los rendimientos, se beneficia de las utilidades y soporta las pérdidas, fija las tarifas, ejerce la dirección y contrae por entero las responsabilidades que da la gestión y pudieran derivarse. Si además el servicio se presta por el Estado en régimen de monopolio que en todo caso excluye la competencia se tendrá lo que se conoce como servicio estatizado.

Se consideran como servicios concesionales los de carácter económico-social cuya atribución de gestión puede delegar la administración. -- También son concesionables; las actividades y bienes del Poder Público, -- en tanto en cuanto su disfrute no constituya en el ejercicio público de -- soberanía, estos es, cuando no son servicios públicos esenciales.

(24) Enrique Perez Bonnin. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Pag. 48 Ed. Daimon. México, D.F. 1978

La ley de Turismo en sus artículos 1º y 2º reconoce la participación de la propia Secretaría de Turismo en la concesión de determinados servicios y bienes públicos. Consiste la concesión en esa misma atribución de poder que la administración, confiere a un particular para que durante -- cierto tiempo desempeñe la gestión del servicio. La naturaleza de la concesión se encuentra principalmente afectada por el requisito de temporalidad en cuanto que cualquier concesión "Ad perpetuum" implica la dejación de la inalienabilidad del Poder Estatal, y es en todo caso porque las concesiones revisten el carácter de excepcionales de la gestión directa de la administración y quedan sujetas a revocación por razones y causas - que el propio Poder Público ha determinado.

En el país existen una diversidad de servicios públicos en beneficio de la comunidad y a través de sus diversas formas de comunicación son expuestos al público en general y estos son algunos de ellos:

Aguas curativas. En diferentes estados.
Agencias de Viajes.
Artesanías, Arte.
Exposiciones y ventas.
Cantinas, Centros Nocturnos, Cines.
Hoteles y Moteles.
Opticas, monedas y valores.
Restaurantes.

Cada uno de los estados tiene un atractivo turístico haciendo una invitación al turista para que lo conozca, se enuncian los más conocidos de los 24 sitios turísticos:

- 1.- Acapulco.- Con su suntuosa vida nocturna y sus playas.
- 2.- Cancún.- Playas, Isla Mujeres, excursiones a Tulum y Chichén-Itzá.
- 3.- Ciudad del Carmen.- Pesca en mar abierto.
- 4.- Coatzacoalcos.- La belleza natural precolombiana, excursiones a Catemaco.
- 5.- Cozumel.- La belleza de la isla, de la playa, San Francisco y la Isla de la Pasión.
- 6.- Chihuahua.- Práctica la caza mayor (la tierra más histórica - del Centauro).
- 7.- Guadalajara.- El folklore (mariachis de la Perla de Occidente)
- 8.- Hermosillo.- La suntuosidad de un pasado colonial (Ambiente -- nortefío).
- 9.- La Paz.- Baja California. El noroeste enclavado en el Mar de - Cortés. Playas Cozumel y Pichilingue.

- 10.- Ixtapa.- El paraje del Pacífico, Playa como Las Gatas, Isla Ixtapa, La Ropa, y el Mercado de Zihuatanejo.
- 11.- Los Cabos.- Las costas borroças de la Península de Baja California. Pesca Mayor.
- 12.- Manzanillo.- Bahía encantada Marco Tropical del Pacífico.
- 13.- Mazatlán.- Playa del Pacífico, Playa Sabalo, Playa Camarones.
- 14.- Mérida.- La cuna de la Cultura Maya (Prehispánica, Colonial y Moderna).
- 15.- Mexicali.- Pesca de agua dulce, el caudal de truchas del Río Hardy, Laguna de México.
- 16.- México.- Ciudad de Parques y Palacios excursiones zonas arqueológicas. Convento Agustino Siglo XVI, Centros nocturnos y cabarets.
- 17.- Monterrey.- La belleza de las montañas, con su atractivo de la fábrica de cristalería, Cerro de la Silla, Obispado, La cola de caballo y Grutas de García.
- 18.- Nuevo Laredo.- Encuentro entre Estados Unidos y México al contraste de costumbres y estilos de cada uno.
- 19.- Oaxaca.- Artesanias, plata, turquesa, tradiciones y costumbres la tierra de dioses y conquistadores.
- 20.- Puerto Vallarta.- Playa de Mismaloya
- 21.- Tampico.- Pesca de Sábalo y la bobina.
- 22.- Tijuana.- Ciudad Internacional con ambiente de ciudad fronterá, Carreras de Galgos y Centros Nocturnos.
- 23.- Tuxtla Gutiérrez.- San Cristóbal de las Casas, Selva encantada vege-tación.
- 24.- Veracruz.- Castillo de San Juan de Ulua, Playas Villas del Mar y Playón.
- 25.- Villahermosa.- Joyas arqueológicas la belleza del mundo playas.

La expansión de las regiones de cada estado que México tiene es una red de los centros turísticos que el país ofrece a los turistas Nacionales y Extranjeros.

4. MEDIOS DE DIFUSION DEL TURISMO.

Los medios que se utilizan en el turismo, parten de la comunicación comercial, y ésta a su vez de la publicidad, ya que es la difusión amplia que representada en diversas formas llega a las diferentes personas, con diversas razones para viajar. Estas formas son; la impresa, escrita hablada o gráfica, y que a través de estos medios la empresa realiza una comunicación entre consumidor y ésta, para inducirlos a la acción creada o necesaria.

Los objetivos de estos medios publicitarios son:

- a) Impulsar al consumidor a buscar un producto o servicios, logrando la venta.
- b) Dar a conocer un producto (s) o servicio (s)
- c) Crear una preferencia. (fomentar una necesidad psicológica)

En Pompeya los grabados llamados Graffiti, permitían la identificación de los negocios, apareciendo mas tardes Los Pregoneros que con canciones sencillas pregonaban la mercancía de pueblo en pueblo, así como los juglares. Más tarde aparecen los JINGLES que realizaban la musicalización y canto de un lema publicitario.

En los medios publicitarios (canales de comunicación), se encuentran dos formas concretas y son:

1. Medios directos promocionales.
2. Medios indirectos publicitarios. (masivos, como prensa, radio, cine, televisión, letreros, etc.).

Para la selección de los medios se debe investigar el medio idóneo que se va a utilizar, para lograr un máximo de penetración con un mínimo de gastos, ya que cada medio tiene un público diferente, y cada público se acerca a ese medio con objetivos diferentes.

Para adentrarnos al turismo y los medios de difusión que son utilizados, señalaremos las terminologías de; publicidad, promoción, relaciones públicas y propaganda. Para poder seguir adelante teniendo la significación de lo anterior.

Publicidad:

Básicamente es de tipo masivo, esto es que va dirigida a grupos, y mientras más abarque la comunicación ésta será mas productiva. Es de tipo 100% comercial. La publicidad impulsa al consumidor a ir en busca del producto o servicio.

Promoción:

Esta técnica también es 100% comercial, pero su técnica es de tipo directo, se utiliza la comunicación en forma mas personal para el interesado, y por eso mismo puede ser motivado en forma individual, a diferencia de la publicidad directa que hace que el consumidor se acerca al producto o servicio, y la promoción acerca el servicio o producto al consumidor. Los estímulos que recibe el turismo y con ellos el desplazamiento, crecimiento y el desencadenamiento hacia los lugares turísticos, son generados por la promoción, ésta se entiende en favor a lo que se está promoviendo.

Propaganda:

Realmente no está definida esta actividad sin embargo prevalece en la mayoría de los estudiosos como publicidad directa, cuyos objetivos son mas bien de tipo político.

Relaciones Públicas:

Los norteamericanos usan dos palabras para determinar la diferencia entre ésta y la publicidad; Publicity y Advertising. la primera para designar a la comunicación de relaciones públicas y que en México se conoce como "Comunicación Institucional". Esto es comunicados no pagados a modo de noticias, y la segunda para designar a los comunicados no pagados comerciales o propiamente publicitarios. Corresponden también a las relaciones públicas, la difusión de los atractivos turísticos con la colaboración de las autoridades gubernamentales y los prestadores de servicios.

De acuerdo a las actividades que realiza las relaciones públicas según Manuel Ramirez Blanco, se tienen las siguientes: (25)

1. Conferencias de prensa, recepciones, cocteles, seminarios, congresos y convenciones.
2. Viajes y eventos especiales, para la familiarización de los servicios-turísticos. (recorridos y atractivos).
3. Oficinas Públicas y privadas de operación, información y medios de difusión al público en general.
4. Información y distribución de comunicados, artículos, fotografías, etc. A la prensa, y a las radiodifusoras.
5. Las películas y reportajes fílmicos para su distribución.

(25) Manuel Ramirez Blanco. "Teoría General del Turismo". Ed. Diana. México 1981. Pág. 101.

6. Las informaciones y sugerencias solicitadas a través de correo o vía telefónica.

Para seleccionar el medio que se va a utilizar dentro del turismo se deberá tomar en cuenta, la selección, contratación y evaluación, ya que de esto se desprenderá su alcance, penetración, eficiencia, economía; todo esto para las empresas.

Los medios y su uso dentro del turismo son:

Folleto:

Para el tipo de consumidor potencial, su eficacia es poco productiva en este tipo de folleto, se producen diversas imágenes en fotografía o en caricatura, que realiza una alusión informativa del lugar o lugar en forma genérica o específica y con el tipo y tamaño con los colores respectivos para acercar al consumidor a los lugares señalados.

Cartel Turístico:

Es un medio que es más eficaz que el folleto con la diferencia que hay un tiempo limitado, de la duración por su información, tiene las mismas características del folleto con excepción del tiempo.

Revista:

Tienen sus ventajas ya que las hay especializadas en turismo, así como una amplia información del lugar o lugares en que el turista pueda acudir, contiene la información del costo, tanto de restaurantes como hoteles, transportación, etc.; es de penetración lenta ya que no se sabe que tipo de lector (consumidor) se tiene. Es to es; de que sexo, profesión, edad, ingresos.

Radio:

Es uno de los principales medios económicos y manuales a adquirir ya que se escucha hasta los lugares mas apartados, llega a todos los niveles, el mensaje es comprensible sin importar la cultura, se suple la imagen a través de la imaginación, por medio de la musicalización teniendo sus desventajas las contrataciones cortas, ya que es por tiempo y no por espacio, se motiva el oído.

Cine:

Es de gran penetración por el registro de pantalla más el sonido, colores, con un público cautivo (no se mueve de su lugar), se selecciona el público según la sala, con su respectiva desventaja, obviamente es que la persona no regresa a la misma sala, y es de un alto costo y de corta vigencia este medio. En el turismo es de gran importancia ya que es utilizado a través de los reportajes filmicos.

T.V.

Es un medio de gran penetración, por su combinación de imágenes, sonido, efectos especiales, efecto y color más la saturación, - costo. ("visite las Hadas" etc.). Es la única que se utiliza para productos nacionales o locales.

La arquitectura publicitaria:

Según Oscar de la Torre; incluye el material y la decoración que se utilizan para promover los atractivos turísticos en escaparates, en oficinas de empresas turísticas, privadas, o gubernamentales, en exposiciones, ferias, clubes de servicio, universidades. De su composición estética y su armonía. adecuados para su objeto, tales como maquetas, piezas de artesanía, carteles, displays, mapas monumentales, modelos especiales a escala de vehículos de transportes y otros; dependerá su fuerza insinuante y por ende su eficacia. (26)

La Secretaría de Educación Pública con respecto a la comunicación comercial vigila que el idioma español se maneje adecuadamente.

Así también se encuentra la Ley Federal de Turismo Federal y sus Reglamentos, como la Secretaría de Turismo quienes vigilan que se lleve a cabo la información y cumplimiento veraz y efectivo de los prestadores de servicios (guías de turistas, agencias de viajes, establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas).

La Ley Federal de Protección al Consumidor, que señala las garantías para el consumidor respecto a la publicidad, señalando las obligaciones de los proveedores de servicios y bienes en sus artículos del 5 al 19 de la citada Ley.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en sus artículos 6° y 7° que señalan la libertad como garantía individual, siempre y cuando al referirse a la manifestación de ideas y libertad de escribir y publicar escritos de cualquier materia, éstos sean dentro de los límites del respeto a la vida privada, paz pública, no ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque delito.

(26) Oscar de la Torre Padilla. "El Turismo Fenómeno Social". Ed.Fondo de Cultura Económica. Pág.114. México. D.F. 1980.

La Ley de Inversiones y Marcas en su Artículo 174, señala que toda persona que para anunciar al público un comercio, una negociación o determinados productos, haga uso de avisos que - tengan señalada originalidad que los distinga facilmente de - los de su especie, puede adquirir el derecho exclusivo de seguirlos usando y de impedir que otras personas hagan uso de - avisos iguales o semejantes al grado que se confundan en su - con junto.

Así mismo se requiere que se presente una solicitud por escrito ante la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial según el Artículo 176 de la misma Ley (L.I.M.), para obtener el registro de un aviso comercial.

Esta misma Ley de Inversiones y Marcas en su Artículo 87 reconoce las marcas de servicios.

El Artículo 112 de la anterior Ley mencionada, señala los efectos del registro de una marca que dura cinco años, siendo renovable dicho plazo por periodos de cinco años en forma indefinida. (27):

La Ley Federal de Turismo señala respecto a la publicidad en - sus Artículos 37, 38 y 39 en su Capítulo Unico Título III respecto a las compañías publicitarias que tendrán que proyectar aspectos positivos tanto de recursos, atractivos, servicios, - así como una conciencia cívica de servicio de hospitalidad para el turista, la Secretaría de Turismo podrá asesorar en estas actividades mencionadas, el Artículo 75 Fracción VI, hace incapie que para la publicidad se realizará perseverando la - dignidad nacional, sin alteración o falseamiento de los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura, e informar - con veracidad sobre los servicios que se ofrescan.

(27) Rafael de Pina Vara. Elementos de Derecho Mercantil Mexicano. Páginas 32 y 33. Edición Decimoquinta. Editorial Porrúa México, D.F. 1982.

5. FUNCIONES SOCIOECONOMICAS Y CULTURALES DEL TURISMO.

Para poder destacar en una forma concreta la economía nacional y sus funciones en México dentro del turismo, se mencionará que es una - - - fuente generadora de la actividad económica y que dentro de su clasificación se encuentra la afluencia extranjera y la fronteriza. (72 horas, que la persona permanece dentro del país, visitantes locales).

La corriente turística nacional se subdivide en interno y egresiva, (la que sale de nuestras fronteras). Por lo que se refiere a la corriente extranjera fronteriza se tiene lo siguiente:

Es la que permanece menos de 72 horas en la ciudad, por lo general es la que se refiere a las operaciones de transacciones de tipo económico (pagos, servicios turísticos); compra de mercancías y objetos varios.

Dentro de la Balanza de Pagos se le llama "De Transacciones Fronterizas". El turista que realiza este tipo de transacciones que viene siendo el gasto turístico "per-cápita", de la corriente turística extranjera, es menor que el de la corriente turística interior del país y esto es por la razón de que la breve temporada por la que vienen.

Esto es que de 65 millones de visitantes en 1979 dejaron en México 1,800-millones de dólares.

Los turistas que fueron al interior son 3'881,400 dejaron un promedio de 1,429.9 millones de dólares.

En la corriente turística extranjera al interior de país (la que permanece mas de 72 horas), tiene mayor trascendencia dentro del turismo, ya que se caracteriza por su beneficio económico y estabilidad. Integran la mencionada corriente los nacionales que residen en México (en el exterior) y que vienen en calidad de visitantes. Esto es los que viven en otro país y vienen a su lugar de origen, en calidad de turistas en forma temporal. Contando así mismo con los extranjeros.

Dentro de la afluencia turística económica existen dos campos muy importantes que son:

1. La que aporta divisas por el gasto que realiza y que repercute en el desarrollo económico de México. (Permiten el pago de importaciones de bienes de inversión, maquinaria y equipo).
2. La creación de empleos para los nacionales (empresas turísticas). El consumo de productos y bienes nacionales. Y la redistribución del ingreso nacional a la vez que lo deposita en el gasto turístico, que se realiza en los diversos lugares típicos del país.

Para la economía nacional las divisas, de esos gastos fortalecen la producción y el peso mexicano logra una estabilidad monetaria a la vez que hay incremento de ocupación elevando el nivel productivo y económico.

Dentro del turismo interno nacional, que es el que circula dentro de nuestras fronteras; cuando los mismos nacionales hacen el recorrido en todo el interior del país. Y con éste una especie de gasto que repercute en la redistribución de ingresos por los lugares que su nivel económico es diverso, y con ello los bienes y servicios hacen una especie de red, creando un nuevo campo de trabajo en la creación de las nuevas empresas.

El turista egresivo nacional; dentro del carácter nacional es de gran fuerza ya que los bienes y servicios son objeto de fugas de divisas. No solo en nuestro país sucede esto, sino dentro de los países de todo el mundo, esto ha creado corrientes turísticas con el fin de que los nacionales hagan uso de los bienes y servicios de su propio país.

México con el fin de atraer y retener a sus ciudadanos realiza intensas campañas publicitarias y con el objeto de que la corriente turística egresiva sea en los viajeros de estímulo para que ésta sea en el interior del país. Conocemos así algunos slogans como "Visite México", "Viajes Nacionales", "Todo Pagado", "Conozca México". Todo esto es un estímulo para que sea contrarrestado el egreso del turismo y a la vez sea un incremento para el turismo extranjero.

En México la Balanza de Pagos dentro del turismo es de gran importancia dentro de la economía, ya que en esta balanza se anota el valor monetario tanto de las entradas como de las salidas de bienes y capitales siendo representados por las cuentas corrientes y de capitales.

La Balanza Comercial y la Balanza de Servicios integran la Cuenta Corriente. La llamada Balanza de Servicios comprende las exportaciones y las importaciones. Esto es los intercambios intangibles de servicios y que es en donde están los conceptos de turismo al interior y fronterizo.

En 1970 se produjeron ingresos por 539.2 millones de dólares que representó el 51.6% del déficit comercial correspondiente al año 1979 el 66% de ese total.

Esto es que en México contribuye a financiar conjuntamente con las transacciones fronterizas el déficit comercial de la Balanza de Pagos.

Se tiene que en 1982 se recibirán aproximadamente 5.1 millones de turistas y que éstos realizarán el gasto de 1,159 millones de dólares; con esto la Balanza de Pagos en México contribuirá al financiamiento del déficit.

El ingreso económico y social en el turismo dentro de nuestro país ha sido el que en su mayoría ha logrado el financiamiento económico en su pleno desarrollo en México. Independientemente del derivado del comercio de mercancías y capitales extranjeros, ya que el turismo es el que en forma directa aporta el patrimonio de nuestro país.

La contribución que hace el producto interno bruto en 1977-1979. Con un promedio de 5.5% *

Con esta participación de suma importancia dentro de la economía es de gran consideración ya que el incremento de la producción por la oferta turística de los insumos utilizados por los servicios, transportes, construcciones.

El ingreso turístico crece a un ritmo acelerado, siendo más rápido que el Producto Nacional Bruto; esto equivale a que en los próximos años el índice de crecimiento será superior al 6.1% alcanzado por el producto nacional de 1971-1979 ya mencionado.

En el ámbito social el turismo genera empleo ya que tiene peculiaridades tan significativas en su proceso operativo en la mano de obra para su funcionamiento, y donde se enmarca el aspecto social-económico de nuestro país por su alto nivel de empleo.

El Banco de México, S.A. señala que el turismo como uno de los puntos de la economía que requiere menos capital de inversión para generar empleos; para tener una mejor idea diremos que en las ramas siguientes se requirieron:

\$ 237,000.00	-----	Petróleo
131,000.00	-----	Productos metálicos
369,000.00	-----	Eléctricidad
24,360.00	-----	Turismo en 1963

Estas cantidades empleadas en las diferentes ramas señaladas, fueron necesarias para la creación de empleos tanto en bienes como en servicios.

Enfocando al turismo como una actividad socioeconómica por todas las prestaciones que emanan de un desplazamiento temporal de personas, así mismo tomando en consideración a nuestro país, como receptor de esta actividad turística. Si bien es cierto que el turismo se desarrolla por

* Producto Nacional Bruto es el valor monetario total de los bienes y servicios producidos por la colectividad de un periodo determinado de tiempo generalmente de un año.

motivaciones psicológicas, también es cierto que México cuenta con riquezas naturales, culturales de sus extensos y variados recursos, de tal manera que el turismo dentro de nuestra economía repercute en nuestra prosperidad, ya que es una fuente inagotable de ingresos no solamente para las empresas que posteriormente haremos mención; (empresas de transportes, alojamiento, de alimentos y bebidas, etc). Sino que en la misma población, se ve claramente con la afluencia de los turistas ya que tanto extranjeros como nacionales, constituyen una renta Nacional haciendo con ello una Balanza de Pagos favorable.

Los bienes que los turistas extranjeros que consumen durante su estancia en los diversos centros turísticos de nuestro país, es de vital importancia ya que son una fuente más de la creación de trabajo.

En la industria turística se estiman una suma de \$ 1'000,000.00 -- creando un valor agregado de \$791,000.00 En otras ramas el valor agregado alcanza las siguientes entidades:

Alimentos y Bebidas.....\$ 500,000 ...16 Creación de Empleos.

Productos químicos.....\$ 367,000 ...15 Creación de Empleos.

Maquinarias y transportes.\$ 110,000 ...26 Creación de Empleos.

En cuanto al empleo generado por una inversión autónoma de \$1'000,000.00. En comparación al turismo el sector de servicio.

Normalmente el desarrollo económico de una nación se concreta en zonas de limitadas y dejan al margen a otras que han incurrido en un manifiesto estancamiento, ya sea por carecer de recursos naturales o de técnicas de financiamiento para explotarlos.

Esto es que el turismo dentro del fenómeno socioeconómico y cultural no solo parámetro en lo antes mencionado, sino que constituye dentro de nuestra cultura y nuestra sociedad el patrimonio y testimonio de una nación como la nuestra, prueba de ello son; las Bellas Artes, los Monumentos Arqueológicos, los Históricos, Museos.

La realidad turística de nuestro país es un complejo de carácter socioeconómico ya que se manifiesta de igual manera en el campo de las actividades sociales, económicas y culturales. La actividad económica que presenta nuestro país se encuentra supeditada, y debe tomar muy en consideración las costumbres socioculturales, ya que estas rigen las corrientes turísticas. En México la supraestructura que básicamente parte del movimiento revolucionario de 1910 y los postulados de la Constitución de 1917.

La corriente turística no se integrará, sino hasta el momento en que las estructuras socioeconómicas se encuentren plenamente desarrolladas y así poder lograr una proyección, amplia en la corriente turística, ya que es-

ta tiene su punto de apoyo en el previo desarrollo socioeconómico de las estructuras del país

Los servicios presentan una supra-estructura dada la circunstancia que la red de servicios se encontrará fincada en el previo desarrollo de las estructuras esenciales como son, la existencia de los bienes que se van a servir ó, las instituciones Socieconómicas indispensables para su existencia.

Dentro de las funciones socioculturales en México, se encuentran grandes obras de creación artística. (Pinturas, música, folklore, artesanías, etc.). También están las obras derivadas de la técnica y la experimentación antigua y con ella el desarrollo del ámbito moderno. (Acueductos, diques, presas, centros de expansión, etc.).

El VIII Congreso Inter-americano de Turismo, hace mención de los recursos turísticos de cada país y los clasifica de la siguiente manera:(28)

A.- Naturales:

Clima, bellezas naturales, parques, playas, caza y pesca

B.- Culturales:

Arqueología, arte prehispánico, arte colonial, arte moderno y contemporáneo, tradiciones y folklore.

C.- Diversiones:

Centros de diversión, y esparcimiento, teatros, cines, centros nocturnos, fiesta charra, eventos deportivos, hipódromo.

D.- Centros de Salud, Recuperación y descanso:

Centros balnearios, Centros y Casas de Salud.

Con lo anterior se denota la importancia que tiene el conocimiento del número, estado de aprovechamiento de las características peculiares de los recursos turísticos de un lugar, zona, región de un país. Este conocimiento no se puede asegurar sin el detallado análisis, siguiendo un ordenamiento sistemático para poder vislumbrar lo que en México existe y repercute en la cultura social y lleva el fin de que el país tenga una imagen positiva.

En una forma colineal el turismo dentro del ámbito social es llevado por la economía, ya que las divisas son una fortaleza y equilibrio de la Balanza de Pagos.

(28) Manuel Ramírez Blanco "Apuntes para El Curso de Introducción al Estudio del Turismo". México, 1966. Pág. 49.

Dentro de la economía es uno de los indicadores más importantes en nuestro país, ya que las divisas aportadas por el turismo señalan casi otro tanto de las producidas por la exportación que realiza México.

Para las actividades turísticas nacionales es menester conocer que se están fortaleciendo, diversificando las actividades turísticas ya que con esta organización, distribución y control se contribuirá al desarrollo económico con justicia social.

CAPITULO III. DERECHO Y TURISMO.

La base de regulación del Derecho Turístico es la Carta Magna in dependiente de los Reglamentos y Leyes ya expedida para el uso de Derechos y Obligaciones por parte de las autoridades respectivas como de las partes que en ella se contemplan.

Este Derecho Constitucional a viajar también lo encontramos históricamente por el Profesor de Derecho Administrativo de la Escuela de Turismo de Madrid, Fernández Alvaréz, recopila en el libro; "Curso de Derecho Administrativo Turístico", y en forma extractada se tiene el resumen de la siguiente manera:

Francisco de Vitoria (Siglo XVI), en su primera relectio de Indis afirmaba que, los españoles tienen derecho a recorrer aquellas provincias y de permanecer allí sin que puedan prohibírselo los indios, -- pero sin daño alguno para ellos. "A esta razón de poder transitar está-comprendida a lo que le denominan Derecho de Gentes".

"En todas las naciones se tiene como inhumano el tratar y recibir mal -- a los huéspedes y peregrinos sin motivo alguno especial, y por el contrario es de humanidad y cortesía comportarse con ellos, a no ser que los extranjeros reportaran daño a la nación".

En el Fuero Real ya había sido reconocido este derecho, en el año de 1255, se ultimó su redacción en este Fuero existían leyes en las que se aseguraba a los viajeros o peregrinos el derecho de tránsito y permanencia en las tierras de su jurisdicción que se hacía incluso extensivo a los acompañantes así mismo, con el derecho de adquirir lo que precisara y por parte de la autoridad local la protección.

La Partida V, Título 7 Ley IV, señala estas prevenciones de la siguiente manera:

" Tanto respecto a los feriantes como a los que acudían al Reino por cualquier otra razón, dándoseles además protección eficaz mediante-rigurosas sanciones, que podían incluso suponer, en caso de robo, responsabilidad supletoria, por parte de la Autoridad Local."

La Carta Magna de Juan sin Tierra del 12 de Junio de 1215, ya -- expresaba:

"il sera perms, al'a venir a toutes les personnes de sortier de-
notre royaume et d' y revenir, librement et entoute surete par terre et
par eau, saure notre fide'lite, excpete en temps de guerre, pour de --
temps, pour le bien coum du royaume. "La Constitución Francesa de 1791;
reconocía como derecho natural y civil;" La liberté a tout homm d'aller
de reter, de partir sans pouvoir entre arréte, ni détenu, que selon les
formes déterminées para la Constitution". En el mes de diciembre de --
1948 en la Declaración Universal de Derechos del Hombre establece:

"Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un estado, así como a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país."

Bases constitucionales:

Partiendo de los siguientes artículos de nuestra Constitución, - tenemos los siguientes como principios básicos de, el Turismo.

El Artículo 1º Constitucional señala lo siguiente al referirse; - a todos los individuos que gocen de esas garantías individuales, esto -- incluye el concepto de generalidad, para todos, así vemos que el artículo 5º al hablar de la libertad de trabajo; concerniente a las empresas -- turísticas, empresas de transportes, alojamiento, guías de turistas, es -- ta actividad se refuerza con el Artículo 11º al referirse esta al libre -- desplazamiento en la República Mexicana, viajar por su territorio, 27º -- dominio de bienes nacionales, enajenaciones de aguas, tierras, concesio -- nes o venta de las mismas, (la construcción de hoteles, centros de es -- parcimiento, que se realizan en nuestro país).

Así mismo, tenemos que el artículo 76º de nuestra Constitución Me -- xicana, señala las facultades del Senado de la República y que son, las -- aprobaciones de tratados y convenios que celebre el Ejecutivo de la -- Unión y el Secretario de Despacho corriente, (Artículo 3º de las contro -- versias que se presenten resolverán los Tribunales de la Federación. -- Respecto a las leyes o actos de autoridad.) De las facultades del Pre -- sidente, así como de sus obligaciones hace referencia el Artículo 89º - Fracción 1a. promulga y ejecuta leyes que expida el Congreso de la U -- nió en esfera administrativa, para proveer en la buena marcha de los -- asuntos administrativos, entre los que se encuentran los turísticos. La -- expedición del Reglamento Guía de Turistas, choferes y similares se rea -- lizó en 1967.

Artículo 90º el Presidente se auxiliará del número de secretarios -- necesarios para el despacho de negocios de orden Administrativo de la - -- Federación. (Ley Organica de la Administración Pública Federal, que es -- tablece la Secretaría de Turismo)..

Artículo 117º, Fracción IV; de la prohibición de que los estados -- a lo que atañe con; gravar el tránsito de personas o cosas que atravie -- sen su territorio. Así como, en la Fracción V que señala lo mismo de - -- la Fracción anterior pero haciendo hincapié en que la mercancía sea na -- cional o extranjera.

Artículo 73º en su Fracción XXX, de la facultad que le confiere -- el Congreso para expedir leyes necesarias, concedidas por la Constitu -- ción a los Poderes de la Unión; así como, la Fracción XVII del mismo - -- artículo, que señala la facultad de dictar leyes sobre Vías Generales - -- de Comunicación atañe con lo que respecta al turismo y su comunicación, -- que sea necesario para el desplazamiento de éste.

2. AUTORIDADES EN MATERIA TURISTICA

La referencia de la organización jurídica que existe en México y que encuentra sus directrices en la Constitución. En México existen una abundante historia legislativa con respecto al fenómeno turístico y que se ha venido a realizar en forma diáfana en la promulgación de la Ley -- Federal de Turismo el 15 de enero de 1980. Señalando que esta es de -- capital importancia para el país (actividad turística) y que esta es de interés público. La organización jurídica tanto administrativa como socioeconómica tiene apoyos legislativos y que son de gran importancia y -- son: (29)

- 1.- La Legislación Aduanera.
- 2.- La Legislación Migratoria. (Ley General de Población).
- 3.- La Ley General de Población en sus últimas reformas. (Con la intención de que el movimiento turístico sea más fácil.)

La Ley General de Población señala cuatro categorías en cuanto -- a categorías para el viaje turístico y son:

PRIMERA.- LA CATEGORIA TURISTICA; que encuadra las necesidades del viajero que se desplaza por las más variadas motivaciones, de -- recreación, salud, paseo, deporte. Por lo que a ella -- respecta se ha procurado simplificar el máximo de requisitos que los turistas deben llenar, otorgando un sin número de facilidades para la obtención de su documento migratorio. -- (F.M.T.) se concede una temporabilidad de seis meses a esta visa, y una misma visa puede servir para la realización de -- varios viajes sucesivos durante su vigencia. (F.M.14)

SEGUNDA.- LA CATEGORIA DE VISITANTE; se otorga a los viajeros cuyas motivaciones son diferentes a las comprendidas en la categoría anterior, tales como la realización de trabajos temporales, -- de operaciones mercantiles, de negocios en general, de investigación científica, artística o deportiva. Aquello se debe a que la temporalidad concedida a esta categoría, si bien -- originalmente es de seis meses puede ser prorogable por un -- período igual a simple petición del viajero, y en caso excepcionales, hasta por dos períodos iguales. Esta categoría -- también participa en un sin número de facilidades para su -- concesión. (F.M.3)

TERCERA.- LA CATEGORIA DE TRANSMIGRANTE: que satisface las necesidades del viajero que por razones múltiples tiene la necesidad de permanecer en el país un tiempo máximo de 30 días. Esta calidad es concedida con suma facilidad. (F.M.6)

CUARTA.- LA CATEGORIA DE VISITANTE FRONTERIZO, comprende aquellas personas que desean permanecer en el país, solamente un escasísimo lapso de tiempo, fundamentalmente en ciudades fronterizas. La temporalidad máxima de ese permiso de internación es de 72 horas. Las facilidades para su obtención son máximas.

Con motivo a los pensionistas o retirados, es del tipo de viajero que en los últimos años se integra en turismo. Esto es que al trasladarse a un país pueden temporalmente, y se quedan definitivamente. La legislación previene con LA CATEGORIA ESPECIAL es la de los inmigrados rentistas. (F.M.2.)

El órgano encargado de vigilar el cumplimiento de las disposiciones migratorias es la Secretaría de Gobernación; quien a dictado varias disposiciones administrativas, para la obtención de las visas, documentación.

Por lo que respecta a la Legislación Aduanera, en materia de revisión de equipaje se simplifica a las categorías ya mencionadas.

La Secretaría de Hacienda es la encargada de la aplicación y cumplimiento de las Normas en cuanto a las disposiciones migratorias legislativas y administrativas, fundado en el principio de libertad de viajar así mismo, como la reciprocidad del Derecho Internacional.

La Legislación Aduanera es la que ejecuta las directrices generales de la política turística del Ejecutivo, limitando al máximo la revisión y vigilancia para el turismo.

Las autoridades en materia turística, son las que los Organismos Oficiales del Gobierno de México señalan como :

- 1.- LA SECRETARIA DE TURISMO.
- 2.- COMISION NACIONAL DE TURISMO.
- 3.- DIVERSAS SECRETARIAS DE ESTADO. (Hacienda, Relaciones Exteriores, Gobernación).

Oficinas estatales de turismo. Oficina de Turismo en el Extranjero.

- 1.- LA SECRETARIA DE TURISMO, por Decreto del 19 de Diciembre de 1974, la Secretaria de Turismo dependiente del Poder Ejecutivo que regula la actividad turística; es también el organismo que se encarga de desarrollar las actividades permanentes y normales al fomento de las actividades turísticas, tanto en su aspecto promocional, como el de incrementar las corrientes turísticas nacionales y extranjeras.

Esto es que la Secretaria de Turismo es el organismo permanente por el cual se satisfacen las necesidades normales, y naturales del desarrollo de la actividad turística en México.

El Artículo 2° de la Ley Federal del Turismo señala como finalidades:

1.- La Actividad turística será debidamente planeada y organizada.

2.- Se llevará a cabo la promoción tanto de la demanda interior con la exterior; así mismo, en materia turística se incrementará el fomento y desarrollo a la oferta.

3.- Los recursos turísticos de México se organizarán y controlarán en la mejor manera para su aprovechamiento.

4.- Tiene competencia para dar curso legal tanto a las denuncias, quejas, relacionadas con la protección al consumidor.

5.- Propondrá al Ejecutivo Federal las políticas federales. (en materia turística).

6.- El Ejecutivo Federal expedirá los reglamentos necesarios para la aplicación de la Ley y sus Reglamentos.

7.- Tendrán la ayuda que se requiera para auxilio de las Secretarías para que se lleven a cabo en su Ley y en sus Reglamentos: de las autoridades federales tanto en México como en el extranjero por sus respectivos representantes.

2.- CONSEJO NACIONAL DE TURISMO. (16 de Diciembre de 1961).

De 1958, a 1961, se aceleró el incremento de las actividades turísticas, por la relevancia que tiene económica y social en México; --- este organismo especial coadyuva en los planes de fomento y desarrollo de la actividad turística. (planeación, órgano consultivo de promoción), con el fin de incrementar el ritmo y desarrollo de la actividad turística.

Este órgano depende directamente del Ejecutivo quien armoniza la actividad de la Secretaría de Turismo y la del Consejo Nacional de Turismo y este es un órgano de:

1.- Consulta y planeación

2.- Planeación y fomento.

Su estructura se encuentra configurada por:

- 1.- Una persona designada por el Ejecutivo.
- 2.- Representantes de la Secretaría de Hacienda.
- 3.- Secretaría de Gobernación.
- 4.- Una Vocal Representate de un Sector Privado.
- 5.- Un Secretario del Consejo Nacional de Turismo.

3.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

De la regulación y operación de los servicios turísticos en el Artículo 69° de los Prestadores de Servicios de la Ley de Turismo señalan los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios que se dediquen a los siguientes servicios:

- a) Guías y guías choferes.
- b) Agencias y subagencias de viajes.
- c) Arrendadores de automóviles, embarcaciones y otros bienes muebles destinados al turista.
- d) Transportes; marinos, terrestres, fluvial, aéreo.
- e) Hoteles, moteles, albergues, establecimientos de hospedaje.
- f) Restaurantes, cafeterías.
- g) Bares, cantinas, discotecas, centros nocturnos.
- h) Balnearios, campamentos y paraderos rodantes.
- i) Establecimientos de artesanías.

En cuanto a los derechos de los prestadores de servicios turísticos, al obtener la autorización de la Secretaría de Turismo, adquieren derechos y obligaciones. El artículo 74° de esta Secretaría señala estos y son:

- 1.- Incluirse en el catálogo, directorio y guías de turistas de la Secretaría de Turismo.
- 2.- Estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo, con su cédula o credencial respectiva que le corresponda.
- 3.- Obtener permiso, autorización de precios y tarifas.

4.- Obtener la aceptación de la categoría que corresponda conforme a los servicios que preste.

5.- Poder cambiar de categoría si reúne los requisitos señalados para su función.

6.- Asesoramiento técnico por parte de la Secretaría de Turismo, concernientes a proyectos, difusiones, promociones, etc. turísticas.

7.- Tener apoyo de la Secretaría de Turismo respecto a créditos-destinados a la mejoría de sus servicios.

8.- Tener conocimiento de la programación de la promoción que se tenga por parte de la Secretaría.

9.- Recibir el respaldo de la Secretaría de las gestiones ante autoridades tanto Federales, Estatales, Municipales.

10.- Los estímulos, franquicias, facilidades que se proceda por-
aparte de la Secretaría.

11.- Los demás señalados por la Ley y Reglamentos; según el ser
vicio que se preste.

Por lo que respecta a las obligaciones de los prestadores de ser
vicios, de acuerdo, a los términos constituidos tanto en bienes como en --
servicios para con los turistas se tienen:

1.- La colaboración y acatamiento de planes nacionales, Ley y --
Reglamentos para con la Secretaría.

2.- Cumplir en los términos de contrato, los bienes y servicios.

3.- Proporcionar los datos de su actividad a la Secretaría.

4.- La solicitud de precios por la Secretaría y respetarlos.

5.- La información que se preste será llevada con respeto y dig-
nidad patriota, tanto en el servicio como en la publicidad.

6.- Tener en lugar visible los precios y tarifas autorizados. --
(en los establecimientos respectivos).

7.- Dar nota de consumo.

8.- Responder por reservaciones contratadas por los usuarios.

9.- El empleo del idioma correctamente al realizar el servicio.

10.- Tener en buenas condiciones los establecimientos de servicios
y responder por la seguridad y bienestar del turista.

CAPITULO IV.

LAS EMPRESA TURISTICAS

El Gobierno de México en actamiento a los ordenamientos de la Ley Federal de turismo y demás leyes y reglamentos que configuran el turismo, - como actividad profesional; se percatan de vigilar, supervisar y controlar este fenómeno turístico. Conociendo que las empresas que enunciaremos y estudiaremos a continuación, son básicas para la práctica del turismo: Así como los ordenamientos legales que le rigen.

La Ley Federal del turismo en su artículo 48, fracción 1a. capítulo II, señala el interés por las empresas mexicanas dedicadas a la actividad del turismo, para una mejor armonía, funcionamiento en cuanto a organización, distribución y control.

Las empresas prestadoras de servicios turísticos son:

- 1) Las empresas de transportes.
- 2) Las empresas de alojamiento
3. Las empresas de alimentos y bebidas
4. Las empresas de recreación y esparcimiento
5. Las empresas de guías de turistas, choferes y similares.
6. Las empresas de agencias de viajes.
7. Las empresas y la mercadotecnia.

1. Las empresas de transportes:

Se entiende que las empresas de transportes se definen como: la organización mercantil que tiene por actividad específica la - conducción de personas, de un lugar a otro, por cualquier medio de locomoción.

Por tal motivo se verá a la Empresa de Transporte, como la transportación turística, para que de esa manera se enfoque a lo antes-señalado; ya que se hará mención de los mejores y más conocidos medios-para llevar a cabo esta empresa, por ser la transportación la que a través de este servicio es el que facilita el mejor desplazamiento turístico y el que realiza el viaje de ida y vuelta.

Los tipos de transporte que se ofrecen al turista según - Luis Fernandez Fuster. (30).

(30) Luis Fernandez Fuster. "Teoría y técnica del Turismo" Tomo I, Ed. Mundo Científico. Serie Turismo España. 1971. Páginas 425 y 429.

I. Acuático.

De acuerdo con los requerimientos del desplazamiento turístico, con la respectiva técnica avanzada, se canaliza según las condiciones de su explotación.

El transporte marítimo que en la Segunda Guerra Mundial casi al finalizar ésta, se encontraba en crisis; después se tomó la tendencia de que en las compañías navieras se preocuparan por el mejoramiento en la construcción. y de embarcaciones más lujosas y veloces. A continuación se mencionarán las embarcaciones más usuales en las empresas marítimas. (31)

a) Marítimo:

1. De servicio regular:

El que se utiliza para transporte de pasajeros, sean o no turistas, tienen rutas e itinerarios fijos.

2. Cruceros:

Estos cruceros turísticos tienen sus recorridos y extensiones variables, se realizan en forma; especial, regular o charter para ciertas épocas en vías de navegación fluvial o marítima. Los turistas tienen acceso a puertos, que cuentan con atractivos típicos, en la mayoría de los casos su destino es el mismo punto de partida.

3. Embarcaciones deportivas y de recreo:

Se utilizan para la práctica de deportes acuáticos.

b) Fluvial:

Los cruceros fluviales son los que se realizan dentro de los límites de una ciudad, o los que abarcan dos o más de ellas.

El crucero local es el que se realiza, con distintas frecuencias al día, tocando los puntos de atractivo turístico cercanos a la rivera; los hay de tipo regionales por uno o varios países (los de Rhin, Volga, Danubio).

Los cruceros marítimos son recorridos internacionales y comprenden el puerto de cabecera de línea y todas sus escalas, su duración es por lo regular de una semana en adelante. (éstas pueden ser de lujo como los trasatlánticos; "Leonardo de Vinci", "Raffaello", "Benito Juárez", los económicos cargueros de pequeña escala, paran en todos los puertos de una cierta ruta).

(31) Luis Fernandez Fuster. "Teoría y Técnica del Turismo". Tomo I; Ed. - Mundo Científico. Serie Turismo España. 1971. Pág. 425 y 429.

1. Servicio regular:

Rutas e itinerarios fijos, para el transporte de pasajeros, sean o no turistas.

2. Servicio turístico:

Rutas e itinerarios fijos. Es exclusivo para turistas, visitando los puntos de mayor interés.

3. Botes deportivos y recreacionales:

Son para la práctica de los deportes acuáticos, pesca, buceo, regatas.

c). Lacustre:

Los que se encuentran en los lagos u orillas por lo general.

1. Servicio Regular:

Recorridos fijos, concretando poblaciones ubicadas a la orilla de un lago.

2. Servicio turístico:

Unicamente para grupos de turistas.

3. Lanchas deportivas y de recreo:

Para la práctica de deportes acuáticos, regatas, pesca.

2. TERRESTRE: proporcionado básicamente por automóvil y autobús.

a) Ferrocarriles:

Este servicio fué en su inicio, proporcionado por las empresas privadas que registraban frecuentes pérdidas de operación permanente. Esto llegó al Sector Público de muchos países a la ejecución del servicio colectivo a un mejor mantenimiento tanto de comercialización, como de mejoramiento.

A esto se debe que haya líneas regulares con tarifas e itinerarios fijos, operándose con un equipo variable como son; las locomotoras de vapor, de diesel, automáticas, eléctricas, sobre una vía de ancho normal de 1.435 metros. El turista cuenta dentro de este transporte con vagones, coches de pasajeros, coches restaurantes, coches salón, coches cama.

1. Servicio Regular:

Transporte de pasajeros, con itinerarios fijos. En la mayoría de los países, son operados por el Estado.

2. Servicio Turístico:

Son operados generalmente por empresas privadas, que ofrecen el servicio de viajes recreacionales.

b) Autobuses:

Este servicio opera en líneas regulares y servicios discretionales, pueden ser nacionales o internacionales. (En México opera la línea 3 estrellas).

1. Servicio Regular:

Unen diferentes localidades.

2. Servicio Turístico:

Rutas establecidas a diversas localidades turísticas, teniendo como destino final el lugar de donde se partió.

3. Fletamiento:

Para excursiones.

4. Recorridos turísticos en la ciudad:

Los lugares de mayor importancia .

c) Automóviles:

Este servicio se puede obtener a través del auto con conductor o sin él. Este automóvil puede ser privado o de alquiler, ambos demandan según su cobertura los servicios en carreteras, gasolineras, refacciones, talleres de reparación.

1. De renta:

Con conductor o sin él.

2. Servicio turístico:

Conducidos con guía de turistas, es un servicio de los más clásicos, con excursiones locales o para servicios permanente de ejecutivos.

3. Para turistas con uso o sin él del intérprete.

4. Particulares .

d) Instalaciones con mecanismos especiales.

1. Funicular:

Es una variante de ferrocarril, destinado a subir pendientes pronunciadas y la tracción se opera por medio de cables.

2. Telférico:

Transporte en vehículos suspendidos de cables de acero.

3. Telesillas:

Asiento individual móvil suspendido por un cable de tracción.

e) Casas rodantes:

1. De renta.
2. Particulares.

f) Motocicletas:

1. De renta.
2. Particulares.

g) Bicicletas:

1. De renta.
2. Particulares.

3. AEREO:

Este servicio se incorporó en el turismo casi desde su aparición, constituyéndose por su rapidez, alcance, confort.

Permite la movilización de un número creciente de turistas en forma masiva.

1. Servicio Regular:

Para pasajeros turistas o no turistas el servicio se encuentra; continuo, itinerarios fijos, sujeto a tarifas, rutas, frecuencias y medidas de operación previa y oficialmente autorizadas por los gobiernos, asociaciones inter-

nacional y de transporte y seguridad área. IATA y OACI.
(32).

En nuestro país lo regula la autoridad competente en materia de navegación aérea, en México lo es la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por conducto de la Dirección General de Aeronáutica Civil.

b) Servicios Fletados:
(Charter).

Vuelos especiales que contratan con fines comerciales para el transporte de grupos. Con tarifas independientes; se cobran por servicios regulares, esto permite que sea mas barato el costo de transportación, por lo general se utiliza los aviones a su máxima capacidad, con destinos incluidos o no en rutas operadas regularmente.

Por lo regular se procura emplear el equipo de que se dispone cuando éste no es necesario para cubrir los itinerarios ya establecidos. Para ésto se requiere un permiso especial de las autoridades aeronáuticas correspondientes a cada país.

c) Renta de Pequeños Aviones (con piloto):

Se utiliza para vuelos privados especiales.

d) Renta de Pequeños Aviones (sin piloto):

Para este tipo de servicio es necesario cubrir con una serie de requisitos.

e) Aviones Particulares:

La Ley de Vías Generales de comunicación establece la jurisdicción de que son sujeto esta vías generales de comunicación, a los Poderes Generales, en su Fracción V. Del Artículo 3° de la mencionada Ley, hace referencia a los contratos y a las infracciones en la Fracción XII, hacen referencia el Artículo 4° de la manera que decidirá los contratos.

(32) OACI. Organización Air Civil Internacional, organismos oficiales que representan a los Estados, miembros y cuyo propósito, es el de lograr el mayor grado de uniformidad internacional en los procedimientos relativos a la seguridad, rapidez, economía y eficacia de la navegación aérea.

IATA. Internacional Air Association, organización no oficial constituida con el objeto básico de fomentar el transporte aéreo en forma segura, regular y económica; a ella puede adherirse cualquier empresa que perteneciendo a un Estado miembro OACI tenga autorización de su gobierno para ocupar una línea regular.

En nuestra legislación se encuentra regulado el Contrato de Transporte Civil, por el Código Civil, el Contrato de Transporte Mercantil, por el Código de Comercio y por la Ley de Vías Generales de Comunicación.

(Los) anterior es debido a que el artículo 69, de la Ley Federal de Turismo en su inciso d) incluye los servicios turísticos y sus prestadores de los mismos. El transporte de servicio exclusivo de turismo terrestre, marítimo, fluvial y aéreo, señalando el ordenamiento en sus condiciones y modalidades que en materia turística corresponde.

Por lo que se refiere al ámbito contractual al transporte de los turistas como pasajeros y a los equipajes y efectos turísticos que porten, en bien o sean consignados a estos turistas.

El Contrato de Transporte turístico es de carácter mercantil, ya que conforme al artículo 75 del Código de Comercio, Fracción VIII, "son actos mercantiles las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua y la empresas de turismo que a su vez el Artículo 576 señala; los que se refutan como como mercantiles", Cuando siendo cualquier sea comerciante el porteador o se dedique habitualmente verificar transportes para el público. Señalando lo que regula los derechos y obligaciones del porteador o transportista así como la de los viajeros, cargadores y consignatarios en los respectivos artículos 577 al 604.

El artículo 4º de la Ley de Vías generales de comunicación, señala como fuente ordenadoras de la materia, la propia Ley y sus Reglamentos: a falta de disposiciones a esta legislación los preceptos del Código de Comercio y en efecto de todos ellos los preceptos de los Códigos Civil y Procesal Civil para el Distrito Federal. Con el fin de que todas estas disposiciones se resuelvan las controversias que se susciten sobre interpretación y en cumplimiento de concesiones y toda clase de contratos, relacionados con las vías generales de comunicación y medios de transporte.

El mercantilista Rodríguez y Rodríguez al hablar del contrato señala al respecto: "la obligación de controlar; propia de toda concesión de servicio públicos con carácter de monopolio, no suprime los efectos contractuales de la relación de un convenio con el usuario; así como la necesidad de hecho en que se encuentran los usuarios - no incluye la presencia y los efectos de la declaración de su voluntad con la categoría del contrato.

Teniendo por consiguiente que es un contrato concensual, bilateral oneroso, que generalmente se perfecciona en forma de convenio de adhesión.

Existen dos tipos de transportistas y son:

1. El transportista exclusivo de turismo.
2. El transportista general.

El transportista exclusivo de turismo es sometido a la Secretaría de Turismo como prestador de dicho servicio, desde luego en las obligaciones generales que pesan sobre el transportista, es también sujeto de la fiscalización administrativa, sancionadora de las Autoridades de Turismo, poder de fiscalización y sanción, que no pesa sobre el transportista de servicios generales, aunque sus usuarios sean turistas. (la Secretaría de Turismo carece de jurisdicción ante estos últimos servicios).

Por lo que respecta a el transportista general se encuentra sometido a la Ley de Protección del Consumidor y las Autoridades del ramo; en sus artículos del 15 al 19 de la mencionada ley.

La diferencia es que el transportista exclusivo de turismo tiene la consideración en cuanto a los actos de fiscalización, investigación, sanción; dependen de la Autoridad Turística que tiene la obligación de remitir el asunto de las autoridades investidas de la Ley de Protección al consumidor, si ante ella se plantea las reclamaciones.

La Ley Federal de Protección al consumidor señala en su artículo 1° que las disposiciones de éstas serán para toda la República y que son de orden público e interés social, así como su aplicación y vigilancia administrativa; salvo en casos de la falta de competencia será de la Secretaría de Industria y Comercio. Señalando los que enmarcan en forma directa al cumplimiento de esta ley en su artículo 2° a los comerciantes, industriales y prestadores de servicios, y a las empresas de participación estatal, organismos descentralizados, órganos de estado. (siempre que desarrollen una actividad de producción, distribución y comercialización de bienes y servicios para los consumidores).

Con respecto a las sanciones la Ley Federal de Protección al Consumidor señala en su artículo 86, Capítulo XII; las infracciones y demás disposiciones derivadas de la Ley, será aplicables las sanciones de acuerdo a la autoridad y a:

I. Multa de cien a cien mil pesos. En caso de que persista la infracción podrán imponerse multas, por cada día que transcurra sin que se obedezca al mandato.

II. Clausura temporal hasta por 60 días.

III. Arresto administrativo hasta por 36 horas.

IV. Las previstas por los artículos 53 y 54, para los casos a que los mismos se refieren.

Por lo que respecta a la base que partirá para el efecto de las sanciones señaladas en su artículo 87, las actas levantadas por la autoridad, así como su motivo y fundamento con arreglo al Derecho.

Así mismo se encuentra en el artículo 89 lo que se tomará en cuenta para determinar la sanción y señala al respecto:

- I. El carácter internacional de la acción u omisión constitutiva de la infracción;
- II. Las condiciones económicas del infractor;
- III. La gravedad que la infracción implique en relación con el comercio de productos o servicios, así como el perjuicio ocasionado a los consumidores, o a la sociedad en general.

2. LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO:

Partiendo del Reglamento de Establecimiento de hospedaje se entenderá de acuerdo al artículo 2° y 3° del mencionado lo siguiente:

Artículo 2°, se entiende por establecimiento de hospedaje el que, estando manejado sobre un régimen de estricta moralidad, propio al público alojamiento con o sin alimentos y otros servicios conexos.

Artículo 3°, para los efectos de este Reglamento, se considerarán comprendidos dentro de la denominación genérica de establecimientos de hospedaje; los hoteles, campos de turismo, posadas, casas de huéspedes y casas de departamentos amueblados.

En atención a lo mencionado vemos; establecimiento, hospedaje equivale a las diferentes formas que hay de alojamiento de dicho servicio satisface al turista una necesidad básica y dado a la asociación que se tiene con el desplazamiento turístico.

Partiremos por los establecimientos primarios de los mesones, posadas o fondas que se han transformado en forma cuantitativa y cualitativa por el turismo, para que el viajero de albergue en forma temporal, no sólo con las atenciones de huésped, pero dado a las diferentes necesidades y condiciones del turismo se ve en la situación de una organización en técnica y especialización para poder cubrir las diversas situaciones mencionadas.

Contemplando una variada gama de servicios de alojamiento dentro de una misma estructura física de operación. El servicio de hospedaje por su operación y funcionamiento puede ordenarse en dos grandes grupos: los de tipo de servicio hotel y los de tipo de servicio extrahotel, variantes que aunadas a su estructura física, magnitud y ubicación; permiten situar a los establecimientos que los presten dentro de un tipo y otro.

CLASIFICACION DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE:

Según el Instituto Mexicano de Investigación Turística. (33).

1. Los de tipo de hotel,
2. Los de tipo extrahotel.

1. Los de tipo hotel se define de la siguiente manera:

"Aquél servicio que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones que se han instituido para proveer básicamente, alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista".

Y comprenden los siguientes:

- a) El hotel.
- b) Condotel.
- c) El motel.
- d) El motor hotel.
- e) El hotel residencia.

a). El hotel:

Constituido por unidades de alojamiento que tengan cuartos y suites, complementando este servicio con: restaurantes, bar, centro nocturno, casino, peluquería, tiendas de artículos típicos y varios, salón de belleza, agencias de cambio de moneda, de viajes, correo.

Apareciendo las concesiones que vienen a ser una estructura complementaria de servicios al turismo.

(33) Instituto Mexicano de investigación Turística. Apuntes para el -
Curso de Introducción al estudio del turismo. México, D.F. 1974.

Tradicionalmente se edificaba en una estructura vertical - que a través del tiempo ésta se ha ido modificando con los avances del Ingenieria actual.

b). Condotel:

En México aparece en los años 60', con esta denominación, - constituyendose una modificación de lo que hasta entonces había sido un establecimiento de hospedaje, éste tiene como base el compartir: propiedad, servicio, espacio y tiempo. La manera que funciona el - condotel es:

1). Como empresa:

Unicamente la utilización de la unidad habitacional, en determinado tiempo y lugar.

2). Como empresa en cadena:

Tiene la posibilidad de utilizar las unidades en localidades diversas, lapsos de tiempo determinado.

Su estructura en forma vertical con los servicios genéricos del hotel. (Cafeterías, restaurantes, piscinas, etc.). Su forma de adquisición de copropietarios, (propiedad común). No se puede extraer de la unidad ninguna instalación que integra ésta.

c) Motel:

Es de estructura horizontal, por lo general su ubicación es a lo largo de las carreteras, en la entrada y entronque de autopistas, sus unidades son independientes y de tipo bungalow, con estacionamiento en su respectiva unidad habitacional. Este tipo de alojamiento data de los años 40' en los Estados Unidos, dada la necesidad del turista que transportado en su automóvil requiere de este servicio.

d). Motor hotel:

De reciente creación, generalmente se encuentra en los centros urbanos más importantes, su estructura y tipo de servicios complementarios son igual que los del hotel, con la variante que en el - motor-hotel hay aparcamiento para los automóviles. Este tipo de servicio surgió en Estados Unidos.

e). Hotel residencia:

Es una modalidad, constituida por las anteriores unidades de alojamiento, lo que la diferencia es que está destinada a turistas con ciertos requerimientos como: un alto nivel socio-económico, estancia mas prolongada de la que comunmente se realiza en los anteriores alojamientos; su decoración es lujosa tipo suite, no se alquila por día.

2. LOS TIPOS DE EXTRA-HOTEL:

Son alojamientos con los servicios y técnicas de organización y especialización deducidas, prestando el servicio mínimo de cuarto ya que por ser hospedaje sencillo no cuenta con servicios de restaurante, peluquería.

Los alojamientos extra-hotel consisten en los siguientes:

- a) Apartamento o casas particulares.
- b) Casas de huéspedes o pensiones.
- c) Albergues juveniles.
- d) Refugios o cabañas.

a) Apartamentos o casas particulares:

Este servicio es para turistas que viajan en grupo, y por lo general van a vacacionar un lapso de una semana o un mes por lo menos. El servicio consta de una sala de estar, equipo de cocina, comedor, baño, esto distribuido en dos o más cuartos, la estructura de estos apartamentos son de edificios clásicos.

b) Casa de huéspedes o pensiones:

Su estructura es generalmente de casas particulares adaptadas para dar este tipo de servicio, así como existen edificios antiguos adaptados igualmente con un número de cuartos muy limitados, por lo general este servicio es para visitantes de escasos recursos-económicos. (estudiantes del extranjero o de provincia, de las principales ciudades de la misma nación). Sus servicios se obtienen por día, semana o mes, teniendo la opción al lavado de ropa y alimentación, en comedor común al igual que el servicio de baño.

c). Campos turísticos:

Son terrenos al aire libre, con espacio para casa rodantes, (trailers park). Tiendas de campaña, contando con agua potable, electricidad, gas, servicios de cafetería, tiendas de combustibles, tintorería, juegos y duchas.

d). Albergues Juveniles:

Como su nombre lo indica, estos tipos de servicio son creados para jóvenes que cubren los requisitos de: edad, sexo y posesión de una credencial internacional.

Estos albergues disponen de un mínimo de instalaciones funcionales, alquilándose por tiempo limitado, con un máximo de 3 días aun precio muy bajo, se caracteriza por sus cuartos de mediano o gran tamaño y en estos un número considerable de literas, camas, catres, colchonetas. Hay también el servicio de ducha, sanitario, sanitario de uso general.

Funciona en forma eventual o permanente y por lo general son del patrocinio del Gobierno, Asociaciones civiles o instituciones educativas. Se encuentran en las viejas construcciones centrales y a las afueras de éstas, con las instalaciones modernas.

e). Refugios y Cabañas:

Son los alojamientos que estan de: mediano, pequeño tamaño, se localizan en lugares abiertos, guardados o cerrados, con sus instalaciones y mobiliario limitado y rústico construidas de madera por lo general; su ubicación se encuentra en las zonas de caza y pesca, en lugares montañosos, para la práctica del alpinismo, las cabañas son usadas por grupos de turistas que gustan de la ecología y práctica deportiva.

Lo anterior se encuentra configurado en categorías de la siguiente manera UIOOT. En su proyecto de normas de clasificación de hoteles con 5 categorías consignadas por estrellas. (34).

Lujo:

Hoteles de gran lujo y comodidad, con las instalaciones previstas para la primera categoría y además:

(34) Previsión de Normas de Clasificación Hotelera. informe sometido a la consideración de la XXII Asamblea General de la UIOOT. Dublin-Irlanda 1969.

- Dependencias comunes de gran clase, con amplio vestíbulo, salones de recepción y lectura.
- Numerosos apartamentos con salones privados.
- Un mínimo del 75% de los apartamentos o habitaciones tendrán cuarto de baño privado y completo, (combinación de baño y ducha). El 25% del cuarto con ducha y WC.
- Equipo de Instalaciones generales, provistas de lo mas reciente.
- Piscina al aire libre o en el interior según las condiciones climáticas del país.

Primera Categoría:

Hoteles de elevada comodidad, con instalaciones para 2a. categoría, y además:

- Importantes dependencias comunes.
- Apartamentos con salón privado.
- Habitaciones espaciaosas, con mobiliario de primera clase.
- Un mínimo de 60% de apartamentos o habitaciones deben tener cuarto de baño privado completo, (combinación baño ducha).
- Un 40% de habitaciones con cuarto de aseo con ducha y WC.
- Servicio de recepción de caja, conserjería y restaurante.

Segunda Categoría:

Hoteles de gran comodidad instalaciones previstas para la 3a. categoría y además:

- Vestíbulo-salón de recepción y sala de lectura, éste último deberá estar equipado con bar y el usuario no tendrá la obligación de hacer con sumo alguno.
- Instalación para el aislamiento de ruidos.
- Teléfono con línea en el 50% de habitaciones.

- Un mínimo del 25% de habitaciones con cuarto de baño completo, (combinación baño ducha).
- Un mínimo del 75% de habitaciones con cuarto de aseo y Wc.
- Instalaciones generales especiales, las de aseo muy bien acondicionadas.
- Personal calificado.

Tercera Categoría:

Hotel con condiciones adecuadas de comodidad con las instalaciones para la 4a. categoría y además:

- Ascensor para los hoteles de más de dos pisos.
- Alfombras en las dependencias comunes.
- Un 40% de las habitaciones con cuarto de aseo y Wc.
- Las demás habitaciones, con bidet de agua corriente.
- Líneas telefónicas en el hotel y el teléfono interior en las habitaciones, con un puesto como mínimo en cada piso.
- Cuarto de baño o ducha común para 10 habitaciones por lo menos por piso.
- Equipo de aseo de calidad y ,
- Servicio de recepción.

Cuarta Categoría:

Hoteles de clase media 10 habitaciones como mínimo, correspondiéndoles lo siguiente:

- Dependencias comunes con un salón para la clientela, o de un vestíbulo acondicionado.
- Calefacción central o dispositivo de calefacción automática.
- Cabina telefónica para uso de la clientela.
- Habitaciones claras y bien acondicionadas provistas de ventanas con-

persianas o cortinas espesas, dotadas de buena calidad de alfombras grandes o pequeñas, con equipo eléctrico moderno incluyendo tres interruptores distintos uno para el techo, otra para la cabecera de la cama, y un tercero para el lavabo.

- Agua corriente caliente y fría en todas las habitaciones, el equipo de aseo deberá encontrarse detrás de un biombo o de una media pared bien fija.
- Un mínimo del 50% de las habitaciones deberá poseer bidet con agua corriente.
- El 25% deberá tener un cuarto de aseo constituido por instalaciones fijas o una ducha privada, contigua a las habitaciones por separado de las mismas.
- Un cuarto de baño o ducha común para 15 habitaciones en los hoteles de paso; en los demás hoteles un cuarto de baño o ducha para 7 habitaciones.
- Un Wc. común para 5 habitaciones y al menos dos por piso, uno para caballeros otro para señoras.
- Servicio de desayuno en las habitaciones.
- Equipo de aseo de buena calidad en perfecto estado.
- Entrada independiente en el aseo, habrá un restaurante bar.

De las tarifas y el control de precios de acuerdo con el Reglamento de Establecimientos de hospedaje en su Art. 26, hace referencia, a las tarifas aprobadas por las autoridades competentes y que están sujetas a éstas los propietarios o encargados y que se deberán exhibir en lugares visibles por el público, las tarifas deben ser exhibidas sin correcciones ni enmendaduras, alteraciones; deberán señalar que incluye la tarifa, (alimentos, llamadas telefónicas). También deberá de ser impresa en español e inglés, (o los idiomas que generalmente el turista emplee).

Armando Herreras hace referencia al respecto.

"Constituye una labor estatal de gran interés la fijación de tarifas y el control de precios en la industria hotelera, ya que en esta forma se evitan abusos de que son víctimas los turistas, por la gran parte de los hoteleros, restauranteros, guías de turistas, etc. desacreditando al país y mermando la afluencia cada día. Es necesario que el gobierno, a través de la Secretaría de Turismo se preocupe seriamente por la baratura de los servicios, que ofrecen al via

jero; pues en México desafortunadamente va perdiendo ante el turista su característica de país barato, Acapulco es un ejemplo claro, en este sentido, ya que no solamente al turista sino también al mexicano común, no puede disfrutar de las comodidades y bellezas del puerto en virtud de estar fuera del alcance de su economía". (35).

Manuel Ramírez Blanco también habla al respecto:

"Habrà que ver a los señores hoteleros del país, especialmente a los de Acapulco, que no se puede calcular el alquiler de los cuartos en dólares, cuando hacen sus presupuestos de costos, porque nunca un cuarto de hotel de Acapulco debe costar lo mismo que en Nueva York o en París, aun en el caso de que sean mejores como sucede con frecuencia, porque el turista extranjero busca en México cierta baratura que lo compense de los largos viajes que tienen que hacer para llegar a nuestro país. Por otra parte las tarifas y lugares de alojamiento para el turismo nacional merecen un estudio especial y deben programarse simultáneamente a la construcción de hoteles cómodos e higiénicos y baratos que colocarlos fuera de las tarifas que se cobran al turismo al extranjero, dedican una especial preferencia y atención al turismo nacional. (36).

En la Ley Federal del Turismo Título I, Capítulo II, en su Art. 12 fracciones XXI y XXII que hablan respecto a la competencia, que la Secretaría de Turismo podrá autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos principales y conexos, así como vigilar su correcta aplicación y cuidar que la prestación de los servicios turísticos se lleve a cabo conforme a las disposiciones legales aplicables, en los términos autorizados y en la forma en que éstos hayan sido contratados - a excepción de tarifas de transportes de pasajeros, (los no turistas).

En la ya citada Ley en el Título VI, Capítulo I, en su Art. 71 hacer el señalamiento de que los prestadores de servicios turísticos deben de tenerla autorización de la Secretaría de Turismo para los precios y tarifas con la solicitud y documentos que los reglamentos señalan al respecto.

(35) Armando Herreras. "Turismo Proyección Integral, Historia y Actualidades". Asociación Mexicana de Turismo. México 1958. Pag. 23.

(36) Manuel Ramírez Blanco. "El Turismo y la Industria Hotelera en México". Tesis Profesional. México 1963. Pag. 132.

De las infracciones y sanciones se encuentran contenidas para su aplicación en la Ley Federal de Turismo y sus Reglamentos y señala en su Capítulo Unico Título VIII de la citada Ley en su Artículo - 97; "La Secretaría de Turismo, para cumplir con las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos, podrá practicar visistas de inspección que considere pertinente, las que deberá fundar y motivar y aplicar sanciones que procedan previo al procedimiento administrativo correspondiente" conjuntamente con lo señalado el Artículo 98 señala que serán objeto de sanción y amonestación quienes constituyan el incumplimiento de la Ley y sus reglamentos con multa de mil a cien mil pesos, y el Artículo 29, el doble si se reincide y será hasta dos tantos del importe de la multa si el infractor persiste en la contravención.

El Reglamento de Establecimiento y Hospedaje en su Art. 33 Capítulo VII Fracciones I, II y III señala las infracciones para el Reglamento Únicamente, con la variante del arresto de 15 días (en caso de no cubrirse la multa correspondiente).

Siendo la Secretaría de Turismo quién conocerá de actos u omisiones, que constituyan infracciones a la Ley Federal del Turismo y sus Reglamentos y que se sancionará con multas, siempre y cuando tengan lugar en el Distrito Federal, así mismo éste podrá disponer clausuras, suspensiones y cancelaciones; cuando se trate de estos casos y que se susciten en algún Estado de la República Mexicana y que serán de competencia de las delegaciones, oficinas y Comisiones de Turismo.

Señala el Art. 166 Título VIII Capítulo Unico que cuando la empresa funcione sin el Registro Nacional de Turismo, será sancionado, si éstos no han sido requeridos, (Permisos de Operaciones y Registro). En un término de 30 días hábiles, a partir del día de que se haya hecho el requerimiento; de lo contrario se procederá a la clausura del lugar.

Por lo que se refiere al Procedimiento Administrativo Infraccionario, independientemente de los acatamientos tanto de la Ley Federal de Turismo y sus Reglamentos y a falta de éstas disposiciones se llevarán a cabo en forma supletario las prevenciones del Código de Procedimientos Civiles.

La Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A. C., en el contrato de hospedaje existen cláusulas con respecto al precio y son las siguientes:

Es obligación del huésped liquidar puntualmente la cuenta causada en la negociación cuando sea requerido por la empresa. El precio del hospedaje queda fijado en las respectivas tarifas debidamente aprobadas por la Secretaria de Turismo. El pago podrá ser exigido por adelantado a juicio de la empresa.

La falta de pago por el huésped cuando sea requerido al efecto causa la instantánea rescisión del alojamiento. El equipaje y de más bienes que introduzcan los huéspedes en el establecimiento se considera propiedad de la persona que efectúe el registro y responderá de los adeudos que por hospedaje, servicios y obligaciones que causen las personas comprendidas en el registro respectivo.

Dado las circunstancias que apela al interés turístico de Administración de precios en el alojamiento se exige que el precio se encuentre en un nivel competitivo en el mercado internacional de oferta turística; que las condiciones sean estables para que se vean en forma diáfana la uniformidad de su mercado en las empresas de servicios turísticos.

3. LAS EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS:

Estas empresas constituyen una función primerísima para el turismo, ya que es la que satisface las necesidades vitales del ser humano. (alimentos y bebidas).

El Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas señala una serie de modalidades; (37).

Por su servicio de preparación de alimentos y que es proporcionado por:

1. El restaurante.
2. Las cafeterias con servicio de cocina.
3. Las máquinas con alimentos preparados.

Del servicio de restaurantes se desprende:

- Auto-servicios, (selfservice), para que el cliente se atienda por si mismo.
- Los snack-bar (restaurante rápido) sirven comidas ligeras, y que son consumidas de pie sobre un mostrador o barra.
- Los resto-ruta (restaurantes de carretera) los que sirven desayunos, almuerzos, cenas ligeras, en el propio vehículo.

(37) Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo". México 1974.

El servicio que prestan los restaurantes es especializado - en sus comidas y bebidas, tanto internacional como nacional. Esto es debido a que la preparación de alimentos es un atractivo típico de cada país, región, lugar a la vez que constituye un orden sociocultural.

Los aspectos que se relacionan tanto en tipos, categorías y número de éstas en cuestión de las costumbres sociales del lugar del centro receptor, así como el tiempo de que disponen los residentes del lugar, la recepción de las diversas personas que concurren al lugar, como una corriente turística nacional e internacional. Siendo esta última el que proporciona la unión de establecimientos de alojamiento creando una fusión de los servicios que proporcionan las empresas de alimentos y bebidas.

Existen una serie de clasificaciones de las empresas que se encargan de la preparación de alimentos y bebidas.

1. Por los ingredientes de los alimentos. Estos pueden ser; vegetarios, pescados y mariscos, carne de ganado y aves. Por lo general en estos restaurantes hay vinos y licores, independientemente de las bebidas comunes que no contienen alcohol.
2. Los que realizan platillos con cocina variante, éstos son los de cocina nacional y cocina internacional.
3. Los que ofrecen de diferente manera su servicio; y son; a la carta, menú fijo y elección, los restaurantes que ofrecen este servicio ambos o separado.

Estos se clasifican en restaurantes de:

a). Lujo:

Son los que su cocina es de preferencia internacional, el servicio incluye especialidades culinarias, un maitre personal especializado, bodega de vinos éstos con una gran variedad en su cava.

b) Primera Categoría:

Con cocina nacional e internacional, alguna especialidad, una restringida carta de vinos y licores, ya que ésta, no contiene gran número de vinos y licores nacionales e internacionales.

c) Tipo Medio:

Tienen cocina nacional, sin vinos ni licores ya que las bebidas que hay no contienen alcohol, (jugos, leche, café, etc.). A excepción de la cerveza.

d) Tipo Económico:

Su cocina nacional sencilla, con servicio mínimo en la mesa. Sin carta de vinos ni licores.

La Ley Federal de Turismo hace la referencia en su Art. 69, - incisos f), y g); sobre restaurantes, cafeterías y similares; por lo que respecta al siguiente inciso; bares cantinas, centros nocturnos y discotecas. Se hace mención de los Permisos de Operación y Funcionamiento - que deben ser requeridos por la Secretaría de Turismo y con sus Reglamentos respectivos.

Por otra parte, también habla de la autorización de los precios en el menú turístico, se hace referencia a la carta de vinos y licores, enfocándola a un marco promocional a las bebidas nacionales.

Las autorizaciones de precios de lo anterior, será a través del Registro Nacional de Turismo, así como el precio de operación de los mismos.

El ordenamiento de la Ley Federal de Turismo en su Art. 15- de las Atribuciones de la Dirección General de asuntos jurídicos en su fracción X. Señala que dicha Dirección General tiene la facultad de autorizar los precios de los menús turísticos, vinos y licores del país, - así como los precios por lo que respecta a restaurantes, cafeterías, y - similares haciendo la diferenciación que en forma conjunta con las autoridades competentes, (Secretaría de Comercio) para que haya autorización de los precios tanto de alimentos y bebidas, que no son de uso turístico específicamente.

Hay diversidad de servicios turísticos, y los hay que no lo son; ya que dan a entender claramente que hay Empresas de Alimentos y Bebidas y que siendo del mismo género no son calificados de turísticos.

4. LAS EMPRESAS DE RECREACION Y ESPARCIMIENTO:

Estas empresas son las que en forma específica tienen la función de proporcionar al turista, distracción y entretenimiento, tanto en espectáculos típicos, conciertos, recitales, exposiciones, museos.

Según la definición del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas que al respecto dice:

"TODOS AQUELLOS ATRACTIVOS SOCIOCULTURALES QUE REQUIEREN PARA SU DISFRUTE, DE UNA CONTRAPRESTACION ECONOMICA, CONSTITUYEN SERVICIOS ESPECIFICOS PARA LA RECREACION DEL TURISTA". (38).

Este tipo de servicios se relacionan tanto en el alojamiento, alimentación, agencias de viajes, etc. Esto en forma colineal dan el desplazamiento temporal de los turistas.

Hay gran variedad en forma cuantitativa y cualitativa por lo que se refiere a las Empresas de Recreación y Esparcimiento, teniendo variación en tiempo y evento, conociendo las siguientes:

1. Variedades en Cabarets y Centros Nocturnos.
2. Discotecas.
3. Conciertos, Recitales y Balets.
4. Películas (Cinetecas).
5. Espectáculos de Luz y Sonido.
6. Festivales Musicales.
7. Corridas de toros, charreadas, palenques.
8. Torneos deportivos (tenis, atletismo, ciclismo, golf).
9. Exposiciones, ferias (industriales, artesanales, equinas)
10. Museos (arte moderno, arquitectura, arqueología.)

(38) Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. "Apuntes para el Curso de Investigación del Estudio del Turismo". México 1974.

En casos de controversia que se susciten con alguna de las empresas de recreación y esparcimiento, para con el turista, se recurrirán a; la Ley Federal de Turismo, ya que ésta consigna como concepto jurídico de interés público, la conservación, protección, mejoramiento y fomento al turismo. En su artículo 6° de la citada Ley señala que las personas que hagan uso de los servicios turísticos, así como las que presten éstos, gozarán de la protección de la Ley Federal de Turismo.

Así mismo se cita en la misma Ley en su artículo 7°, que se dará curso legal a; las denuncias, quejas en materia turística relacionadas con la protección al consumidor en términos de las disposiciones legales.

Contando con el auxilio de las autoridades federales para la aplicación de sus leyes y reglamentos. (Artículo 10).

La Ley Federal de Protección al Consumidor, que es altamente significativa en protección a la clientela, ya que señala la responsabilidad directa de los prestadores de servicios turísticos, por los actos de su personal que afecten contra los derechos del consumidor. (Artículos 39 al 45, de la citada Ley).

Remite a la autoridad competente (Secretaría de Turismo) - la facultad de sancionar las violaciones reiteradas o contumaces (rebel^lón) del cumplimiento de las condiciones pactadas en servicios turísticos, de transporte, hoteles y restaurantes o servicios análogos. (Artículo 53 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

6. LAS EMPRESAS DE AGENCIAS DE VIAJES:

Oscar de la Torre dice al respecto que: Tomás Cook en 1841 realizó un viaje entre Leucester y Longborough, Inglaterra y esto le sirvió por su labor continua a que se le llamara por muchos teóricos del turismo, el Padre del Moderno Tours organizado. (39)

Dando posteriormente a un desencadenamiento de las corrientes turísticas denominadas agencias de viajes, constituyéndose como empresas, y que sus funciones principales son la de canalizar a la corriente turística, por las vías adecuadas. (Transportes, alojamiento, recreación, etc.). Y la de promover los atractivos y servicios turísticos fungiendo como intermediario entre éstos y el turista.

Las agencias de viajes se le puede definir como: "La empresa turística que funge como intermediario que en forma activa se encuentra, entre las personas que realizan el desplazamiento turístico y sus prestadores de servicios".

Quienes podrán establecer Agencias de Viajes con la debida autorización y con sus respectivos derechos y obligaciones son señaladas en el Artículo 2º del Reglamento de las Agencias de Viajes en su Capítulo I Disposiciones Generales y dice: "Las personas físicas o las Sociedades Mercantiles, constituidas conforme a las Leyes mexicanas, que establezcan Agencias de Viajes, únicamente podrán prestar servicios turísticos en el país, cuando cuenten con la autorización respectiva otorgada en los términos de este reglamento o cuando en el mismo se hace mención a "Agencias de Viajes" y se establezcan derechos y obligaciones, se entenderá que se refiere a los sujetos a quienes se otorgó la autorización.

En cuanto a lo que se refiere a la Autorización para el funcionamiento y tarifas de las agencias de viajes la Secretaría de Turismo es quien vigilará y señalará su correcta operación y actividades concretas tanto a las personas físicas como morales, independientemente de el reglamento citado anteriormente.

Con esto nos damos cuenta que la actividad principal que llevan a cabo las empresas de viajes o lo que es igual, las agencias de turismo es principalmente la promoción y realización de excursiones y viajes en general.

Las empresas de agencias de viajes presentan un carácter mercantil, como ya se señaló anteriormente; las relaciones intermediarias de las agencias de viajes y los viajeros.

(39) Oscar de la Torre Padilla' "El Turismo Fenómeno Social" Pág. 14 Fondo de Cultura Económica. México 1968. 2a. Edición.

En el Derecho comparado en la Legislación Mexicana en el artículo 1º del Reglamento de las agencias de viajes señala que sus actividades de éstas constituyen servicios turísticos necesarios para el fomento del turismo y que es de interés público:

Enrique Pérez Bonnin: encuentra una definición más amplia - en el Reglamento del 26 de febrero de 1963 del Ordenamiento Español Turístico señala: (40)

"Tienen la consideración de Agencias de Viajes y quedan sujetas a preceptos del presente Reglamento las personas naturales o jurídicas que, en posesión del título correspondiente otorgado por el Ministerio de Información y Turismo, se dediquen profesionalmente, al ejercicio de las actividades mercantiles de mediación, dirigidas a poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen utilizarlos".

Debemos entender por función mediadora según Espejo de Hinojosa:

"Son aquellas personas que indagando la voluntad y las reciprocas conveniencias ajenas se dedican a mediar entre los contratantes - para facultar la celebración de las operaciones mercantiles, el propio tiempo que para dar una mayor eficacia de autenticidad a los mismos".

Dentro de las empresas de agencias de viajes, se enmarcan - los corredores de mercancías. En el Código de Comercio para el Distrito Federal en su artículo 51, al hablar de corredor como agente auxiliar de comercio y sus objetivos en los contratos mercantiles y reforsándose con el artículo 53 del mismo que a la letra dice:

"Los actos y contratos mercantiles celebrados sin intervención de corredor, se comprobará conforme a la naturaleza, sin atribuir a los intermediarios función alguna de correduría. Esto es, que si los intermediarios mencionados en el artículo anterior, no tienen función alguna de correduría, es lógico que no les hace mella las obligaciones oficiales que los corredores legalmente tendrían. Y dada la circunstancia, que se presenta en el artículo 68 del Código de Comercio respecto a las obligaciones de los corredores de comercio que no pueden efectuar actos de comercio por cuenta propia, al pertenecer a los Consejos de Dirección de las Sociedades, con quien contrata, no ser socio. Un intermediario mercantil no oficial, como lo son las empresas de agencias de viajes; - puede cubrir las funciones que son prohibitivas a los corredores de comercio, ampliándose en la mayor proyección que se tenga con las operaciones turísticas".

Las actividades que pueden llevar a cabo las agencias de viajes son las siguientes:

1. La elaboración y organización de los proyectos, planes, itinerarios turísticos.

(40) Enrique Pérez Bonnin "Tratado Elemental de Derecho Turístico" Ed. Dálmoa 1968. Pág. 200, 201.

2. La reservación en los medios de transporte y los boletos o cupones para los turistas.
3. Ser intermediario de los turistas, así como con los prestadores de servicio de transporte, o de cualquier otro.
4. La reservación de los servicios de alojamiento.
5. La reservación de adquisición para los boletos de espectáculos y centros de recreación y esparcimiento.
6. La facturación de equipaje.
7. Ser intermediario entre otras agencias de viajes y otros prestadores de servicios.
8. La sugerencia de la adquisición de póliza, seguros para los turistas. (Para su equipaje y otros bienes).
9. Lo que se trate de materia de publicidad será gratuita. (Folletos, revistas, ejemplares de información).
10. El alquiler de equipo para la práctica de deportes.

De acuerdo al Reglamento de las agencias de viajes Capítulo III son obligaciones de las agencias de viajes:

1. Dar servicio con honradez y mantener una buena relación con los clientes.
2. Cumplir con los ordenamientos y disposiciones, que la Ley y sus Reglamentos legales y administrativos (señalen).
3. Respetar las tarifas en su estricto orden por la Secretaría de Turismo.
4. Dar la información a las Autoridades de Turismo correspondientes a cualquier modificación que sufran las agencias de viajes de sus estatutos con copia certificada del acta notarial, en un término de 30 días hábiles.
5. Reportar las deficiencias, que se presenten la Secretaría de Turismo.
6. Otorgar las garantías que fije la Secretaría de Turismo, conforme a los artículos; 31, 32 y 33 del Reglamento de las Agencias de Viajes: \$ 150,000.00 garantía mínima inicial para el Distrito Fede

ral; \$ 100,000.00 garantía mínima inicial cuando la agencia su establecimiento sea fuera del Distrito Federal en Territorio Nacional; y una cantidad de \$ 50,000.00 por cada sub-agencia jurídicamente y comercialmente como partes integrantes de la primera.

La garantía de los derechos de los turistas; con respecto a los viajes tipo paquete, cuando exceda del monto de éste a la de la fianza.

El Reglamento de las Agencias de Viajes en el desempeño de su gestión mercantil está limitada y determinada por preceptos administrativos, unos de orden funcional como; el que se señala en el Reglamento de las Agencias de Viajes; "Únicamente podrán prestar sus servicios turísticos en el país, cuando cuenten con la autorización respectiva otorgada en los términos de este Reglamento". "Esta autorización, requiere requisitos que el mismo Reglamento señala en el artículo 23 al referirse a la autorización para el funcionamiento de éstas: la persona física o moral presentará una solicitud por escrito a la Secretaría de Turismo o en su defecto a las Delegaciones y Comisiones Locales de Turismo de la entidad en la que se pretenda establecer, domicilio para recibir de la propia Secretaría de Turismo la información correspondiente. El nombre de la persona (física o moral), razón social, actividades a las que se dedicarán específicamente, registro, cédula de empadronamiento fiscal, la fianza correspondiente, se señalará claramente el domicilio del solicitante así como el de las oficinas y el lugar de sus instalaciones de la agencia, una lista del personal que colaborará en la agencia.

En cuanto no se cubran con los requisitos señalados en el Reglamento, se tendrá que de acuerdo con el artículo 39 del citado Reglamento, se procederá a la clausura de locales, oficinas, establecimientos y demás dependencias que funcionen como agencias de viajes la autorización respectiva. Siendo la Secretaría de Turismo la única facultada para decretar clausuras, suspensiones y cancelaciones por infracciones a la Ley Federal de Turismo y sus Reglamentos.

Existen las prevenciones reguladas por el artículo II sobre las cláusulas de convenios que celebran las agencias entre sí o por medio de sus representantes. Así como lo señala el Reglamento sobre las posibles responsabilidades en sus artículos; 12 y 18; respecto a los daños que sufran las personas o bienes de estos turistas, durante el viaje si no fueron comprendidos en el contrato de viaje. (Que no es tan amparados por el contrato, sin seguro de equipaje).

Con los compromisos que sus comisionistas contraigan con los turistas, siempre que hayan sido notificados a la Secretaría de Turismo con anticipación al viaje. En su artículo 26 de donde señala con respecto a las condiciones de publicidad que la Secretaría de Turismo tendrá conocimiento y aprobación cuando se traten de viajes "tipo paquete" a "forfait" y "todo comprendido". (La reventa y precios inmoderados se evitan con los requerimientos señalados en el artículo anterior)

Esto es el viaje tipo paquete (para el exterior), tendrá - que darlo a conocer anticipadamente a la Secretaría de Turismo recabando la constancia correspondiente de recibo. (Si la Secretaría de Turismo, tiene alguna objeción total o parcial lo hará saber en un término - de 10 días hábiles y ésta no tendrá posteriormente del término objeción alguna).

5. LAS EMPRESAS DE GUIAS DE TURISTAS, CHOFERES Y SIMILARES:

De acuerdo al servicio que prestan los guías de turistas son según el Instituto Mexicano de Investigación Turísticas; (41).

1. GUIAS FIJOS:

Públicos, privados y oficiales; son los que se limitan a servir en determinados sitios como: museos, monumentos, palacios estudios cinematográficos, etc. En muchos países, estos guías de turistas están siendo reemplazados por sistemas electrónicos con grabación que funcionan a voluntad del visitante.

2. GUIAS INFORMADORES:

Cuya tarea se limita a visitas locales en idiomas del lugar, por lo que puede o no conocer otros idiomas.

3. GUIAS INTERPRETES:

políglotas, son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.

4. GUIAS CHOFER:

Son los que además de conducir el ómnibus o automóvil proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.

5. GUIAS CONDUCTORES:

Cuya misión se limita a acompañar en todo el momento a un grupo de turistas, del que son responsables, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales. La información turística que proporciona es de orden general.

(41) Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. "Apuntes para el curso de Introducción al Estudio del Turismo", México 1974.

El mismo Instituto Mexicano define a los guías de turistas:
como: (42)

"Guías o Cicerones son personas que desempeñan una de las -
llamadas Empresas Auxiliares del Turismo, que cumple la misión de mos-
trar en forma ordenada, rápida, explicativa, veraz, amable y amena de-
terminados recursos turísticos a los viajeros".

Los guías, guías choferes y similares deben ser inscritos -
por el Registro Nacional de Turismo y deberán tener la autorización de
la Secretaría de Turismo, para poder desempeñar como guía de turista.

El concepto que se tiene de guía de turistas es: la persona -
física autorizada por la Secretaría de Turismo, que presta sus servi-
cios de información y comunicación a los turistas nacionales como ex-
tranjeros.

Con respecto a la autorización deberá ser refrendada cada -
2 años por la Secretaría de Turismo, y el guía deberá de presentar su -
certificado de salud física y mental. Cuando se omita por dos períodos
consecutivos deberá presentar su solicitud de reexpedición y asistir a
los cursos de actualización de conocimientos.

Para ser guía de turistas con su correspondiente credencial
que lo acredita se requiere:

1. Solicitar por escrito con 4 fotografías, señalando: lugar, ruta, zo-
na, región, etc., en donde desee ejercer sus funciones. La solicitud
se presentará en la Secretaría de Turismo por conducto de la Direc-
ción General de Sanciones y Guías.
2. Acreditar su nacionalidad. (si es extranjero deberá demostrar su le-
gal estancia en el país).
3. Honorabilidad, antecedentes penales, constancia de inexistencia de -
éstos, constancia de ser persona responsable y diga por dos personas
o establecimientos públicos o privados.
4. Certificado de salud física y mental, expedido por la Autoridad Sani-
taria, y éste se deberá renovar cada dos años al solicitar el refren-
do a la Secretaría de Turismo.

(42) Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. "Apuntes para el
Curso de Introducción al estudio del Turismo" México 1974.

5. Certificado de estudios secundarios o equivalentes, hablar un idioma por lo menos además del español, haber cursado en las escuelas oficiales o autorizadas por la Secretaría de Turismo las materias básicas para ser guía. (Historia de México, Geografía, Arqueología, Arte Prehistórico, Etnología, Arte Virreinal, Arte Moderno, y contemporáneo, Arte Popular y Arte Moderno, Folklore).
6. Depósito de \$ 1,000.00 pesos por garantía, para el cumplimiento de sus obligaciones para con los turistas. Esta cantidad se hará mediante depósito, prenda, hipoteca, o fianza en Compañía autorizada legalmente.

En caso excepcional cuando a falta de un guía autorizado que no hable el idioma o idiomas del extranjero y contando con la autorización de la Secretaría de Turismo se habilitará a las personas que lo hablen y que demuestren conocimientos para el ejercicio de guías y que acrediten honorabilidad para que se conduzcan por los lineamientos y términos que se le señalen en el permiso autorizado. Los guías autorizados, podrán ejercer su actividad en los lugares que se le señalen de acuerdo a sus conocimientos. (Pueden ser por zonas arqueológicas, museos, regiones, etc.).

La Secretaría de Turismo tendrá preferencia para con los mexicanos por naturalización, que se hayan dedicado a esta labor desde la fecha del 11 de Junio de 1935.

De acuerdo al Reglamento de Guías de Turistas, guías-choferes se clasifican en:

1. Local:

Conocimientos especializados y temas culturales de determinados lugares. (Zonas Arqueológicas, museos, monumentos).

2. General:

Conocimientos amplios del país y sus rutas del territorio nacional y sus regiones. Los guías deben ser autorizados por la Secretaría de Turismo.

3. Especializados o similares:

Independientemente de los conocimientos básicos, los deberá tener; flora y fauna acuática y terrestre, alpinismo, buceo, geología mineralogía.

4. Choferes:

Guías locales, generales, tienen sus automóvil, licencia de manejo, de conductor de autotransportes de servicios públicos federales

son obligaciones de los Guías para con la Secretaría y para con los - -
turistas:

1. Estar en su trabajo pulcros y presentables.
2. Realizar sus servicios con honradez y lealtad.
3. Dar información con sentido patriótico cuando así se requieran. (Sin dar la opinión propia, de creencias religiosas, política, etc.)
4. Identificarse con los turistas. (Gafete, si habla uno o varios idiomas en el gafete llevará la o las banderas del país en el que este hable).
5. Cobrar las tarifas autorizadas.
6. No dar el servicio a más de 15 personas.

Las obligaciones que tienen los guías con la Secretaría de Turismo.

1. Reportar deficiencias en el servicio. (Cuando lo hayan).
2. Refrendar su credencial. (Antes de un mes de que se expida su vigencia).
3. Deberá justificar con constancia ante el M.P. si se extravió o por un robo la credencial que lo acredita como guía.
4. Informar del lugar en donde trabaja. (Agencia, hotel, sitio de autos etc.).
5. Informar del cambio de domicilio personal.
6. Realizar sus funciones durante la vigencia de su credencial.

Como vemos hay obligaciones y prohibiciones para los guías, ahora corresponde ver las últimas:

1. Solicitar una retribución mayor a la autorizada.
2. Estimular a los turistas a comprar o hacer uso de servicios (s) en determinados lugares. (Los guías obtendrían recompensas, comisiones, por estos actos).

Por lo que respecta a las sanciones se tiene que éstas pueden ser:

- De carácter económico. (de \$ 5,000.00 a \$ 500.00 y de \$ 50.00 a --- \$ 5,000.00).
- Arresto. (de 36 a 15 días a quien funja como Guía de Turistas).
- Reinsidencia. (suspensión hasta por un año).

Por lo que respecta a la resolución cuya sanción sea mayor- \$ 500.00 el interesado interpondrá si así lo desea el recurso de revi- sión. (dentro de un término de 15 días hábiles). Ante el Jefe de la Secretaría de Turismo.

Expresando en el escrito, los agravios, violaciones y rei- terar el ofrecimiento de pruebas que no se hayan desahogado o que no se hayan admitido.

Cuando se hubiese admitido las pruebas, se señalará, hora y día para la audiencia a fin de que recabarlas. (Dictándose la resolución que en Derecho proceda).

En caso de suspensión de la ejecución de la resolución se - otorgará garantía pecuniaria.

El recurso se llevará a cabo por la Dirección General de - Servicios Jurídicos de la Secretaría de Turismo.

7. LAS EMPRESAS Y LA MERCADOTECNIA:

Como veremos existen varias definiciones de la palabra Mercadotecnia, como la de Paul Mazur que la define de la siguiente manera: "La Mercadotecnia es transmisión, impulso o suministro de un nivel de vida de la sociedad". Buskirk la define como: "Cualquier actividad relacionada con la obtención de ingresos". Y como la que a continuación tenemos, ya incluye los bienes y servicios de la actividad empresarial y que es la de American Marketing Association; "La mercadotecnia es la creación de una corriente de bienes y servicios que va de productor a consumidor).

Es necesario definir una de las anteriores definiciones, que abarque las tres y a partir posteriormente de la mencionada.

Mercadotenia es la creación y mantenimiento de bienes y servicios que va del producto al consumidor, con el fin de obtener ingresos para la empresa, satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Vemos que esta última se acerca a la realidad de los objetivos de la Mercadotecnia, debe tomarse en cuenta el aspecto económico que motiva la formación de la empresa y que únicamente puede cristalizar a través de la Mercadotecnia.

La estructura de la Mercadotecnia necesariamente requiere de las actividades definidas para su logro, y la primera de estas actividades es la Investigación, que nos permitirá conocer los gustos y preferencias, hábitos de compra, motivos, deseos de los consumidores.

Una vez realizada la Investigación se procederá a la segunda actividad que es Venta y Distribución de Servicio(s). Que la empresa elabore o preste (Agencia de Viajes, Transportes, Bebidas, Alimentos, etc.). Para que se lleve a cabo esta actividad de venta y distribución de servicios se requerirán que la empresa establecida organice y controle los canales adecuados y el mercado lógico que determinará la Investigación .

Se debe tomar en consideración que aunque el servicio o bien estén ya dentro del mercado (hoteles, restaurantes, etc. no se puede pensar que con esto ya se hayan logrado las metas fijadas, que el consumidor real ya haya aceptado esos servicios totalmente. Es necesario reforzar con las técnicas publicitarias, para seleccionar los medios adecuados y que de esa manera llegue al consumidor, debe ajustarse esta actividad a las necesidades de la empresa, presiones de la competencia, imagen que se tiene ante el público consumidor. Se empieza con un esfuerzo más de la publicidad que es la promoción, para que en lugar en que se realice la venta del servicio se le dé auge, o bien resalte la relación de los competidores. (paquetes, no cover, etc.).

La administración es parte primordial en todas estas actividades de la Mercadotecnia, ya que en la forma organizada aplica la organización, control, dirección distribución de todas las actividades empresariales y aplicando en su oportunidad en la Mercadotecnia la llamada fórmula AIDA. Que significa: Atención, Interés, Deseo, Acción. Esto encaminado a los bienes y servicios para el consumidor.

Nicolae Petra, señala con respecto a la eficacia de las funciones de los servicios: (43).

1. Conocer perfectamente las características de la industria de servicios turísticos. Esto es, lo que los profesionales del ramo denominan como elementos materiales del turismo, transportación, alojamiento, alimentación, lugares y eventos de interés, transportación local, visitas organizadas.
2. Conocer perfectamente las características y demandas de la corriente turística. Este aspecto no debe circunscribirse a informaciones generales sino que debe abarcar todo cúmulo de datos posibles sobre la composición, desarrollo tendencias y requerimientos del mercado turístico.

Por lo que respecta a la diversificación de mercados con respecto a las corrientes turísticas se tiene que en el año de 1979 fueron tres millones ochocientos ochenta y un mil cuatrocientos turistas que se internaron en el país. Siendo 65 millones de turistas los visitantes fronterizos.

Esto viene a darnos la idea de que un ochenta y siete por ciento de turistas del extranjero que vienen al interior del país o de las fronteras provengan de la Unión Americana.

Dado las estadísticas que señalan los porcentajes de un turismo que en México se realiza en esa corriente tiene lo siguiente:

Suiza. Cuenta con 6,800 millones de ingreso nacional.

Alemania Occidental. Con 46,000 millones de ingreso nacional.

Francia. Con 39 millones de ingreso nacional.

Italia. Con 27 millones de ingreso nacional.

Bélgica. Con 8,500 millones de ingreso nacional

Holanda. Con 8.300 millones de ingreso nacional.

(43) Nicolae Petra. "El profesionalismo y el Agente de Viajes. Seminario" A.M.A.V. México 1970

Y México, solo absorbió en ese mismo año el 3.2% de esos países y el 3.6% del Canadá. (44).

Actualmente con el fin de dar a conocer ampliamente el turismo en México, se han creado oficinas centrales, una Dirección de Promoción turística con sede en New York y una oficina de Coordinación General para Europa con sede en París, de la cual dependen las Delegaciones de París, Francia, Roma, Italia, Londres, Inglaterra, Francfor y República Federal Alemana; la Delegación Honoraria de Viena en Austria y las oficinas de información turística de Madrid España, y de Zurich Suiza, en Oriente se han establecido una oficina turística con jurisdicción para toda Centro América.

México concurre actualmente al mercado internacional turístico en una competencia de gran especialización y complementandose ésta con una promoción y tradición turística altamente reconocida y calificada, por lo que requiere que México tanto en su oferta como su productividad turística sean al mismo nivel, si es que superior a los otros países.

Con lo que respecta a la oferta turística es menester que se lleve a cabo un esfuerzo hacia la Inversión Turística, distribuyendo, organizando sistemáticamente los servicios, y no caer en la saturación. (Hoteles, restaurantes, bares). De un solo servicio, en lugares determinados del país, es necesario proyectar las inversiones en nuevas zonas, regiones turísticas y que no cuentan con una extensa variedad de servicios o que en algunos casos ni con los mínimos de éstos.

Manuel Ramírez Blanco señala: (45).

Uno de los problemas que afronta México en materia turística es el referente a la diversificación de una oferta turística, es decir deben variarse las regiones más atractivas para el visitante y planear el mejoramiento de ellas sobre bases técnicas con objeto de evitar que se dependa únicamente del Puerto de Acapulco y de la Ciudad de México, como centros de atracción turística, toda vez que estas dos entidades se concreta el 25% de la capacidad total del país y absorbe más del 30% del capital invertido.

(44) Manuel Ramírez Blanco. "Mercados Turísticos". Revista Hoy Número 1520-Julio 1969 . México página 30-31.

(45) Manuel Ramírez Blanco . "Oferta Turística" . Revista negocio y bancos No. 293 noviembre. México página 28.

R E S U M E N

1.- A la Empresa se le conceptua desde un punto de vista Subjetivo y -
Objetivo:

Subjetivo:

Se ve a la Empresa como una Institución Jurídica, con personalidad de Derecho definida perfectamente.

Objetivo:

Esta admite varias posibilidades:

- a) La que asimila a la Empresa a la categoría de Acto de Comercio.
- b) Como patrimonio afectado a un país.
- c) Como actividad profesional con organización correcta.
- d) Como unidad económica, considerada por el Derecho.

2.- Los Elementos de la Empresa, son incorpóreos y corporales: los primeros se encuentran en la clientela, el derecho de arrendamiento, la propiedad industrial, los derechos de autos. Los segundos se encuentran, los muebles, enseres, mercancías, materias primas, papelería.

3.- Las Empresas Públicas como Privadas, tienen diversas formas que las caracterizan y que como empresas realizan funciones económicas dentro del turismo.

- Empresa Privada: Su principal objetivo es la producción de bienes y servicios, destinados al cambio en el mercado, su capital se encuentra constituido por particulares, sin importar su nacionalidad ni el porcentaje correspondiente de nacionales y extranjeros.

- Empresa de Participación Estatal o de economía mixta; deben cubrir determinandos requisitos de conformidad con la Ley para el Control por parte del Gobierno Federal y la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

- a) El Gobierno Federal aporte o sea propietario del 51% o más del capital social, o de las acciones de la empresa.

- b) En la constitución de su capital, se hagan figurar acciones de serie especial, que solo pueden ser suscritas por el Gobierno Federal.
 - c) Que corresponda al Gobierno Federal la facultad de nombrar a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración, Junta Directiva u Orgáno equivalente; o de designar al Presidente, Director, Gerente o tenga facultad para vetar los acuerdos de la Asamblea General de Accionistas, Junta Directiva u Orgáno equivalente.
-
- 4. El turismo es el desplazamiento de las personas, que en forma individual o colectiva llegan a lugares distintos de su residencia habitual, de carácter temporal determinado, por necesidades socioculturales y que implica por un lado prestaciones de servicios de turistas y por otro lado contraprestaciones, económicas en beneficio del Estado y ciudadanos ya que a su vez genera fuentes de trabajo y todo esto se encuentra regulado por los diversos sistemas jurídicos.
 - 5. Se entiende por servicios turísticos el complejo organizado de satisfactores e instituciones que los proporcionan al sujeto denominado turista.
 - 6. Algunos de los servicios turísticos son proporcionados por el Estado.
 - 7. Las instituciones privadas que satisfacen las necesidades turísticas (prestan servicios turísticos), son organizaciones de los factores de producción, que pretenden una utilidad lucrativa.
 - 8. En el Código de Comercio en su artículo 75, fracción VIII, que hace referencia a las organizaciones de turismo y que fué esta fracción adicionada por decreto el 28 de agosto de 1934; como empresas o negociaciones mercantiles y las considera por lo tanto como actos de comercio.
 - 9. Los objetivos de los medios publicitario son:
 - a) Impulsar al consumidor a buscar un producto o servicio.
 - b) Dar a conocer un producto o servicio.
 - c) Crear una preferencia.

10. La publicidad y el control de los medios masivos, se encuentran regulados por las disposiciones jurídicas, en el marco de la libertad, siempre y cuando no se ataque a la moral, derechos a terceros, provoque algún delito, perturbe el orden público, maneje inadecuadamente el idioma español, no informe en forma veraz y suficiente.

11. Las autoridades en materia turística son: Secretaría de Turismo - y coadyuvan, Consejo Nacional de Turismo, Secretaría de Estado (Hacienda, Relaciones Exteriores, Gobernación, Oficinas Estatales de Turismo).

12. Las Empresas Turísticas son:
 - a) Las Empresas de Transportes.
 - b) Las Empresas de Alojamiento.
 - c) Las Empresas de Alimentos y Bebidas.
 - d) Las Empresas de Recreación y Esparcimiento.
 - e) Las Empresas de Guías de Turistas, Choferes y Similares.
 - f) Las Empresas de Agencias de Viajes.
 - g) Las Empresas y la Mercadotecnia.

Todas ellas reguladas por las disposiciones jurídicas y autoridades que tienen competencia para vigilar y sancionar en caso de la violación a cualquiera de éstas.

COCLUSIONES

- 1.- La empresa en México es una Sociedad Mercantil, que produce bienes y servicios en el mercado, obteniendo beneficios económicos para el país.
- 2.- Tanto la empresa pública como la empresa privada, se encuentran reguladas por Leyes y Reglamentos que vigilan y protegen el correcto funcionamiento de éstas, como de quienes la integran (empresarios, comerciantes, trabajo, mercado)
- 3.- El Turismo es una fuente generadora de trabajo que aflora en la economía del país; social y culturalmente es de gran importancia para la explotación de sus extensos recursos naturales.
- 4.- El Turismo se refiere a las actividades que las personas realizan; - el turista es cuando se refiere a la persona(s) en particular. Ambas (turista y turismo se encuentran bajo un precepto legal en Leyes y - Reglamentos para protección y desarrollo de éstos.
- 5.- Los medios de difusión del turismo surgen de la comunicación a través de la publicidad y promoción con la finalidad de atraer al turista y lograr el desarrollo y fomento turístico.
- 6.- La difusión que se utiliza dentro del turismo se encuentra regulada por varias Secretarías tales como: La Secretaría de Turismo, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Educación Pública; así como las Leyes y Reglamentos, como la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, todas ellas coadyuban para la mejor realización de la difusión publicitaria del turismo, y la seguridad y cumplimiento del consumidor (Turista)
- 7.- El derecho dentro del turismo parte primordialmente de nuestra Constitución, tanto para el individuo como para las actividades que este realiza en cuanto a trabajo, desplazamiento, administración de sus negocios así vemos que el Congreso de la Unión tiene facultad para la expedición de las Leyes necesarias que fortalezcan las necesidades del país y que unas de estas leyes atañen al turismo.
- 8.- Los prestadores de servicios turísticos son controlados por la Ley Federal de Turismo, y su Reglamento señala los derechos y obligaciones de éstos, con la finalidad de dar un mejor servicio y seguridad para quienes los solicitan.
- 9.- Las empresas turísticas realizan actividades económicas, sociales y culturales a través de sus servicios turísticos (Hospedaje, transporte, agencias de viajes), y éstos se realizan conforme las disposiciones legales aplicables en los términos que los servicios haya sido contratados.

- 10.- Las empresa turísticas deberían pasar al manejo del Estado ya que éste, no descuidaría los recursos naturales con que cuenta y no haría lo que las hoy mencionadas empresas turísticas hacen en cuanto a la explotación de lugares que creen más favorecidos para lucrar, sin importar la imagen, del país y muchos menos la economía y desarrollo de este.

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

- Alemán Valdés Miguel. "15 LECCIONES DE TURISMO". Consejo Nacional de Turismo. México.
- Allans L. Real D. "TECNICAS MODERNAS DE VENTAS Y SUS APLICACIONES". Ed. Diana.
- Barrera Graff. "TRATADO DE DERECHO MERCANTIL". Ed. Porrúa México 1956.
- Caballero Gloria. "EVALUACION JURIDICA DEL TURISMO EN MEXICO". Ed. I.M.I.T.
- Cosack. "TRATADO DE DERECHO MERCANTIL". Traducción de A. Apolo.
- De arrillaga José Igancio. "SISTEMA DE POLICITA TURISTICA" Ed. Aguilar Madrid 1965.
- De la Torre Padilla Oscar. "EL TURISMO FENOMENO SOCIAL". Fondo de Cultura Económica. México 1968. 2da. Edición.
- De Pina Vara Rafael. "DICCIONARIO DE DERECHO". Ed. Porrúa. México 1978.
"ELEMENTOS DE DERECHO MERCANTIL MEXICANO". Ed. Porrúa 15a. Edición México 1982.
- Escarrara J. "COURS DE DROIT COMERCIAL".
- Fernández Fuster Luis. "TEORIA Y TECNICA DEL TURISMO". Ed. Nacional. Madrid 1967, Tomo I y II.
- González A. Alpuche Rafael. "TECNICA Y LEGISLACION" Ed. Libros de México. A. México 1969.
- González Darío. "EL CONCEPTO DE EMPRESA Y SUS OBJETIVOS" Ed. I.M.I.T. 1a. Edición.

- Haulot Artur. "LE TURISME ET LA BIBLE REVUE - DEL ACADEMIE INTERNACIONALE". Ed. Bordas 1957. 1a. Edición.
- Herrerías Armando. "UNA VISION AL FUTURO UTRISTICO Y OTROS ENSAYOS". Ed. Heredia. México 1969. 1a. Edición.
- Kottler Philips. "DIRECCION DE MERCADOTECNIA". Ed. Diana. México 1969 1a. Edición.
- López Madrid. "ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA MERCANTIL".
- Lundker E. Donald. "EL NEGOCIO DEL TURISMO". Ed. Diana. México 1980. 6a. Edición.
- Mantilla Molina Roberto. "DERECHO MERCANTIL". Ed. Porrúa México 1956. 8a. Edición.
- Ortuño Martínez Manuel. "INTRODUCCION AL ESTUDIO DEL TURISMO" Ed. Textos Universitarios, S.A. 1a. Edición México 1967.
- Pérez Bonnin Enrique "TRATADO ELEMENTAL DE DERECHO TURISTICO" Ed. Daimón. 1a. Edición México 1978.
- Puente Arturo y Calvo Octavio. "DERECHO MERCANTIL" Ed. Banca y Comercio. 1a. Edición.
- Petra Nicalae "EL PROFESIONALISMO Y EL AGENTE - DE VIAJES". Seminario A.M.A.V. México 1970.
- Rámirez Valenzuela Alejandro "INTRODUCCION AL ESTUDIO DEL DERECHO MERCANTIL Y FISCAL". 1a. Ed. Edición Limsa. México 1981.
- Ruíz Massieu José Francisco. "LA EMPRESA PUBLICA" Ed. Instituto Nacional de Administración Pública. 1a. Edición México 1980.

- Sechles William "ADMINISTRACION LUCRATIVA DE HOTELES" Ed. I.M.I.T. 1a. Edición.
- Siantón Williams F. "FUNDAMENTOS DE MARKETING". Ed. M.Gaw Hill. 1a. Edición.
- Serra Rojas Andrés "DERECHO ADMINISTRATIVO" Tomo I. Ed. Porrúa. 9a. Edición. México 1979.
- Toledo Medina. "EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO E INTEGRACION NACIONAL".

ORDENAMIENTOS JURIDICOS

- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. ED. PORRUA 68a. Edición. México 1982.
- LEY FEDERAL DE TURISMO. Ed. Porrúa. México 1982.
- LEY GENERAL DE POBLACION. Ed. Porrúa. México 1980.
- LEY ORGANICA DE ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL. 10a. Edición México 1981.
- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. Ed. Porrúa. 5a. Edición México 1981.
- LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION. Ed. Porrúa. 9a. Edición. México 1981.
- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION. 1980.
- REGLAMENTO GENERAL DE TURISMO. 1982.
- REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.
- REGLAMENTO DEL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.
- DECRETO QUE CREA EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO 1980.