



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

EL TURISMO Y SU
ASPECTO LABORAL

T E S I S
Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN DERECHO
P r e s e n t a
José Luis Camero Hernández
México, D. F. 1974



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.

ESTA TESIS FUE ELABORADA EN EL
SEMINARIO DE DERECHO DEL TRABAJ
JO, A CARGO DEL EMINENTE MAES-
TRO DOCTOR DON ALBERTO TRUEBA-
URBINA; Y BAJO LA DIRECCION --
DEL SEÑOR LICENCIADO Y PROFESOR
DON JOSE DAVALOS MORALES.

A la memoria de mi madre

DIONICIA

ejemplo de fortaleza, ternura
y sencillez, le dedico este -
modesto trabajo.

A mi abuelita

SECUNDINA

por la protección y
amor que me brindó-
en mi soledad.

A mi maestro y amigo
el Lic. JOSE DAVALOS
MORALES, por sus con-
sejos y apoyo moral-
a lo largo de mi ca-
rrera.

Mi eterno agradecimiento al
DR. ALBERTO TRUEBA URBINA -
defensor de las causas jus-
tas del trabajador.

Con todo mi afecto al
DR. RAFAEL GONZALEZ A. ALPUCHE
por sus consejos tan apegados-
a la realidad turística en Mé-
xico.

A mis AMIGOS.

A la FACULTAD DE DERECHO

A la U.N.A.M.

I N D I C E

EL TURISMO Y SU ASPECTO LABORAL

INTRODUCCION	2
CAPITULO I.- <u>EL TURISMO</u>	
a) SU ETIMOLOGIA	4
b) DIVERSOS CONCEPTOS	4
1.- El fenómeno turístico	5
2.- El turismo como actividad económica	6
3.- El turismo como actividad jurídica	9
c) IMPORTANCIA ACTUAL DEL TURISMO EN MEXICO Y EN EL MUNDO	11
Notas	15
CAPITULO II.- <u>FUNCION DEL GOBIERNO EN EL TURISMO</u>	
a) INTERVENCION DEL GOBIERNO EN EL IMPULSO DEL TURISMO.	18
b) EL DEPARTAMENTO DE TURISMO, EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO Y EL INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS	35
c) PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MEXICO	47
Notas	56
CAPITULO III.- <u>PLANEACION TURISTICA Y LABORAL</u>	
a) PLANEACION TURISTICA	58
b) SU APLICACION EN MEXICO	61
c) LA CLASE TRABAJADORA Y EL TURISMO	63
d) PROBLEMAS MOTIVADOS POR LOS TRABAJADORES EXTRANJEROS EN MEXICO	68
e) INCORPORACION DEL TRABAJADOR NACIONAL A LA INDUSTRIA TURISTICA	72
Notas	79

CAPITULO IV.- <u>CONCLUSIONES</u>	81
OBRAS CONSULTADAS	85

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

INTRODUCCION.

Dentro del marco del progreso humano, vale la pena subrayar, la importancia que actualmente tiene el turismo, para países en vías de desarrollo como el nuestro.

El turismo, es un gran nivelador de nuestra economía, de ahí que nos enfrentemos, día a día, con un turismo creciente por todos los rincones de nuestro país; dando como consecuencias reformas administrativas, convenios multinacionales, preparación y edificación de infraestructuras, planeación demográfica, urbanización de nuevos centros turísticos, para esa población en constante crecimiento, de la cual bastantes mexicanos nos beneficiamos.

El hecho de construir mejores hoteles con buenos servicios turísticos en sus diferentes niveles, creemos que no es la única forma de combatir el desempleo que tanto daño nos hace, consideramos que es necesaria una nueva forma de impulsar y desarrollar la Industria Turística, sobre todo en lo que se refiere a personal uniformado.

Sabemos que actualmente nuestro país, atravieza por una serie de problemas graves; de ahí que la obtención de divisas nos sea necesaria; por ello debemos de creer en el turismo como una forma de poder salir del desempleo, nivelar hasta cierto punto nuestra balanza comercial; en fin considerar al turismo como una de las mejores circunstancias benefactoras de nuestro tiempo.

El turismo es un vínculo para que los hombres se conozcan, respeten y dignifiquen, para que la cultura humana, como acto turístico, se enriquezca con los más altos valores del ser humano y para que se realice una justa distribución del ingreso turístico.

Considerando que nuestro país, ha venido reafirmando en las últimas décadas, su posición dentro del concierto internacional de las naciones, como un país con estabilidad política interna, siempre amante de la paz y respetuoso de la soberanía de las demás naciones.

I.- EL TURISMO.

a).- SU ETIMOLOGIA.

b).- DIVERSOS CONCEPTOS.

1.- EL FENOMENO TURISTICO.

2.- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA.

3.- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD JURIDICA.

c).- IMPORTANCIA ACTUAL DEL TURISMO EN MEXICO
Y EN EL MUNDO.

I.- EL TURISMO.

a).- SU ETIMOLOGIA.- La palabra turismo viene del francés tour, derivado del latín tornus, que significa vuelta, movimiento circular. Da origen al verbo inglés tour, que significa: acción de aquel que vuelve al punto de partida, después de un itinerario ordenado; viaje o excursión, viaje circular, de negocios, placer, educación, etc. Tourism, significa práctica de viaje. Tourist el que realiza el viaje, o calificativo aplicable a todo lo relativo a los viajes. (1)

La transmigración lingüística de la voz tournus, transformada según la índole de los diversos idiomas, resulta singular; pasa al francés de éste al inglés vuelve al francés y penetra así en todos los demás idiomas. (2)

b).- DIVERSOS CONCEPTOS.- Respecto a los conceptos que se dan, sólo se trata de ver el enfoque que algunos estudiosos le han dado, como fenómeno social que es:

El turismo, sea nacional o extranjero, que se interne al país o se traslade de una entidad a otra de la República, con fines de recreo, deporte, salud, estudio, negocio u otros similares, gozará por este solo hecho de la protección que ésta ley establece. (3).

Turismo.- Afición a viajar por gusto de recorrer un país. Organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. (4)

Turismo.- Conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo para emprender o al realizar un viaje y obtener su estancia legal en un lugar distinto al de su radicación. (5).

Turismo masivo.- Es de una esencia sociológica, porque no es privilegio de unas cuantas personas acomodadas económicamente, sino de grandes grupos, aspecto de "masas" que aprovechan en lo individual de la protección que las leyes les brindan, como el artículo 123 de la Constitución y las que de él emanan, como la Ley Federal del Trabajo, en la que se señalan vacacio--

nes pagadas, reparto de utilidades, salario mínimo. (6).

1.- EL FENOMENO TURISTICO.- El turismo actualmente sufre -- una serie de cambios de toda índole, atrayendo una gran gama -- de conocimientos científicos; pues ahora no solamente concurre su aspecto económico, como era en un principio. Ahora se dan as pectos culturales, sociales, políticos, económicos y psicológi- cos.

De ahí que se puede decir, que al hablar sobre la signifi- cación de la ciencia del turismo, es necesario señalar que no -- se puede hablar en rigor de una ciencia en especial, ya que se- manifiesta bajo diversas modalidades, y además porque viene a -- constituir otras tantas materias de investigación en los méto-- dos y leyes que le son propios. (7).

El presidente de la Academia Nacional de Derecho Turístico, el Licenciado Rafael González A. Alpuche en su obra, "Temática -- y Legislación Turísticas", nos dice, que para hacer referencia -- al fenómeno turístico, es necesario encuadrarlo primero dentro -- de su aspecto jurídico, para así establecer con precisión lo que es el fenómeno turístico y establecer también lo que constituye -- el objeto primordial de esta rama específica del Derecho. (8)

El considera el turismo desde el punto de vista jurídico -- en la siguiente forma: conjunto de relaciones y fenómenos que -- se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el -- individuo, para emprender o al realizar un viaje y obtener su -- estancia legal en lugar distinto al de su radicación. (9)

Como se ve, el Lic. Rafael González A. Alpuche, en ésta -- definición implica en primer término, el carácter exclusivamen- te jurídico, el desplazamiento geográfico a un medio jurídico -- diferente del de procedencia del individuo y estar legal y tran- sitoriamente en dicho lugar. A esta característica fundamental del fenómeno turístico, se debe agregar su aspecto en ocasiones masivo, ya que grupos cada vez más grandes de incor poran a esa actividad, año tras año, por la concurrencia de cir cunstancias favorables. (10)

Nos hace mención también en su libro, al turismo en su -- proyección económica, afirmando que tiene su base en el supuesto de necesidades, deseos y en la capacidad de compra de objetos, pago de servicios que haga el turista, y todo lo que aumente dicha capacidad que favorezca al turismo. (11)

Desde el punto de vista sociológico, el turismo es la resultante del deseo de lograr nuevas experiencias y sensaciones de tomar contacto con realidades socio-culturales distintas -- de las propias. (12).

El maestro Rafael González A. Alpuche, después de referir se a los aspectos económicos, sociológicos, etc., del turismo; insiste en las características del fenómeno turístico de la siguiente manera: el turismo es un fenómeno jurídico individual, en ocasiones de aspecto masivo, que depende de manera primordial de la libertad de tránsito que consagran las normas constitucionales de todos los países democráticos, y de la justicia social, postulado de la Revolución Mexicana y que en nuestra Legislación se amparan como derechos inalienables de los trabajadores: el goce de vacaciones pagadas, la participación de utilidades de las empresas y otras prestaciones que dan al obrero la posibilidad económica de practicar el turismo y aprovechar sus beneficios.

Por Derecho Turístico se entiende, el conjunto legislativo que tiene por objeto regular el fenómeno turístico nacional e internacional. (13)

2).- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA.- El turismo como lo afirmamos anteriormente, tiene su base en el supuesto de necesidades, deseos y en la capacidad de compra de objetos, pago de servicios que haga el turista, y todo lo que aumente dicha capacidad favorecerá al turismo, por lo que es necesario -

darle la debida importancia.

El turismo ha sido en los últimos años, uno de los factores más dinámicos de nuestra balanza de pagos, supuesto que contribuye a aumentar el volumen de divisas que requiere el desenvolvimiento económico del país. (13)

El economista Prof. M. de Torres que fue decano de la Facultad de Ciencias Económicas de Madrid, mencionó que la distancia que hoy separa a los hombres y a los pueblos es una distancia puramente económica. La distancia física, la distancia en kilómetros no cuenta en la actualidad, todo esto es distancia económica. Esto contribuye a configurar al turismo como una actividad económica, ya que la capacidad de compra hace que lleguemos a considerarlo, como un bien fundamental económico. (14)

Viendo al turismo como un bien o servicio, nos estamos refiriendo a un conjunto de bienes o servicios; pudiendo hablar de un conjunto de servicios de transporte, hotelería, de diversiones e incluso de compras, que si no fueran por el turismo tendrían lugar en una escala muy inferior. El turismo es por consiguiente ese conjunto de bienes y servicios que tienen una peculiaridad que permite catalogarlos en la categoría económica.

El turista desde el punto de vista económico, es la persona que realiza una actitud de gastos fuera de la zona o área en que obtuvo sus ingresos, es decir, la característica, la nota esencial del turista es que gana su dinero en un lugar distinto de aquel en que lo va a gastar.

El turismo se presenta en su forma más simple, como una corriente masiva que se desplaza desde un mercado de origen, hacia un núcleo receptor que lo recibe. Si los financieros se lanzan a promover empresas turísticas, es en primer lugar, porque el turismo se ha revelado como una potente fuerza económica, que auxilia de un modo o de otro el desarrollo general del ámbito receptor.

El profesor de la Universidad de Madrid, Luis Fernández Fuster, en su "Teoría y Técnica del Turismo", hace notar que el concepto es más amplio; es por un lado un conjunto de turistas que cada vez son más numerosos, y por otro lado, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, guías, intérpretes, espectáculos-etc., turismo son las organizaciones privadas o públicas que sirven para fomentar la infraestructura y la expansión de -- los servicios; turismo son las campañas de propaganda que hay que ejecutar y difundir; la creación de escuelas para la enseñanza del mismo, además del estudio que se haga del turismo para deducir líneas generales de la política a seguir y la promoción del turismo social.

Una clasificación de turismo sería:

Turismo Interior, que es el que realizan los nacionales de un país, sin salir de su propio territorio.

Turismo Exterior, que es el que se cumple cuando los nacionales cruzan las fronteras, para visitar otros países.

Turismo Receptivo, es el formado por aquellas corrientes extranjeras, que entran en el país considerado.

México por sus condiciones de país en proceso de desarrollo, tiene una balanza comercial desfavorable o sea que importa más de lo que exporta. Este hecho obedece a que vende fundamentalmente materias primas, las cuales tienen un precio bajo en el mercado internacional y compra maquinaria a los -- llamados bienes de capital, que poseen un alto precio, que -- son indispensables para acelerar la industrialización del -- país.

México, para comprar estos bienes de capital necesita -- llevar a cabo una política de comercio exterior encaminada -- a eliminar exportaciones superfluas y allegarse el mayor -- número de divisas; y es precisamente el turismo uno de esos-

auxiliares para lograr esas divisas. De ahí que podemos decir, que es evidente que en el turismo no solo se beneficia a aquellos sectores que directamente satisfacen sus necesidades, como las compañías aéreas, fluvial y terrestre, agencias de viajes, establecimientos de hospedaje, restaurantes, diversiones, espectáculos, y en general todos aquellos que señala Fernández Fuster como "Industrias Turísticas" (15) sino también las actividades que se incorporan a la producción de - - aquellos; como por ejemplo resultan beneficiadas las actividades primarias como la agricultura, la ganadería y la pesca, - que satisfacen la demanda alimenticia del turista; las actividades secundarias como la industria de la construcción (hoteles, obras públicas, etc.) automotriz (transporte en general y turístico), vinatera, textil, del calzado, artesanías, petróleo (consumo de gasolina); y actividades del sector terciario como los comercios sin actividad netamente turística, servicios públicos, bancos, correos, etc.

Por lo tanto, es necesario reintegrar, que tanto las corrientes turísticas nacionales y extranjeras, así como las -- personas empleadas en las actividades que directamente genera el turismo, constituyen demanda efectiva de otras actividades, lo cual se traduce en un crecimiento del mercado interno de - productos primarios, secundarios y terciarios, que lleva al - turismo a ser un factor de desarrollo económico. (16)

Así pues, es evidente que en el futuro, independientemente de la política económica que el gobierno federal lleve a - cabo, para equilibrar la balanza comercial, el turismo llegará a representar, si sigue su fomento y desarrollo, un factor determinante en el desenvolvimiento económico de México.

3.- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD JURIDICA.- Actualmente el Derecho tiene que estar acorde a situaciones y relaciones completamente nuevas que diariamente surgen; por ejemplo el tu--

rismo es un fenómeno de aparición reciente, de ahí que la política legislativa, debe estar dispuesta a adoptar las medidas que sean necesarias al desarrollo del turismo. Así tenemos entre otras, que el Derecho reglamenta los contratos de -transportación nacionales o internacionales, el contrato de -hospedaje, de alimentación, etc.

Considerando al turismo, desde el punto de vista jurídico, existe toda una serie de regulaciones de tipo legal; en -nuestra Legislación Mexicana, eminentemente de tipo social, -al igual que muchas del mundo, existe la posibilidad de que -todas las categorías sociales puedan acceder al turismo. Es -misión de los gobiernos recabar toda clase de información.

El Estado en algunos casos, con la intervención del particular, coordina todas las medidas tendientes a proporcionar al turismo todas las garantías y servicios que necesite.

Existen toda una serie de regulaciones legales, respecto a este fenómeno jurídico que abarcan la actividad turística -en si misma, referente a: la persona del turista, a las facilidades de desplazamiento, a la seguridad de su persona y sus bienes, y otras relativas a la prestación de servicios turísticos, al hospedaje, etc. Este conjunto de normas, unas específicamente dirigidas al turismo y otras conectadas con dicha actividad, constituyen una rama del Derecho, que ha sido motivo de especial interés y atención por todos los países -- del mundo.

Poseen una amplia legislación turística, España, Italia, Francia y Estados Unidos. En México, la actividad jurídica -está regulada por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en sus artículos 1, II, 73 frac. XVI, 76 frac. I, 89 fracciones I y X, 92 y 133; además en la Ley Federal -- de Turismo, en vigor desde el 16 de marzo de 1961, y el Decreto que crea el Consejo Nacional de Turismo, de 16 de diciembre de 1961, la Ley General de Población y su Reglamento; tam

bién encontramos disposiciones aplicables al turismo en la Ley de Vías Generales de Comunicación, el Código Aduanero, el Código Sanitario, el artículo 123 Constitucional. Todo este conjunto de normas constituye el Derecho Turístico Positivo.

El Lic. Rafael González A. Alpuche, después de hacer referencia a los aspectos económicos, sociológicos, etc., del turismo, insiste en las características del fenómeno jurídico en la forma siguiente: el turismo es un fenómeno jurídico individual, en ocasiones de aspecto masivo, que depende de manera principal de la libertad de tránsito que consagran las normas constitucionales de todos los países democráticos, y de la justicia social, postulado de la Revolución Mexicana y que en nuestra Legislación se amparan como derechos inalienables de los trabajadores: goce de vacaciones pagadas, la participación de utilidades de las empresas y otras prestaciones que dan al obrero la posibilidad económica de practicar el turismo y aprovechar sus beneficios.

Por Derecho Turístico se entiende, el conjunto legislativo que tiene por objeto regular el fenómeno turístico nacional e internacional. (17)

c).- IMPORTANCIA ACTUAL DEL TURISMO EN MEXICO Y EN EL MUNDO.- El turismo en los Estados Unidos de Norte América se ha convertido en uno de los negocios más prometedores, especialmente para las líneas aéreas y agencias de viajes; tanto en México, como en Estados Unidos, países que por su proximidad han logrado excelentes resultados mediante esfuerzos mancomunados.

Esta bonanza no se ha producido por generación espontánea: ha sido consecuencia lógica entre otras razones, de los programas de promoción patronados por los gobiernos mexicanos y estadounidenses principalmente.

Se calcula que un promedio de cinco millones de personas estarán visitando los Estados Unidos para 1975. En este pronóstico coinciden las líneas aéreas norteamericanas, las agencias de viajes y el Servicio de Turismo estadounidense. De ahí el interés de ambos países, en cuanto a una labor de cooperación-

entre las aerolíneas, agencias de viajes, hoteles, ciudades, estados, tiendas, etc., con los Departamentos de Turismo, -- tanto de México como de Estados Unidos.

Por ejemplo en los Estados Unidos se han hecho imprimir menús y directorios en los principales idiomas; se ha capacitado personal para atender y ayudar a los visitantes extranjeros.

Las líneas aéreas más importantes de Estados Unidos tanto nacionales como internacionales, han iniciado campañas -- de promoción y ventas que incluyen entre otras cosas:

1.- Cooperación con los mayoristas para los "package -- tours".

2.- Seminarios para agentes de viajes fuera de Estados- Unidos.

3.- Distribución de carteles, folletos y películas en - el extranjero.

4.- Viajes de familiarización dentro de Estados Unidos, - para escritores y periodistas especializados en turismo.

5.- Una más intensa cooperación con el Servicio de Turis- mo de Estados Unidos. (muchas líneas aéreas internacionales - están impulsando publicitariamente sus tarifas reducidas e -- itinerarios de tours, para los visitantes de Estados Unidos)

6.- Incluso las empresas de autobuses Greyhound y Conti- nental Trailway, siguen llevando a cabo sus programas de tari- fas reducidas para visitantes extranjeros. Sus "package tours incluyen las principales ciudades de Norteamérica. (18)

El turismo para México, igual que para cualquier otra - nación en desarrollo, puede resultar útil o perjudicial, de- pendiendo de la forma o criterio por el cual se encause esa- actividad, tanto nacional como extranjera con su impacto in- terior, como sus consecuencias enfocadas al exterior. Dadas- las conexiones existentes entre los diversos aspectos de la- vida nacional, no se puede dejar al azar la coordinación del turismo de indiscutible importancia para el progreso del país

ni tampoco al libre juego de intereses particulares, sino que puede y debe regularse, orientarse y aprovecharse económica, social y culturalmente, con una visión conjunta que relacione unas actividades con otras y establezca en ellas un criterio definido y de acuerdo con las circunstancias y las condiciones de nuestro desarrollo.

Cabe hacer la pregunta, tanto al sector privado como al público, ¿que va a hacerse para atraer a los turistas a nuestro país en una forma constante de crecimiento?... Se les va a ofrecer ciudades, como la de México, Guadalajara, Monterrey que se convierten en tumbas por las noches, por la carencia de espectáculos nocturnos atractivos, y por falta de transportes. Tenemos los puertos de Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán pero son insuficientes; la hotelería mexicana de las más baratas del mundo, por su calidad, muy limpia y moderna, pero desafortunadamente insuficiente sobre todo en los sitios de atractivos turísticos, principalmente en las zonas arqueológicas.

La posibilidad de que nuestro país en un futuro más o menos mediano, mejore su posición actual dentro del mercado internacional del turismo, dependerá en gran parte de:

- 1.- La eficacia de su actividad promocional.
- 2.- El grado de tecnificación que logre la industria de servicios en su manejo y operación.
- 3.- En gran medida que México, diversifique su oferta que hoy por hoy es muy limitada.

Sobre este tercer punto que aparentemente resulta negativo, en realidad considerando que los países que actualmente ocupan el primer lugar como son España y Estados Unidos son países altamente desarrollados en materia turística y con una amplia oferta, resulta positivo, ya que de ellos se puede decir que han agotado su posibilidad de oferta, todavía que concurren al mercado internacional con la casi total

ni tampoco al libre juego de intereses particulares, sino que puede y debe regularse, orientarse y aprovecharse económica, social y culturalmente, con una visión conjunta que relacione unas actividades con otras y establezca en ellas un criterio definido y de acuerdo con las circunstancias y las condiciones de nuestro desarrollo.

Cabe hacer la pregunta, tanto al sector privado como al público, ¿que va a hacerse para atraer a los turistas a nuestro país en una forma constante de crecimiento?... Se les va a ofrecer ciudades, como la de México, Guadalajara, Monterrey que se convierten en tumbas por las noches, por la carencia de espectáculos nocturnos atractivos, y por falta de transportes. Tenemos los puertos de Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán pero son insuficientes; la hotelería mexicana de las más baratas del mundo, por su calidad, muy limpia y moderna, pero desafortunadamente insuficiente sobre todo en los sitios de atractivos turísticos, principalmente en las zonas arqueológicas.

La posibilidad de que nuestro país en un futuro más o menos mediano, mejore su posición actual dentro del mercado internacional del turismo, dependerá en gran parte de:

- 1.- La eficacia de su actividad promocional.
- 2.- El grado de tecnificación que logre la industria de servicios en su manejo y operación.
- 3.- En gran medida que México, diversifique su oferta que hoy por hoy es muy limitada.

Sobre este tercer punto que aparentemente resulta negativo, en realidad considerando que los países que actualmente ocupan el primer lugar como son España y Estados Unidos son países altamente desarrollados en materia turística y con una amplia oferta, resulta positivo, ya que de ellos se puede decir que han agotado su posibilidad de oferta, todavía que concurren al mercado internacional con la casi tota

lidad de centros que pueden ofrecer. México, en cambio conserva un alto grado de potencialidad de desarrollo en su oferta turística, toda vez que hasta el momento, según se nota, su oferta se limita a cuatro o cinco centros, de los cuales tres se encuentran altamente desarrollados (Ciudad de México, Acapulco y Mazatlán) y otros como la Ciudad de Veracruz, que poco le falta. Dentro de poco tiempo también surgirán centros que rivalizarán con los primeros, como Puerto Vallarta en el Estado de Jalisco, Cancun en Quintana Roo y Zihuatanejo en -- Guerrero. De ahí que la apertura y promoción de nuevos centros para la explotación turística, debe ser una de las principales preocupaciones tanto del gobierno, como de la iniciativa privada.

Si a los datos del lugar que ocupa México, por conceptos de ingresos turísticos, se añade la posesión que ocupa en el área, se complementará la misión de las futuras perspectivas de México en materia turística.

En el Continente Americano ocupó el segundo lugar, Estados Unidos el primero. En el mercado del Caribe y Latinoamérica, obtuvo el primer lugar.

En cuanto a otros continentes México obtuvo 4.2 veces más que el Continente Africano, 2 veces más que Asia y Australia, 2.6 veces más que el Oriente Medio y en Europa sólo tres países lo superaron que son España, Italia y Francia. (19)

N O T A S

- (1) Nuevo Diccionario Webster 1945.
- (2) Lozada Rodolfo J. El Turismo Lazo Espiritual y Fuente de Progreso. Editorial Pirámide. 1941. P. 10
- (3) Lic. Olivera Toro Jorge. Legislación y Organización Turística Mexicana. Ley Federal de Turismo. Editorial Porrúa, S. A. 1970. P. 53. Artículo 4.
- (4) Diccionario de la Lengua Española, 12 Ed. 1956. P. 39.-
- (5) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Temática y Legislación Turística. Editorial Libros de México, S. A. P. 8 1969.
- (6) Dr. González A. Alpuche Rafael. Op. (it. 164)
- (7) J. A. de Letona. Ministerio de Información y Turismo. - Instituto de Estudios Turísticos, Madrid.
- (8) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 8)
- (9) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 8)
- (10) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 8)
- (11) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 8, 9)
- (12) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 9)
- (13) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 10, 11)

- (14) María Fernández, José. Economía y Política de Turismo. Madrid, España. P. 2.
- (15) Luis Fernández Fuster. Teoría y Técnica del Turismo. Tomo I. Madrid, 1967. P. 115.
- (16) Lic. Freeman, Gilberto. Impacto del Turismo (en la economía de países en desarrollo). Revista Servicio (elaborada por el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas) Núm. 30. p. 20, 21.
- (17) Dr. González A. Alpuche, Rafael. Op. (it. p. 10, 11)
- (18) Revista Servicio Núm. 6. P. 20. (sin autor).
- (19) Lic. García Mata, Carlos. Revista Servicio Núm. 16 P. 5.

II.- FUNCION DEL GOBIERNO EN EL TURISMO.

- a).- INTERVENCION DEL GOBIERNO EN EL IMPULSO DEL TURISMO.
- b).- EL DEPARTAMENTO DE TURISMO EL CONSEJO NACIONAL DE TURIS
MO Y EL INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS.
- c).- PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MEXICO.

II.- FUNCION DEL GOBIERNO EN EL TURISMO.

a).- INTERVENCION DEL GOBIERNO EN EL IMPULSO DEL TURISMO.

La complejidad del fenómeno turístico y las peculiares características mexicanas se han combinado e influido mutuamente para lograr la organización del turismo en nuestro país. El turismo fenómeno de masas, posee hondas repercusiones en la vida de las sociedades contemporáneas, y como ha adquirido indudable valor social y económico, no puede quedar su -- cuidado y organización exclusivamente en manos de los particulares, sino que los gobiernos se preocupan por él y lo reglamentan en diversos aspectos. Ciertamente es una industria, pero con caracteres peculiares. No produce cosas sino servicios, y su organización no es asunto de la exclusiva incumbencia de los hombres que viajan y de los que en el lugar -- receptor satisfacen las necesidades de aquellos. A México empezó a llegar una corriente de viajeros de cierta consideración, es decir, proplamente turística hacia 1920, y a los pocos años, en 1929, se promulgaba la primera disposición de la materia, con el propósito por parte del Ejecutivo; pues -- se trató de un acuerdo de ese órgano, con objeto de promover la afluencia turística extranjera hacia el país. No sólo se dieron normas; también al amparo del acuerdo surgió un organismo oficial que se iba a ocupar del turismo y que se llamó Comisión Mixta Pro Turismo.

A partir de esa fecha ya remota, porque el turismo es algo nuevo en México; la iniciativa privada y la acción oficial se han combinado para actuar en favor de ese hecho, que, como lo reconoce nuestra Ley Federal de Turismo, es de interés público y no sólo de aquel sector de la población cuyo -- quehacer habitual sea prestar servicios turísticos.

Actualmente en México existen, de acuerdo con las necesidades planteadas por el turismo, diversos organismos enca-

minados a encauzar, vigilar, promover y atender su desarrollo. Cada día más se institucionaliza el fenómeno turístico, esto es, alrededor del hecho socioeconómico surge una organización. Ya no se trata sólo de una corriente humana de viajeros, y de los prestadores que, con servicios, satisfacen las necesidades de aquéllos. Tal esquema es cierto, pero incompleto; para atender el turismo de hoy es preciso estudiar las instituciones - que han aparecido y la organización resultante.

Los organismos actuales pueden clasificarse en:

- a).- Oficiales.
- b).- Privados.
- c).- Técnicos.

a).- OFICIALES.

A este grupo pertenecen aquellas entidades que el Estado ha -- creado y dirige.

Las características y la importancia que en lo social - y en lo económico posee el fenómeno turístico, el hecho de que sea declarado por ley de interés público, explican la apari--- ción y la necesidad de este tipo de organismos. El Estado Mexi--- cano comprendió, casi desde los orígenes del turismo, sus re--- percusiones nacionales, tanto del interno como del extranjero, y por eso, aún sin arrogarse el carácter de prestador de servi--- cios; como ha acontecido en otros países, tiene hoy, y tuvo -- en el pasado un marcado interés en promoverlo y regularlo.

Para lograr tales finalidades han surgido los organismos oficiales, que por nuestra peculiar organización política pueden clasificarse en tres categorías: Federales, Estatales y Mu--- nicipales, según sea la esfera de su competencia y jurisdic--- ción.

b).- PRIVADOS.

La necesidad misma de atender a una corriente de viaje--- ros, que con el tiempo ha crecido en volumen y en estabilidad, originó la aparición de los servicios turísticos. Sin duda en--- un principio surgieron en forma aislada, mas con los años han-

ido perfeccionándose, constituyendo su labor un trabajo especializado, que vive por y para el turismo.

Al lado del prestador propiamente dicho, existen los organismos privados que agrupan con diversas finalidades, a esos particulares y que de acuerdo con su radio de acción pueden clasificarse en: nacionales, regionales y locales.

c).- TECNICOS.

En todos los aspectos del ser humano se ha impuesto la técnica y el conocimiento empírico se ha ido sustituyendo por el que proporciona la ciencia. Así cada vez se percibe más la necesidad de estudiar el turismo: conocer su finalidad específica, sus elementos, sus consecuencias sociales y económicas, como promoverlo, en qué forma regular la estabilidad de la corriente humana, etc. La práctica del hombre que está en contacto con el turista es sin duda importante; constituye un saber práctico que por algún tiempo fué el único posible. Mas la creciente importancia de este fenómeno mundial ha señalado la urgencia de estudios, que observen el fenómeno con la objetividad de la ciencia y lo comprendan en su totalidad. El estudioso del turismo es un especialista reciente; por eso tiene un amplio campo de acción sobre todo el investigador social y el economista, aunque tal vez éste último haya trabajado más que el primero en la materia.

Otro aspecto importante de la tecnificación es la enseñanza en escuelas especializadas del servicio turístico. El guía, el agente de viajes, los que laboran en el hotel, o en el restaurante requieren de una capacitación para ejercer su trabajo y como sucede en todos los campos de la actividad humana, cuanto mayor sea la habilidad del servidor en su quehacer profesional mejor resultará, en beneficio propio y del turismo al que sirve. Los organismos técnicos pueden ser generales o locales, según su radio de acción.

GENERALIDADES DE LOS ORGANISMOS DE CARACTER OFICIAL.

Con objeto de que se tenga una idea más clara de las ca-

racterísticas que ofrece la organización administrativa del turismo de carácter oficial, consideramos conveniente esbozar unas breves consideraciones, de carácter genérico, acerca de nuestra organización política nacional, dentro de la cual se integran los organismos turísticos.

La organización política nacional en nuestro país, según lo previsto en la Constitución Federal (Art. 40), "es -- una República representativa, democrática, federal, compuesta de Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior, pero unidos en una Federación". El carácter federal es el origen de que al lado de los poderes -- federales, cuya esfera de acción comprende todo el territorio nacional, existan las de los Estados miembros, con jurisdicción en los límites de sus respectivas entidades federativas, y aún dentro de éstas se halla el municipio, que la propia Constitución declara libre, con personalidad jurídica -- y funciones políticas y administrativas propias, en la competencia y jurisdicción que establecen las leyes (Art. 115 de la Constitución Política de México).

Los diversos órganos del Estado--federales, estatales y municipales-- se hallan jerarquizados y sus respectivas labores coordinadas. A los poderes federales corresponden aquellas facultades que en forma expresa les otorga la Constitución (especialmente en los artículos 73, 89 y 104); el resto se entienden reservadas a los Estados (Art. 124).

La norma suprema en todo el territorio mexicano es la Constitución Federal, la que no puede ser contravenida por -- las de los Estados miembros. Las leyes federales tienen vigencia en toda la República, en tanto las entidades federativas solamente rigen en las demarcaciones territoriales de los respectivos Estados.

Al Congreso de la Unión compete legislar sobre las materias establecidas en el artículo 73 de la Constitución Federal.

El Poder Ejecutivo Federal se deposita en México en una sola persona: el Presidente de la República (Art. 80), quien tiene la importante función de aplicar la Ley (Art. 89 Frac. I), y proveer su cumplimiento en la esfera administrativa. Como auxiliares en esta básica tarea para la vida nacional, el Ejecutivo cuenta con la labor de organismos creados por las leyes para lograr tal objeto.

De acuerdo con este esquema sintetizado en forma general, los organismos públicos de turismo pueden ser de carácter federal, estatal o municipal.

ORGANISMOS TURISTICOS OFICIALES DE CARACTER FEDERAL.

El Legislativo Federal promulgó la Ley Federal de Turismo vigente, que sienta las bases de la organización del turismo en México y que por ser federal, tiene vigencia en todo el territorio mexicano. Compete al Presidente de la República la aplicación de esa norma, la expedición de los reglamentos, y administrativamente realizar todo lo necesario a fin de que se cumplan sus postulados. Para lograr esos propósitos dirige la política a seguir en tal materia.

Las dependencias del Ejecutivo que intervienen en la labor pueden clasificarse en específicas y aquellas otras cuyas contribuciones están íntimamente relacionadas con algún aspecto turístico.

I.- Llamamos dependencias específicas a las que su misión es fundamentalmente realizar la política turística, de acuerdo con las directrices presidenciales. Estos organismos son, actualmente, el Departamento de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo. Ambos dependen directamente del Ejecutivo Federal, quien coordina y armoniza sus respectivas labores (mas adelante veremos ambas dependencias con mas detenimiento)

II.- La complejidad del fenómeno turístico, el hecho de que económicamente sea una superestructura de carácter terciario, implica que son muchos y múltiples los aspectos de la vida nacional con los que tiene relación. Por tal motivo, existen al lado de las dependencias específicas aquéllas que, -- ocupándose de otros aspectos de la realidad nacional, ejercen sin embargo funciones que interesan al fenómeno turístico, y en tales asuntos colaboran con la política que en ese renglón dirige el Ejecutivo. Entre esos órganos oficiales, se pueden citar los siguientes:

1).- La Secretaría de Gobernación, ya que es la dependencia encargada de todo lo relativo a la inmigración y del control de los extranjeros en territorio nacional, sean o no turistas.

2).- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, es el organismo que específicamente dirige y organiza las finanzas públicas, y teniendo el turismo un importante papel en la vida económica de México, la Secretaría tiene que ocuparse e interesarse por él, ya que el producto proveniente del turismo, sobre todo del extranjero, es importante factor para nivelar nuestra balanza de pagos por la entrada de divisas al país que representa.

Con frecuencia también el Estado, a través de esta Secretaría, estimula a la iniciativa privada mediante la concesión de créditos, a fin de suplir o dar mejores condiciones que las que ofrecen instituciones crediticias privadas, o puede otorgar a determinadas empresas, cuando se estime necesarias para impulsar ciertas actividades, y dentro de la misma Secretaría compete asimismo, lo relativo a aduanas, tema de evidente importancia para el turismo exterior.

3).- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, su función dentro del turismo es muy importante, ya que el turismo

ta es un viajero con rasgos específicos, pero resulta inherente a su categoría el hecho de que se traslada de un punto a otro. Los centros turísticos tienen que poseer vías de comunicación y medios de transporte en buenas condiciones por cuanto se refiere a la rapidez y seguridad, para que el viajero pueda disfrutar de su estancia y conocer aquellos lugares que por sus personales aficiones lo impulsaron a abandonar su habitual residencia. De ahí las vinculaciones que existen entre las labores de este organismo y el turismo.

4.- La Secretaría de Educación Pública está vinculada con el turismo en razón de que le corresponde velar por la conservación y el engrandecimiento de la cultura de nuestro país; y el visitante extranjero, y a veces también el turista nacional, viajan con frecuencia para trabar contacto directo con las manifestaciones culturales.

Actualmente existe una corriente bastante fuerte por parte de los prestadores de servicios turísticos, de que la Secretaría de Educación Pública coordine la enseñanza del personal capacitado que requiere la industria turística, junto con otras dependencias tanto oficiales, como el Instituto Mexicano del Seguro Social, como organismos privados que se dedican a la docencia de dicha actividad.

5).- La Secretaría de Relaciones Exteriores, tiene una función importante respecto al turismo exterior, ya que sus representantes en el extranjero deben, en los términos de la Ley Federal de Turismo, proporcionar información sobre México y atender al posible turista, sobre todo cuando en la localidad donde residan no exista una oficina específica para ello, dependiente del Departamento de Turismo o del Consejo Nacional de Turismo.

La labor de estas dependencias, y de otras mas que tienen alguna relación con la actividad turística, es de armonía.

ORGANISMOS ESTATALES.

Los Estados de la Federación, dentro de sus respectivas

jurisdicciones, pueden actuar, a través de sus organismos gubernativos, con el propósito de encauzar, fomentar y organizar el turismo. Para el efecto coordinan su labor, en los términos de la Ley Federal de Turismo, con el Departamento de Turismo, a través de las Comisiones Locales de Turismo. Pero es posible también que el Ejecutivo Local atienda, mediante un organismo de él dependiente, las funciones que le son propias, en relación con el turismo del Estado.

ORGANISMOS MUNICIPALES.

Debido a que la Constitución Federal otorga al Municipio la facultad de administrarse, cuando en una demarcación municipal tenga importancia el turismo, los órganos de esa entidad política pueden intervenir en la regulación, fomento y organización del fenómeno. De ahí que ciertos municipios favorecidos con esto tengan oficinas de turismo dependientes del ayuntamiento, y así mismo ordenanzas municipales que reglamentan ciertos aspectos del hecho turístico. (20)

ORGANISMOS TECNICOS.

Una de las características de la sociedad contemporánea lo es la aplicación de los conocimientos obtenidos por las diferentes ciencias en el campo de lo concreto de la programación, manejo y operación de las diferentes actividades socio económicas, con vistas a obtener un más efectivo resultado de las mismas.

La manifestación de esta tendencia tecnológica se ha hecho sentir en el panorama turístico, trayendo como consecuencia que dentro del mercado internacional se haya notado la influencia de la técnica como factor que influye para determinar el éxito en la competencia, según que los programas de acción y actividades de la industria de servicios muestren un alto grado de desarrollo tecnológico. Todo ello porque en la práctica la incorporación de las modernas técnicas se-

traduce en una más eficiente prestación de servicios y en una más eficaz y efectiva realización de actividades promocionales y turísticas en general.

En México, al igual que en otros países, en las primeras etapas de desarrollo turístico la actividad creció muy rápidamente, en forma tal que no siempre fue posible incorporar durante este proceso de desarrollo las técnicas ya aplicadas en otros campos de la actividad socioeconómica. De ahí que fuera necesario realizar esfuerzos tendientes a promover la tecnificación del turismo en México, a fin de conservar la posición dentro del mercado turístico internacional, al cual concurren países altamente tecnificados en materia turística.

Ante esa necesidad los esfuerzos del sector oficial y del sector privado se unieron para impulsar la tecnificación de la actividad para cuyo efecto han constituido dos tipos de organismos técnicos.

1.- Centros de Investigación, Estudio y Promoción de la actividad tecnificadora, en atención a que por tratarse de una actividad de reciente aparición se está en la actualidad en un proceso de elaboración de la técnica turística.

2.- Centros de Enseñanza, Capacitación y Adiestramiento del personal, en los cuales en una forma sistemática y permanente se preparará en forma académica el personal encargado de manejar esta actividad.

Es así como dentro de la organización turística de México empieza a perfilarse el sector que se puede denominar de organismos técnicos, cuya específica misión consiste en estructurar técnicamente en todos niveles la actividad turística del país.

1.- Centros de Investigación Técnica del Fenómeno del Turismo.

Este tipo de organismo técnico lo veremos mas adelante-

cuando hablemos sobre el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas.

2.- Centro de Enseñanza, Capacitación y Adiestramiento de Personal Turístico:

Entre los organismos técnicos de este tipo existentes en nuestro país deben ser destacados:

a).- La Escuela Mexicana de Turismo, nació de la reestructuración de la antigua Escuela Hotelera, lo que se hizo con base en estudios previos realizados por el propio Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, de acuerdo con las necesidades planteadas por el desarrollo de la actividad turística en México. En ella se imparten cursos tendientes a preparar cuadros medios para las diversas especialidades en forma académica y permanente.

Dirige las labores docentes de esa institución un Patronato integrado por siete miembros, tres de ellos en representación del sector oficial --Departamento de Turismo, Consejo Nacional de Turismo y Secretaría de Hacienda y Crédito Público--, cuatro de la iniciativa privada --Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, Asociación Mexicana de Hoteles, Asociación Mexicana de Restaurantes y del Sector Sindical-- y uno del Sector Técnico o sea el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas.

Se encarga de preparar los cuadros medios del futuro personal de los servicios turísticos.

b).- La Escuela de Guías, fue fundada por el Departamento de Turismo, con la colaboración del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Su propósito y función son los de elevar el nivel técnico de los actuales profesionales y capacitar a los futuros guías de México.

c).- La Escuela de Turismo, dependiente de la Universidad Autónoma del Estado de México, está encargada de preparar técnicos turísticos de nivel medio y superior.

d).- La Escuela Gastronómica, tiene encomendada la la--

or de preparar niveles primarios (personal uniformado), de bares, restaurantes y similares. Se fundó bajo el patrocinio de los sindicatos del ramo.

Actualmente autoridades y sector privado hacen esfuerzos conjuntos por superar las instituciones técnicas existentes, y ampliar su radio de acción, así como por multiplicarlas. Pues el aumento del turismo se ha desarrollado en tal forma, que es necesario el aumento de personal capacitado, no sólo a nivel técnico medio y superior, sino también personal primario, del cual hay deficiencia en cuanto a su número y preparación actualmente.

La política turística trazada por el gobierno a nivel mundial, ha sido elogiada por la iniciativa privada; el señor Stephen S. Hansey, presidente de la American Express de Estados Unidos, junto con el Departamento de Turismo por conducto de su titular, el Lic. Agustín Olachea Borbon, han promovido el turismo hacia México, principalmente de los Estados Unidos ya que los Gerentes de American Express de la división de viajes han tenido reuniones, por lo que esta clase de embajadores promocionales del turismo mexicano, tanto en este continente, como en Asia, Medio Oriente, Africa y Oceanía tendrán la oportunidad de afirmar sus bases para el lanzamiento de dicha promoción.

El Sr. Urrutia del Departamento de Turismo, declaró que el Gobierno presentará ante la Asociación Internacional del Transporte (IATA) una solicitud, con objeto de que se permita a las líneas aéreas nacionales bajar sus tarifas en los vuelos internacionales, para incrementar el turismo hacia México. Incluso esta petición se hizo para líneas de otros países que vuelan a cualquiera de las ciudades mexicanas con atractivos turísticos. Actualmente es más barato viajar de Nueva York hacia Europa, que de Nueva York hacia México. (21)

La Presidencia de la República a través del Departamento de Turismo y del Consejo Nacional de Turismo principalmer

te de este último, promueve el turismo internacionalmente, - por medio de folletos, revistas e incluso actualmente películas; dicha promoción se esta haciendo sobre todo además - de Europa, actualmente en Canadá y Japón, claro que sin descuidar su principal mercado que son los Estados Unidos, del que recibe el 80% del turismo internacional.

En correspondencia con el decidido interés del turista norteamericano por nuestras costas, el Gobierno Federal, en acuerdo con el sector privado, está propiciando el desarrollo de los servicios turísticos en varias zonas del país.

Por ejemplo se está trabajando en el aprovechamiento - de los atractivos turísticos, que dentro de esta clase de actividades, existen a lo largo de la Península de Baja California.

Al efecto se está proyectando, para su inmediata construcción, dos centros turísticos de gran tamaño, numerosos - hoteles en las principales poblaciones y la ampliación de -- otras más. Los proyectos y construcciones actuales más relevantes son los siguientes:

En Loreto, sobre la costa que mira hacia el Mar de Cortés: La Unidad Turística Puerto Escondido, con 1,500 cuartos. En la Paz, el campo turístico Guaycura, con 1,600 cuartos. En San José del Cabo, el Shangri-La, con 220 cuartos y el Bajo - Colorado con 24 cuartos.

En Cabo San Lucas: El Cabo Sol, cuya capacidad aún no - está claramente definida; la Hacienda Los Frailes, de 150 - - cuartos; el Hacienda Cabo San Lucas, con 70 cuartos; el Mar - de Cortés, con 60 cuartos y el Finisterre, con 62 cuartos.

Diversas obras se están realizando, para acomodo de turistas y para brindarles facilidades y confort. Entre ellas - destacan la construcción del hotel Cabo San Lucas, en San José del Cabo, y la ampliación y modernización de los hoteles - siguientes en la Paz, con los aumentos de capacidad que se -- anotan: Continental, 250 cuartos; Calafia, 28 cuartos; Guay--

cura, 10 cuartos; La Posada, 15 cuartos; Perla, 40 cuartos; la Purísima 30 cuartos y Punta Colorada, 20 cuartos.

Está en marcha un plan sobre un proyecto de 16 puntos que quedarán dotados de toda clase de facilidades para el turista que viene en yate, los cuales incluyen muelle, telégrafo, teléfono, lubricantes, combustible, restaurante, lugar de descanso etc. sin descuidar el aspecto de saneamiento y confort ambiental. (22).

En los años de 1971-1972, el Departamento de Turismo ha estado desarrollando una actividad muy intensa.

Ha patrocinado un número bastante elevado de exposiciones en el extranjero de artesanías y piezas arqueológicas, particularmente en la ciudad de Montreal, Canadá y en Ciudades de Estados Unidos, como son, Nueva York, Houston, - - - Washington, Miami, Los Angeles, Chicago, Dallas, San Francisco y otras. En la mayoría de los casos fueron complementadas por grupos de música mexicana y ballet folklórico.

Las Delegaciones del Departamento de Turismo en el extranjero realizan labores promocionales, cuyos resultados son precisamente la afluencia de turistas, que cada día es mayor. Todo esto ha sido fruto del esfuerzo realizado por ellos, a través de motivaciones turísticas de nuestro país como son -- series audiovisuales, conferencias, exposiciones; además de la promoción de reuniones, convenciones y celebraciones de diversa índole hacia nuestro país.

Debido al incremento del turismo últimamente, el Departamento de Turismo ha tenido que abrir otras oficinas de promoción, una en Tokio, Japón, en donde se elaboró material promocional en idioma japonés, para ser distribuido profusamente en el Lejano Oriente, y otra Oficina en Denver, Colorado, Estados Unidos.

Los beneficios que se han visto, han sido bastantes positivos, ya que se han traducido en un incremento del número de turistas que llegaron a México, durante el período del mes de septiembre de 1971 a agosto de 1972. (23)

do que se ofrecían las mejores condiciones para su adecuada - instalación.

Por Acuerdo Presidencial publicado el 9 de noviembre de 1972 el Departamento de Turismo presidirá el establecimiento del Centro Interamericano de Capacitación Turística con sede en la Ciudad de México, que funcionará en términos del acuerdo por un lapso de 6 años.

Durante 1973 se iniciaron las gestiones relativas a la selección y contratación del personal docente y administrativo así como de la adecuación de las instalaciones que le darán cabida. Este año de 1974 dicho centro empezó a operar.

El Departamento de Turismo es el responsable de su buen funcionamiento así como del cumplimiento de las obligaciones que corresponden al Gobierno Federal, de conformidad con el acuerdo celebrado por la Organización de los Estados Americanos con la Secretaría de Relaciones Exteriores, misma que tendrá intervención en cuanto a disposiciones legales aplicables.

Las Secretarías de Gobernación y Hacienda y Crédito Público, otorgarán al Centro, a su personal docente internacional y a los participantes extranjeros en los cursos que impartan, facilidades, privilegios e inmunidades previstas en el acuerdo a que se refieren los puntos resolutivos anteriores.

El Centro podrá contar con las subsedes que se estimen convenientes para el mejor cumplimiento de sus fines, mediante la concertación en cada caso, de acuerdo con los Estados miembros interesados.

Los objetivos del Centro son en forma concreta: la capacitación de los instructores de las instituciones de enseñanza turística establecidos en los Estados de la Organización de Estados Americanos; así como también la formación de expertos en planeamientos turísticos, o sea un posgra-----

do, de las oficinas nacionales, estatales, provinciales y municipales de los estados que realicen actividades de promoción, fomento y desarrollo de turismo y; la coordinación de las actividades de capacitación a distintos niveles que en materia turística desarrollen esos estados así como la prestación de apoyo a tales actividades.

Dentro de las actividades que presta el Departamento de Turismo, está el Servicio de Auxilio Turístico, mismo que ha tenido un incremento considerable debido al aumento de -- turistas por carretera. (24).

El Servicio de Auxilio Turístico, fue establecido por el Departamento de Turismo, para dar protección y la información necesaria a todo turista nacional o extranjero, que -- utilice en su viaje los caminos de México; dicho servicio -- se instituyó el 15 de septiembre de 1960 con motivo de la -- inauguración de la Ruta de la Independencia por el entonces -- C. Pte. Lic. Adolfo López Mateos. Inició sus operaciones -- con 10 unidades de auxilio turístico que cubrían parte de -- las principales carreteras y en atención a la afluencia principal de turistas provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica. También se instalaron tres bases fijas de radio -- de las cuales la más cercana a la frontera norte es la de -- Saltillo, Coahuila; prolongándose hacia el Sur con México, -- D. F. y Chilpancingo, Gro.

Los servicios proporcionados por las radio patrullas -- aumentaron en 1972, alcanzando la cifra de 361,451. El éxito logrado por este servicio lo confirman los centenares de tes timonios de agradecimiento dirigidos al Departamento de Turismo por turistas tanto nacionales como extranjeros, al reconocer que los servicios recibidos dan a México, una imagen de seguridad en sus carreteras. (25).

Consideramos nosotros que en verdad, es valiosa la actividad que presta el Departamento de Turismo, a través del-

Servicio de Auxilio Turístico; pero sin embargo, todavía hay ciertos problemas en las carreteras de México, la falta de información, letreros que indiquen con claridad los pueblos que hay, incluso la falta de carreteras que comuniquen a esos pueblos de la provincia mexicana. Claro que esto ya no es competencia del Departamento de Turismo, sino de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Creemos que es necesaria la incorporación de esos pueblos, hacia el progreso nacional, comunicándolos a través de carreteras y de información completa, de lo que pueden ofrecer al turista, ya que de esta manera, pueden sostenerse y quizá con una idea más futurista evitar el éxodo de gente que viene de la provincia mexicana sin ocupación a la Capital de la República y al mismo tiempo combatir el desempleo.

B).- EL DEPARTAMENTO DE TURISMO.

El Departamento de Turismo, es un organismo federal específico. El Poder Ejecutivo es un órgano unitario: lo desempeña un solo ciudadano, llamado "Presidente de los Estados Unidos Mexicanos" (Art. 80 Constitucional). Pero como es lógico suponer, una sola persona, por más capacidad que posea, no puede llevar a cabo la serie de complicadísimas tareas que implica el proveer en la esfera administrativa a todo lo necesario para lograr el exacto cumplimiento de las leyes dictadas por el Congreso de la Unión. Por eso existen diversos organismos que auxilian al Ejecutivo en sus labores.

El Presidente de la República, según lo expuesto, tiene a su cargo proveer todo lo necesario para el cumplimiento de los postulados de la Ley Federal de Turismo, y como no es posible que sea él quien en forma personal lo realice, cuenta con dos organismos, para llevar a cabo la labor. Son: el Departamento de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo, entidades autónomas entre sí, pero vinculadas, porque ambas tienen como propósito hacer realidad las directrices presidenciales en materia de turismo. Hay pues una unidad de pensamiento y de acción: la que impone el Presidente de la República.

El Departamento de Turismo es la dependencia del Ejecutivo, prevista en la Ley de Secretarías y Departamento de Estado de 1958.

Antes de esa fecha una oficina de la Secretaría de Gobernación era quien tenía a su cargo la función pública relativa al turismo. Fue la importancia creciente que para la vida nacional ha ido alcanzando el turismo, la razón por la que se creó un organismo con los caracteres que hoy le otorga la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado vigente.

De acuerdo con la Ley Federal de Turismo, las principales actividades del Departamento son:

10.- Fomentar el turismo, tanto en el plano nacional - como en el internacional, pues ambos fenómenos representan - economía y socialmente bienes apetecibles y que por tal motivo fueron declarados de interés público por la Ley.

20.- Supervisar los servicios turísticos, ya que la corriente de viajeros, que integra el elemento humano del fenómeno, no puede subsistir sin una red de servicios que satisfaga sus necesidades en el lugar visitado. Estos servicios son muy variados, mas entre ellos, por su constancia, podemos mencionar:

A).- El de información y auxilio a los turistas y a los prestadores de servicios turísticos. Generalmente esta actividad la desarrollan, en colaboración, los organismos gubernativos y los particulares.

B).- El de guías de turismo, servicio a cuyos prestadores el Departamento de Turismo autoriza, así como a las tarifas que cobran por su trabajo.

C).- El de establecimientos de hospedaje, comidas y bebidas y agencias de viajes, actividades cuyo funcionamiento y tarifas autoriza el Departamento de Turismo, quien asimismo tiene a su cargo vigilar la correcta prestación de los servicios.

30.- Crear o autorizar escuelas dedicadas a la capacitación de los prestadores de servicios.

40.- Dirigir la propaganda oficial en materia de turismo.

50.- Organizar y registrar las Cámaras de Turismo y su Confederación, organismos que deben agrupar a los servidores turísticos.

60.- Formar el Catálogo Turístico Nacional.

70.- Cooperar con las demás dependencias del Ejecutivo,

centralizadas y descentralizadas, así como con los gobiernos de los Estados federados, en todo aquello que tenga relación con el turismo.

El Departamento de Turismo, cuenta con una organización que comprende: el Jefe del Departamento -director de los trabajos de esa dependencia- El Secretario General, el Oficial - Mayor y los diversos directores generales. Las direcciones -- establecidas son:

1.- Administración, que tiene a su cargo el manejo interno del Departamento (personal, uso del presupuesto, compras del material de trabajo, etc.).

2.- Planeación y recursos turísticos. A esta dirección se le encomienda todo lo relacionado con los recursos, y la -- planeación de centros y zonas de interés turístico, pero su -- función no sólo es conservar las existentes, sino procurar -- la creación de nuevos centros turísticos aprovechando recursos hasta entonces no explotados. También le compete la formación y el mantenimiento del Catálogo Turístico Nacional.

3.- Promoción, tiene a su cargo el fomento del turismo, -- a través de medios publicitarios hasta cierto punto. Esta dependencia debe dar a conocer los recursos turísticos nacionales y los servicios; organizar excursiones, convenciones, viajes colectivos, y en colaboración con la Dirección de Prensa, -- Información y Publicidad, revisar, y en su caso aprobar, la -- propaganda realizada por la iniciativa privada, exigiendo que sea veraz y adecuada.

4.- Servicios Jurídicos.- Le corresponde por el órgano -- consultivo jurídico del Departamento, atender los problemas de carácter jurídico que se presenten y formular los proyectos -- de iniciativa de ley que solicite el Jefe del Departamento, a fin de modificar o complementar la legislación vigente.

5.- Servicios Turísticos de Empresas Privadas.- Su labor es fundamental dentro de las que lleva a cabo el Departamento de Turismo, pues le es propio atender todo lo concerniente a autorización y vigilancia de las empresas y personas dedicadas a prestar servicios al turista, excepción hecha de los guías. Es decir le compete lo relativo a establecimientos de hospedaje (autorizar su funcionamiento, clasificarlo dentro de su categoría y fijar los precios), agencias de viaje, transporte, comercio especializado (fijar tarifas en lo que respecta a agencias), restaurantes y bares (registro y precios)

6.- Supervisión y quejas.- Le corresponde vigilar la prestación de los diversos servicios turísticos, tanto por lo que se refiere a su calidad, cuanto a los precios que por ellos cobren, y atender a las quejas que los particulares formulen en contra de los prestadores.

7.- Auxilio Turístico.- Tiene encomendado organizar lo relativo a los servicios informativos que el turista requiera, así como los medios de auxilio específicamente creados para ayudarlo en emergencias; por ejemplo, el servicio de radio-patrullas en carreteras que proporciona seguridad al viajero y en caso de requerirlo, auxilio.

8.- Información, Prensa y Publicidad.- Dirige y realiza la publicidad oficial turística, tanto en México como en el extranjero, para dar a conocer los recursos y servicios que se ofrecen al visitante, y supervisa, y en su caso aprueba.- En coordinación con la Dirección de Promoción, la realizada por los particulares. También le compete atender lo relativo a relaciones públicas y prensa, por lo que debe proporcionar a periódicos, radio o televisión los informes respecto a las labores del Departamento de Turismo y eventos relacionados con el turismo que le soliciten.

9.- Coordinación.- Como el Departamento de Turismo no-

es una entidad aislada sino que, por el contrario, integra una unidad con los demás organismos estatales, su labor debe estar coordinada con otras dependencias públicas, sobre todo con - - aquellas cuyas funciones y atribuciones se hallen vinculadas - con el quehacer del Departamento de Turismo.

10.- Delegaciones Nacionales.- El Departamento de Turismo debe también coordinar su actividad con la que se realice - en las diversas entidades federativas que integran la Unión. Para eso puede establecer delegaciones, subdelegaciones o comisiones locales en los diversos Estados.

11.- Delegaciones en el extranjero.- Dirige esta Dirección las actividades de las delegaciones establecidas en países extranjeros, buscando, sobre todo, que éstas acaten las instrucciones que para su trabajo les den las autoridades y que - la información sobre México sea veraz, efectiva y oportuna. Le compete también atender la intervención de México en los organismos internacionales de turismo, reconocidos por su gobierno.

12.- Sanciones y Guías.- Además de las sanciones que puede imponer, en los términos de la Ley Federal de Turismo, al infractor de disposiciones legales, tiene encomendada esta dependencia lo relativo a guías de turismo.

En tal renglón le compete autorizar el ejercicio de esa actividad; expedir la credencial respectiva; en su caso cuando proceda, cancelar el permiso otorgado, así como fijar las tarifas que los guías pueden cobrar por sus servicios, y promover autorizar y controlar el funcionamiento de escuelas de capacitación para estos prestadores turísticos. (26).

EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.

El Consejo Nacional de Turismo, es un organismo federal específico. Este organismo fue creado por decreto del Ejecutivo publicado en el Diario Oficial el 16 de diciembre de 1961, disposición que se expidió con fundamento en la facultad que-

el Presidente de la República tiene de acuerdo a la fracción I del artículo 89 de la Constitución Federal, y que consiste en promulgar y ejecutar las leyes que expida el Congreso de la Unión, así como proveer en la esfera administrativa a su exacta observancia.

En la exposición de motivos que precede al breve articulado se explican las circunstancias que impulsaron al Ejecutivo a crear en la esfera administrativa un organismo especializado que se dedicara a impulsar el desarrollo del turismo. Son, fundamentalmente:

A).- "Que la conservación, creación, mejoramiento y aprovechamiento de los recursos turísticos de la nación y el fomento del turismo nacional y extranjero son de interés público".

B).- "Que la observación y estudio de los hechos, factores y promociones relativos al turismo deben de ser realizados permanentemente, constante y progresivamente a través de organismos técnicos especializados y dotados de capacidad de iniciativa y de acción dentro y fuera del país.

C).- Que el turismo había sido declarado un fenómeno de interés público por la Ley Federal de Turismo, pues -- además de la importancia social y económica que para el -- país tiene, se le reconoce como un medio para fomentar las relaciones humanas de los mexicanos entre sí y de éstos -- con los nacionales de otros países. Porque el turismo es un vínculo y no de poca monta, para incrementar la solidaridad internacional, debido a la relación directa que supone entre personal de diversos orígenes, a México le interesa su fomento que redundará en el de la armonía entre hombres y países, base para establecer en nuestro desequilibrado mundo actual, una paz duradera.

Cabe señalar un hecho que sin duda influyó también en la creación del Consejo. En años anteriores a 1961 se ha-

bía observado un fenómeno de decrecimiento en el incremento del turismo extranjero, y tal vez con fundamento en las cifras, se quiso atender a la promoción turística en el extranjero a través de un organismo dotado de agilidad suficiente para actuar con rapidez en un fenómeno tan sensible a los cambios, como resulta ser el turismo.

Por otra parte, es preciso asimismo subrayar que a lo largo de la ya abundante legislación turística, se observa que los organismos oficiales creados para atender al turismo han sido casi siempre dos: el organo centralizado, antes dependiente de la Secretaría de Gobernación, y otro generalmente colegiado, pero integrado por un número reducido de miembros, al que se le otorgaban facultades de estudio y consultivas; dentro de estos últimos aunque con caracteres peculiares habría que situar al actual Consejo Nacional de Turismo.

Las funciones fundamentales del Consejo Nacional de Turismo son:

1.- Promover el turismo nacional y extranjero, por los beneficios que el fenómeno reporta al país y que el Presidente de la República precisó en los considerandos del Decreto.

2.- Estudiar la realidad del turismo general, y de México en particular, con propósitos prácticos. La función del Consejo en este aspecto no es teórica; su labor persigue un fin pragmático; estimular, mejorar y encauzar el desarrollo del turismo en nuestro país.

3.- Ser órgano de consulta y asesoramiento del Ejecutivo Federal. Los estudios llevados a cabo por el Consejo, - su conocimiento real del fenómeno, deben convertirlo en una entidad técnicamente capacitada para asesorar al Presidente

la República en los problemas que el turismo plantea Estado.

El Consejo Nacional de Turismo es una dependencia del Ejecutivo que en materia turística colabora con el Presidente de la República, y bajo su dirección directa lleva a cabo las labores que éste le encomienda, dentro de los marcos de competencia establecidos por el Decreto que lo creó.

El Consejo Nacional de Turismo está integrado por cinco miembros nombrados directa y libremente por el Presidente de la República, y también su presupuesto, que figura en el de Egresos de la Federación, debe de ser aprobado por el Ejecutivo, pero lo maneja el propio Consejo, de acuerdo con las partidas aprobadas.

De los cinco miembros que forman el Consejo Nacional de Turismo, uno tiene el carácter de presidente, otro el de secretario, y los tres restantes son vocales. Actualmente el Consejo se reúne periódicamente para establecer y controlar los programas de trabajo que son ejecutados por sus propias dependencias.

La organización del Consejo Nacional de Turismo es muy sencilla, precisamente porque necesita ser una entidad que actúe agilmente. Consta fundamentalmente de tres dependencias: la Secretaría, la Coordinación General y la Oficina Mayor.

A) La Secretaría del Consejo tiene a su cargo, entre otras funciones:

- 1.- Promover hacia nuestro país la corriente de extrajeros rentistas, es decir, aquéllas personas que sin trabajar en México, fijan en él su residencia, pero dependen los fondos que reciben del exterior.

2.- Atender a las relaciones con otras dependencias oficiales puesto que el trabajo del Consejo, éste tiene una importante labor de coordinación dentro de la labor conjunta - desarrollada por el gobierno de México.

3.- Realizar estudios culturales, educativos, técnicos y económicos ya que, por mandato del decreto que estatuyó al Consejo, éste tiene una importante función en el estudio del fenómeno turístico en su totalidad.

B).- La Coordinación General debe efectuar, entre otras labores a su cargo, las siguientes:

1.- Promover el turismo hacia México en los Estados Unidos y Canadá. El turismo norteamericano ha sido tradicionalmente el que integra la mayor parte de la corriente extranjera que visita México, fenómeno que tiene su razón de ser en la proximidad de los dos países y en el hecho de que sean los Estados Unidos un país de altos niveles de vida, lo que permite a un número elevado de sus habitantes practicar el turismo.

2.- Atender lo relativo a convenciones y otros eventos, puesto que esos sucesos traen consigo un incremento turístico.

3.- Coordinar la labor del Consejo con la del Departamento de Turismo, y atender a las relaciones que se establezcan con los particulares.

4.- Lo relativo a publicidad, labor que es sin duda un instrumento indispensable en toda promoción. En esta tarea el coordinador general debe efectuar su trabajo de acuerdo con el oficial mayor del Consejo, puesto que él tiene encomendado supervisar lo que se lleve a cabo.

C) La Oficialía Mayor cuenta entre sus atribuciones, con las siguientes:

1.- La promoción del turismo en Europa y Oriente. A Méxi

co le interesa atraer hacia su suelo a la corriente ex--
tranjera mundial. Hasta hoy, en un porcentaje, ese turisg
mo es exclusivamente norteamericano. El Consejo ha tratad
do, a través de la promoción, dando a conocer en Europa-
y en Asia los atractivos turísticos de nuestro país.

2.- Las funciones propiamente administrativas de -
carácter interno.

EL INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS.

El Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas,
es un centro de investigación técnica del fenómeno turístic
co. La necesidad de tecnificar el turismo ha sido plantea
da no solamente en el orden nacional, sino que desde hace
tiempo ha venido siendo planteada en los organismos turist
icos internacionales de carácter oficial, fundamentalment
te en los Congresos Interamericanos de Turismo dependient
tes de la O.E.A. y en la U.I.O.O.T., dependiente de la --
O.N.U., quienes dentro de su organización tienen estable-
cidas dependencias dedicadas a promover la tecnificación-
del turismo entre sus miembros.

Fue precisamente en el Octavo Congreso Interamerican
o de Turismo, celebrado en Guadalajara en el año de 1962,
donde cristalizó esta inquietud en una recomendación - -
(XXIV), en la cual se instaba a los países miembros a la-
creación de Institutos de Investigación Tecnológica. Nuest
ro país en acatamiento de dicha recomendación y contando
para ello con el apoyo de las dependencias del Ejecutivo-
interesadas en el ramo (Consejo Nacional de Turismo, De--
partamento de Turismo, Secretaría de Gobernación, Secretar
ía de Hacienda y Crédito Público), y con la colaboración
de las organizaciones del sector privado de carácter na--

cional: Asociación Mexicana de Hoteles, Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, Asociación Mexicana de Restaurantes, Asociación Mexicana de Turismo, etc., se constituyó el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas -- que fue inaugurado el 5 de diciembre de 1962 por el Presidente del Consejo Nacional de Turismo, con la participación de los sectores antes mencionados y de cuya creación se dió cuenta en el V Informe de Gobierno del período presidencial del señor licenciado Adolfo López Mateos, por entonces jefe del Ejecutivo.

Con el objeto de que este organismo de carácter exclusivamente técnico no gravase el presupuesto destinado al fomento de la actividad turística, se pensó constituirlo en forma tal que su funcionamiento, contando con la colaboración del sector privado no resultara prácticamente gravoso. Para tal efecto la Secretaría de Hacienda comisionó a un grupo de técnicos de su propio personal, para que realicen los estudios y actividades permanentes del Instituto, y de otra parte se solicitó la colaboración -- de los diferentes sectores del turismo oficial y privado -- para que prestasen su colaboración personal sin costo alguno para la institución.

Con estos lineamientos se constituyó dicho organismo en la siguiente forma:

Tres órganos laboran a distinto nivel con diversas funciones:

a).- El Cuerpo Directivo: formado por el Subsecretario de Crédito en representación de la Secretaría de Hacienda, el Secretario General del Departamento de Turismo en representación de dicho, un Vocal del Consejo Nacional

de Turismo en representación de dicha entidad y el Director del Instituto. Este Cuerpo Directivo es el encargado de orientar los trabajos del Instituto.

b).- El Cuerpo Consultivo: que funciona bajo el nombre de Comité de Planeación Técnica, el cual está integrado por representantes de las principales organizaciones de la iniciativa privada directamente relacionados con el turismo, y por técnicos del Consejo Nacional de Turismo y del Departamento de Turismo, así como por un grupo de Asesores especializados nombrados por el Instituto. Cuyos miembros, como en el caso del Cuerpo Directivo prestan sus servicios en forma gratuita, la función de este Cuerpo consiste en asesorar al Instituto para el desarrollo de estudios e investigaciones correspondientes; para tal efecto puede funcionar en forma colegiada si los estudios son de carácter general, o bien en forma individual; cada uno de los miembros presta su asesoramiento cuando los trabajos a realizar se refieren a sectores especializados del mismo.

c).- El Cuerpo Técnico: lo integran un Cuerpo de Sociólogos, Economistas, Abogados y Técnicos de Estadística, quienes comisionados por la Secretaría de Hacienda, dentro de su propio personal, realizan los estudios de investigación del fenómeno turístico.

Como las funciones del Instituto son exclusivamente de carácter técnico, en la práctica su función se traduce en coadyuvar con las autoridades y con el sector privado en el desarrollo de tecnificación turística en la cual nuestro país está empeñado. (27)

C).- PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MEXICO.

La industria turística requiere de fórmulas definitivas para su desarrollo, y no de titubeos y débiles intentos, mientras perdemos tiempo y enormes ingresos que nuestro país no se puede dar el lujo de despreñar; ya que -- nuestros competidores no pierden un sólo minuto para aprovechar lo que nosotros no nos hemos decidido a explotar, -- en la magnitud de su mercado.

Ganar el mercado interno y promover el turismo del exterior debe ser una misma acción. Ventajas que tiene el turismo, considerado como exportación invisible, sus posibilidades de desarrollo sobre un plazo mucho menor que el que significa transformarnos en un país exportador de bienes visibles.

Por ejemplo en el caso de la Península de Baja California se citan algunos indicadores económicos y turísticos de la costa occidental de los Estados Unidos y especialmente del Estado de California, que demuestra la estratégica localización de la Península junto a la más importante zona del mayor mercado turístico quizá del mundo. De ahí que se dé mayor tratamiento prioritario al desarrollo turístico de la Península de Baja California, iniciándose de inmediato su planificación integral turística y la construcción de obras complementarias de aeropuertos, puestos turísticos y servicios mínimos a la carretera transpeninsular.

Una característica permanente del turismo internacional es que a mayor prosperidad de un país, mayor es la -- tendencia de sus ciudadanos a viajar tanto en su propio -- país como en el extranjero. En virtud de los ingresos de divisas obtenidos por nuestro país, gracias a la afluencia

turística, nuestro país ha ampliado su capacidad de compra de bienes de capital necesarios para su pujante desarrollo económico.

De ahí que el turismo ha ayudado a resolver un problema con el cual el movimiento de exportaciones visibles no puede competir adecuadamente. Se hace indispensable recurrir a las exportaciones invisibles de las cuales el único renglón de importancia es el turismo.

El alto índice de crecimiento demográfico que afronta nuestro país, hace necesaria la creación de empleos suficientes para absorber la fuerza de trabajo que crea constantemente, se necesita crear seis millones de empleos en los próximos ocho años; en este aspecto, el turismo es también una de las industrias que requieren mayor participación de equipo humano, ya que su principal función es la prestación de servicios.

El plausible esfuerzo que nuestro país está realizando por conquistar o ampliar mercados para nuestras exportaciones, requerirá de un largo plazo en que se permita adquirir conciencia y técnica de exportación, ya que fuera de las materias primas y bienes de consumo intermedio, tenemos que competir con países que por siglos han adquirido experiencia y una mística de calidad para colocar sus productos en los mercados extranjeros. Creemos que el desarrollo de la industria turística, a través de una programación y planificación adecuada, es la forma de complementar el esfuerzo del gobierno, para lograr el ingreso de divisas que México necesita para equilibrar el déficit de su balanza comercial.

Pensamos que las posibilidades de ampliar un comercio exterior vía el turismo son mucho más rápidas que la exportación de bienes tradicionales. El turismo encaja en el molde del comercio exterior, porque es una indus---

tria, cuyo producto es un servicio, o en otras palabras, una mercancía invisible que tiene que ser puesta en el mercado de la misma manera que los productos de otro tipo de comercio, solo que en la industria turística y sus colaterales, si tenemos un producto nuestro, exclusivo con ventajas relativas sobre otros competidores en este campo, y la ventaja también de la vecindad con el país que es el más importante generador del turismo, Estados Unidos de Norteamérica, en donde sus ciudadanos tienen absoluta libertad de viajar y en cambio sus importaciones pueden ser gravadas tal como la medida tomada por el Presidente Nixon con los resultados que todos conocemos.

En algunos países se ha desarrollado tan considerablemente el turismo, que ha llegado a ser la industria que produce más divisas y de ahí su apoyo para el crecimiento o fortalecimiento de las industrias primarias y secundarias. Para citar algunos casos ilustrativos nos referimos a algunos países en forma simple como: Inglaterra, que en pocos años desarrolló una industria turística cuyos ingresos equivalen, en valor de exportaciones, a los siete primeros en la lista de mercancías visibles. Su valor de exportación es de la magnitud del comercio del hierro y el acero. España, Italia, Suiza y otros países europeos y los mismos Estados Unidos junto con Canadá, son ejemplos de lo significativo que puede ser para sus economías el recurso turístico.

El factor de conversión, o sea el valor en importaciones que contiene o requiere la industria turística es bajo. Es cierto que los visitantes extranjeros consumen algunos productos de importación, pero sólo en pequeña parte. El grueso de sus gastos son en bienes y servicios nacionales, y algunos de estos son activos nacionales permanentes, no sujetos a disminución por su uso, esto es: monumentos históricos, museos, lagos, folklore, playas,-

etc.

Al juzgar al turismo desde el aspecto de perpetuar su demanda, observamos que también resulta una exportación magnífica; ya que los visitantes que arriban a un país en cierto año, si se recibe bien y atiende en forma apropiada, desearán volver en los años siguientes, ampliar su permanencia y al mismo tiempo sus buenas impresiones - habrán servido de promoción para atraer a otras personas - con las que convive, y todo gracias a la cortesía, considerada dentro del medio turístico como un placer de deber, es decir una conciencia turística encaminada a ver - en el turista no una forma de explotación, sino todo lo contrario, sino a servirle con caballerosidad, con cortesía, pues no hay mejor propagandista turístico, que el propio visitante.

Debemos notar asimismo la ventaja de las exportaciones invisibles, como el turismo, que se hacen dentro del territorio nacional, el cliente viene a buscarlas y a consumirlas ahorrándonos en esta forma el pago de fletes, seguros y otros servicios que en las exportaciones visibiles se hacen generalmente a compañías extranjeras.

Dentro del panorama turístico de México, hay zonas que están llamadas a ser verdaderos emporios turísticos, como son: la Península de Baja California, Cancún, Zihuatanejo, Puerto Vallarta tienen un preponderante potencial de desarrollo que a mediano plazo pueden constituirse en uno de los principales equilibrantes de nuestra balanza de pagos y colaborar así al desarrollo de nuestra industria primaria y secundaria.

Al haber sufrido el dólar una devaluación y al hacerse más caro para los norteamericanos y los países de la zona del dólar viajar por Europa, México está en condi

ciones de captar de la corriente de viajeros que visitan el Viejo Continente, y a los mismos europeos que al tener una moneda con mayor valor se verán atraídos a viajar a la zona del dolar.

En el ambiente fronterizo se está fomentando la -- idea de la creación de pueblos mexicanos, centros que -- constituyen réplicas a escala de nuestras más atractivas construcciones pre-coloniales, coloniales y del México -- independiente, centros comerciales selectos, salas para exposiciones, museos, jardines para exposiciones de -- folklore nacional, instalaciones para convenciones y -- otros servicios donde el turista pueda tener una clara -- idea de lo que es México, logrando al mismo tiempo una -- mayor estancia, mayor gasto y una promoción para visitar posteriormente otros lugares del país.

En España ha tenido gran éxito lo referente a la -- experiencia de "pueblos", y al mismo tiempo que constitu -- yen empresas redituales, logran dejar en el visitante -- una imagen decorosa de la historia, la cultura y las cos -- tumbres del país, así como una estimulante invitación -- para posteriormente viajar de nuevo al país para visitar los lugares representados en esos pueblos. (28)

Los que atacan a la industria turística, aún ven -- el desarrollo de ésta como un peligro. Sólo basta ver -- la importancia que se le ha dado y el respeto que merece en los países de mayor adelanto cultural y económico, -- para saber que sus temores son infundados. El desarrollo de la industria turística no tiene riesgos mayores que -- el de las industrias tradicionales, las cuales están -- sujetas a bajas de precios en el mercado internacional, -- dum pings, aumentos de impuestos de importación por los -- países adquirentes, etc.

Existe la idea, de limitar los gastos de los mexicanos en el extranjero, pues generalmente se extralimitan en cuanto a sus gastos, pero la realidad es que un impuesto de esta naturaleza podría resultar altamente perjudicial; si aquéllos países que constituyen nuestros principales mercados se sienten lesionados y deciden aplicar medidas restrictivas para sus connacionales que deseen viajar a México. Consideramos, que la manera de impedir que el mexicano gaste demasiado en el exterior es haciéndolo que viaje en México; pero para ello hay que darle facilidades, pues se da el caso que en muchas ocasiones resulta más barato viajar por ejemplo a San Antonio, Texas, que a Acapulco en ciertas épocas del año; además de que la mejor forma de superar el gasto del mexicano en el exterior, es traer más turismo extranjero, y para esto es necesario que se den facilidades como son igualdad de tarifas con los hoteles y con las compañías de aviación, el poder mover el turismo que trae en sus propios transportes, pues ahora resulta que cuentan con más facilidades y mayor protección las agencias que exportan, en vez de las que importan turismo, lo que ha traído que ahora las autoridades se tengan que preocupar y hasta pensar en una medida impositiva, que lo único que acarrearía sería un desequilibrio mas perjudicial.

No hay que olvidar que el turismo es una actividad de ciclos, y que ahora, por fortuna, estamos en la cumbre de un buen ciclo, pero debe preverse el futuro; México actualmente concurre al mercado internacional del turismo sólo en una parte muy baja, en comparación con otros países.

Los diferentes organismos oficiales encargados de promover el turismo han desarrollado una actividad que de

biera ser compartida por la iniciativa privada; por ejemplo en Estados Unidos, existen cerca de tres millones de carros -casa, en donde un promedio de tres personas viajan constantemente por las carreteras americanas y canadienses y algunos por las de México. Esto quedó de manifiesto durante las festividades de inauguración del Primer Campamento para vacacionistas que se construyó en la República Mexicana y que ha quedado abierto al público en Tepic, Nayarit, donde la placa señala que el día 5 de junio de 1971 se iniciaban los servicios por declaratoria que hacía el Lic. Miguel Alemán, Presidente del Consejo Nacional de Turismo. En este trascendental acto se puso de manifiesto que bastaría un diez por ciento de los propietarios de carros-casa, se convencieran de la posibilidad de venir a visitar nuestro país, para que una corriente muy importante de turismo se abriera en nuestro favor, ya que significaría que más de 300,000 trailers se dispersarían en las diversas zonas de atractivos turísticos del país, trayendo como consecuencia un aumento considerable del turismo y por lo tanto de la economía nacional. Claro que debemos también estar preparados, pues se deben de ofrecer verdaderos servicios por ejemplo de estacionamiento, que haya seguridad en el tránsito, que encuentren servicios de estancias en tramos mas o menos accesibles donde puedan instalar sus trailers con sus conexiones de gas, electricidad, desaloje de desperdicios, sistemas de comunicación, lavandería, aprovisionamiento de comestibles, zonas de recreo, etc. y sobre todo una intensa campaña de publicidad a través de todos los medios, revistas, folletos, letreros, películas, televisión, tanto en el extranjero como en nuestro país. (29)

Ya que en honor a la verdad actualmente carecemos-

de los servicios públicos más elementales para hacer - - atractivo el recorrido de nuestro territorio y sus bellezas naturales. En algunos de los casos faltan los servicios de infraestructura necesarios, ya que fuera de tres o cuatro lugares sobretrabajados, muchas veces resulta un martirio dedicarse al "conozca México". Se pueden recorrer centenares de kilómetros, en ocasiones sin que nuestras carreteras ofrezcan siquiera algún sitio decente donde comer sin que esto represente un desembolso exorbitante. Existen lugares bastante largos en las carreteras, donde faltan letreros que indiquen sitios de interés, desviaciones a lugares de interés y servicios que se puedan encontrar.

Generalmente somos dados a echarle la culpa al Estado de todo lo que sucede, pero nos olvidamos de los mismos empresarios de la industria del turismo quejosos, que son una parte considerable del problema ya que ofrecen -- sus servicios en forma bastante cara y en la mayoría de los casos también malos; y solamente en ciertas épocas -- del año, cuando la ocupación es baja, ofrecen sus famosos paquetes turísticos.

Consideramos que es necesaria una campaña a nivel nacional sobre lo que es la conciencia turística, pues -- no podemos cerrar los ojos a este fenómeno turístico, -- que cada día es más importante para nuestra economía; actualmente podemos observar como se empieza a hablar de -- turismo masivo que obliga al hotelero, al restaurantero, al transportista, al agente de viajes, al guía, al comerciante, etc., a prepararse para poder atender, con un -- criterio de oferta masiva a esa demanda de carácter masivo. Estamos viviendo la época del viaje cotidiano en -- grandes grupos, de viajes organizados como incentivo y -

de los congresos y las convenciones que vienen a transformar radicalmente la obsoleta concepción de la hotelería - como simple servicio al turismo familiar y que sin abandonarlo, debe enriquecer sus posibilidades para brindar a los grupos una serie de servicios especializados, altamente profesionales, como son los banquetes masivos a --convencionistas, los equipos secretariales, el personal-adiestrado en traducción, la transportación para grandes grupos y por supuesto sujeta a horarios rígidos, etc.

Para poder resolver este problema consideramos que tanto el gobierno, como el empresario turístico (turistero), deben de tener conciencia que tanto individual como colectivamente son responsables del crecimiento proporcional del mercado turístico, y por lo tanto deben de realizar su trabajo en forma organizada, con el fin de poder competir en el mercado turístico tanto a nivel nacional, como internacional.

N O T A S .

- 20.- Lic. García Mata, Carlos. La Organización Actual. - del Turismo en México. Revista Servicio Núm. 13 P. 5, 6.
- 21.- Publicado en el Heraldo de México, el 28 de marzo- de 1973. P. 3-A.
- 22.- Ing. Gil Fernando. Mercado Potencial de Turismo. Revista Servicio Núm. 33 P. 13.
- 23.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972. P. 39.
- 24.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972. P. 21.
- 25.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972.
- 26.- Lic. García Mata, Carlos. Op. (it. P. 8, 9) Núm. - 13.
- 27.- Lic. García Mata, Carlos. Op. (it. P. 9, 10) Núm.- 14.
- 28.- Lic. García Soto, Ricardo. Turismo, Nuevo Producto en el Mercado Internacional. Revista Servicio Núm. 35, P. 13, 14.
- 29.- Lic. Ruiz Alcántara, Rubén. México a la Conquista- de Nuevas Corrientes Turísticas. Revista Servicio- Núm. 32. P. 17.

N O T A S .

- 20.- Lic. García Mata, Carlos. La Organización Actual - del Turismo en México. Revista Servicio Núm. 13 P. 5, 6.
- 21.- Publicado en el Heraldo de México, el 28 de marzo de 1973. P. 3-A.
- 22.- Ing. Gil Fernando. Mercado Potencial de Turismo. Revista Servicio Núm. 33 P. 13.
- 23.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972. P. 39.
- 24.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972. P. 21.
- 25.- Departamento de Turismo. Memoria de Labores - - - 1971-1972.
- 26.- Lic. García Mata, Carlos. Op. (it. P. 8, 9) Núm. - 13.
- 27.- Lic. García Mata, Carlos. Op. (it. P. 9, 10) Núm.- 14.
- 28.- Lic. García Soto, Ricardo. Turismo, Nuevo Producto en el Mercado Internacional. Revista Servicio Núm. 35, P. 13, 14.
- 29.- Lic. Ruiz Alcántara, Rubén. México a la Conquista de Nuevas Corrientes Turísticas. Revista Servicio- Núm. 32. P. 17.

III.- PLANEACION TURISTICA Y LABORAL

- a).- PLANEACION TURISTICA**
- b).- SU APLICACION EN MEXICO**
- c).- LA CLASE TRABAJADORA Y EL TURISMO**
- d).- PROBLEMAS MOTIVADOS POR LOS TRABAJADORES
EXTRANJEROS EN MEXICO**
- e).- INCORPORACION DEL TRABAJADOR NACIONAL A LA
INDUSTRIA TURISTICA**

III.- PLANEACION TURISTICA Y LABORAL

a). PLANEACION TURISTICA

Cada vez se difunde más la creencia de que el - desarrollo económico es una necesidad para muchos países - que sufren de un nivel bajo de bienestar material. En los países hoy adelantados, el proceso de desarrollo económico se llevó a cabo por un gran número de empresarios individuales. La actuación del gobierno, aunque a veces importante, tenía un ámbito restringido, limitándose a veces a proporcionar facilidades de transporte. Se adoptaban decisiones con base en ideas vagas acerca del progreso general y con frecuencia sin mayor confianza en su éxito. El proceso no seguía un ritmo regular, sino que se interrumpía por trastornos - y crisis.

Hoy se cree que el desarrollo económico puede promoverse por lo que podríamos llamar una "política de desarrollo". Esta política de desarrollo, tendría cuatro objetivos principales:

- a) Crear condiciones generales favorables al - desarrollo;
- b) Familiarizar al gobierno mismo, a la comunidad mercantil y al público en general con las potencialidades y ventajas del desarrollo;
- c) Hacer una serie de inversiones, por lo general de tipo básico;
- d) Tomar medidas destinadas a facilitar y a estimular la actividad y las inversiones privadas.

Podemos decir que b) tendrá la proyección de un - módulo de desarrollo, mientras que c) representa el programa de inversión del gobierno, o el plan, consistente en una serie de proyectos públicos. Para que el módulo pueda materializar, habrá de llevarse a cabo una serie de proyectos priva

dos. La actividad, política en el sentido restringido de la palabra, es un intento de inducir a la acción, por parte del sector privado, de conformidad con el módulo.

No hay que olvidar la necesidad de condiciones generales para el desarrollo, para que pueda haber un desarrollo continuado, una economía debe poseer ciertas características. Por ejemplo debe haber un mínimo de seguridad y estabilidad, una actividad gubernativa, tal como el mantenimiento del orden y la seguridad física de las personas y la propiedad.

Otra tarea que deben de realizar los gobiernos es proveer un mínimo de seguridad social y corregir las desigualdades más extremas en el ingreso, desigualdades que fácilmente conducen a la intranquilidad social y a la falta de espíritu cooperativo en la producción.

Por último, una condición muy importante para el desarrollo es proporcionar enseñanza y educación a todos los niveles. Debe haber una conciencia sobre las ventajas que acarrea el desarrollo económico que se logra en gran parte a través de las estadísticas, la investigación y la información. La orientación básica debe consistir, sobre todo, en proporcionar estadísticas fidedignas en temas tales como el comercio, la producción, los precios, las finanzas públicas, el ingreso y la distribución del ingreso. Además debe prepararse un resumen de la estructura de la economía. La programación puede tener distintas formas, que van desde una hoja que contenga cifras provisionales del ingreso futuro de un país y de sus inversiones, hasta una serie de informes sobre todas las industrias y de los proyectos que se proveen para la década siguiente. Por su naturaleza misma, los programas son situaciones de estimación y deben revisarse periódicamente.

Debe haber ciertas inversiones básicas en un país, para que exista cierta estabilidad y un desarrollo económico. Debe haber un mínimo de alojamientos y de transporte; el abastecimiento de agua potable y de energía debe existir en forma adecuada y vías de comunicación en sus diferentes moda-

lidades.

Cuando se planifica el desarrollo debe utilizarse toda la información disponible y todos los métodos de que se disponga. La estadística información tradicional, es a menudo insuficiente. Uno de los elementos más típicos que la programación puede añadir a la información sobre los hechos puede llamarse congruencia. Las cifras relativas al desarrollo de determinadas industrias pueden tener que obedecer a una serie de condiciones de congruencia. Los recursos totales, tierra, capital, trabajo calificado, que hayan de emplear, en conjunto, no pueden exceder la cantidad disponible de estos recursos. Las cantidades producidas tienen que venderse; para que puedan venderse, sus precios tienen que satisfacer ciertas condiciones; y estos precios dependen de los precios de la tierra, del capital y del trabajo. Se necesitan importaciones; pero hay que pagarlas con exportaciones o por la importación de capital, y así sucesivamente. Las actividades de ciertas industrias tienen que estar relacionadas la una con la otra, puesto que la una usa los productos de la otra, puesto que ambas proporcionan a una tercera.

Los impuestos cobrados por el gobierno, junto con los préstamos y el financiamiento deficitario, deberán cubrir el gasto total planificado. La programación trata de establecer una serie de cifras que satisfagan todas estas condiciones. Ahora si el programa provisional que se tome como punto de partida, no puede satisfacer todos estos requisitos, será preciso revisarlo. (30)

El Ministerio de Información y Turismo de España, elaboró un Plan de Desarrollo, para el estudio de la planificación del sector turístico. Se formó una comisión integrada por representantes de la empresa privada en sus distintas actividades de promoción, de centros turísticos, --

agencias de viajes, hoteles, balnearios, agencias de transportación turística, etc., por representantes de la administración, no sólo en materia de turismo, sino también de -- aquellas otras competencias que tienen una cierta relación con él, por ejemplo, de Bellas Artes, Obras Públicas, Urbanismo, Aviación, etc., se procedió a la formación de comisiones de trabajo que estudiaron los temas propuestos a -- las mismas y propusieron sus resoluciones al pleno de la -- comisión del sector para su aprobación.

Los resultados de la comisión, que realizaron el estudio sectorial monográfico del turismo, se elaboró -- de una manera funcional, con una total apertura a las propuestas y sugerencias de los sectores más representativos -- de la actividad turística española.

Los puntos tratados en el Plan de Desarrollo, pueden ser sintetizados en forma breve en los siguientes -- capítulos:

- a) Situación Inicial
- b) Previsiones de Oferta y Demanda
- c) Problemática de la Infraestructura Turística.
- d) La promoción y la Ordenación Turística
- d) La Programación de las Inversiones y su Financiación.
- f) Política de Desarrollo Turístico, Normas, Directrices y Objetivos.

b) SU APLICACION EN MEXICO

México es un país que se ha visto favorecido como lugar de destino del turismo internacional, obtenien -- do con ello una importante cuantía de divisas. Loables -- son los esfuerzos gubernamentales por promover y encauzar el desarrollo del turismo.

Sin embargo, uno se pregunta, entre otras co -- sas, ¿qué proporción de lo obtenido se canaliza a la inte -- gral investigación del acontecer turístico? y ¿cómo se ca

nalizan, controlan y plantean las estructuras de demanda y oferta de servicios, las infraestructuras turísticas por ejemplo?

Se recomienda con razón, que hay que procurar el conocimiento del mercado turístico tanto nacional como internacional, como uno de los aspectos de la investigación turística, pero son muchas las cuestiones que hay que abarcar, principiando por los estudios que permitan precisar o cuando menos acercarse a conceptos que unifiquen en lo posible la conveniente apreciación de conjunto sobre turismo, continuando con la búsqueda y afinación de metodologías científicas y terminando con la mejor ampliación de las mismas para contarse con sólidos argumentos para la toma de decisiones que serán base de estructuración de la política turística gubernamental, encuadrada siempre dentro de una estrategia global de desarrollo.

No es por muchos conocidos el hecho de que el presupuesto de los Organismos Oficiales encargados de promover, reglamentar, estudiar y planear el desarrollo turístico, resulta insuficiente para cumplir todas las funciones encomendadas, pero lo es más, en consecuencia, la porción de recursos que éstos mismos dedican directamente a la investigación integral del turismo, con logros que en gran parte se diluyen por la parcialidad del esfuerzo y del recurso económico disponible.

El Lic. Don Jesús Rodríguez y Rodríguez (Vocal del Consejo Nacional de Turismo y Presidente de Honor del I M I T) nos dice en una parte del discurso que pronunció ante la Asociación Mexicana de Caminos; expresó que debido a la intensa competencia mundial que estamos contemplando, para que un turista escoja visitar y regresar a nuestro país, es indispensable que se conjuguen y se coordinen en él tiempo y en el espacio, un conjunto de servicios que rebasen el marco de la empresa. En efecto, las necesarias para atraer vacacionistas, no son ofrecidas por

una sola empresa, sino que una serie de personas y establecimientos de distinta naturaleza; por lo tanto, la planificación turística tiene por finalidad ante todo, coordinar las diferentes prestaciones y vigilar que todos los servicios que puedan solicitarse estén preparados; por ejemplo, es inútil una adecuada capacidad de transporte, sino hay la correspondiente capacidad de alojamiento.

El manejo del turismo se ha caracterizado fundamentalmente por un esfuerzo decidido del sector público. Las obras de infraestructura, constituyen la parte fundamental de la planificación turística. Lo que significa, es que para desarrollar, acondicionar y mejorar la potencialidad del país, se requiere crear las facilidades físicas, para que el turista pueda alcanzar y disfrutar los propósitos de su viaje.

Y las condiciones ambientales que estarán representadas fundamentalmente por la disposición de los nacionales, para acoger con simpatía al turista, no interesando una preferencia por X tipo de turista, ya que el trato debe ser igual; y al mismo tiempo contarse con el personal capacitado suficiente.

c) LA CLASE TRABAJADORA Y EL TURISMO

La Industria del Turismo, representa incuestionablemente, un medio por demás eficaz para ayudar a la solución de algunos problemas que actualmente confronta un país en proceso de desarrollo como el nuestro. El turismo está provisto de los elementos indispensables para cumplir debidamente con su función de agente de Relaciones Humanas y de imagen de la tradicional cordialidad y hospitalidad de nuestro pueblo, a fin de que en la medida que esto se logre, el visitante, a la vez consumidor y utilizador de servicios fundamentalmente, obtenga la impresión deseada y consecuentemente permita ingresos a la Industria Turística y a sus servidores para que eleven su nivel de vida.

Es indispensable crear conciencia en todos -

los sectores conectados con la Industria del Turismo, en el sentido de que el ser humano es el elemento más importante y el que más merece de atención y cuidado. Ya que significa instalaciones hoteleras, gastronómicas, servicios urbanos, paisajes, etc., sin el personal idóneo que las emplee y explote, resultarán recursos que en gran parte se desperdiciarán con los resultados económicos y sociales fáciles de suponer.

Es importante dar al trabajador las habilidades y destrezas necesarias y los conocimientos culturales indispensables; que pueda ser la manera de aspirar a una óptima explotación de los recursos de que se dispone.

Generalmente esto se resolvía a través del único medio de alcance, que era la experiencia de un empirismo que llevaba como lastre una larga serie de vicios deficiencias y servilismo; de los buenos elementos que son pocos, lo intentaban compensar con audacia y buena voluntad, más es fácil imaginar que de ninguna manera esto podía resultar.

Actualmente vemos en nuestros días, que se está intentando resolver el problema, creando escuelas, centros de adiestramiento, en los que por medios técnicos docentes, los trabajadores conozcan y practiquen el mejor sistema para el desempeño de sus actividades, con el ahorro de tiempo y esfuerzo.

De ahí que sea importante la labor social del Instituto Mexicano del Seguro Social en este renglón; como también la desempeñada por algunos organismos sindicales y empresas hoteleras, convirtiéndose estos últimos en algunos casos como medios de explotación del trabajador mexicano. En México sabemos que debemos hacer, pero como hacerlo, es una cosa distinta, a la que no quiere encontrársele solución.

Por tener el turismo la positiva característica de alto poder generador de nuevos empleos, resulta indispensable que esas plazas sean ocupadas por mexicanos,

previamente capacitados para el desempeño de sus funciones, en particular en los centros turísticos de nuestra provincia, en donde, por diversas razones se suele registrar una estructura ocupacional reducida y rígida.

Por lo anteriormente dicho, parece conveniente que se emprenda una decidida, integral, coordinada y eficaz acción, tendiente a acelerar nuestro proceso de tecnificación turística.

Actualmente laboran en las distintas ramas que componen la actividad turística de la República Mexicana, alrededor de 216,835 personas, de la siguiente manera:

Los 4765 establecimientos de hospedaje que se encuentran abiertos en el territorio nacional, ocupan 111,706 personas.

4,200 restaurantes que operan actualmente en el país ocupan a 83,520 personas aproximadamente.

Los 890 bares y cantinas tienen alrededor de 4,600 empleados aproximadamente.

El personal que labora en agencias de viaje, se eleva a cerca de 2,400 trabajadores.

Los guías de turistas en servicio suman 1,549 y en los 2,500 comercios especializados que existen en el país, trabajan aproximadamente 12,600 personas.

Asimismo en el transporte se emplean más de 500 personas.

Así que solamente las ramas de la actividad que prestan un servicio directo al turismo, ocupan 216,835 personas aproximadamente, que en razón fundamentalmente de la rapidez con que se han incorporado a dicha actividad, se enfrentan a un problema de capacitación considerablemente agudo, ya que el 85% de este universo, no ha recibido ninguna instrucción relacionada con su trabajo.

Por otra parte, los egresados de alguna institución de enseñanza turística nacional o extranjera, --

que ocupan alguno de los 216,835 empleos, representa el 12%; y el personal que se ha preparado empíricamente en cursos de adiestramiento en el trabajo, compone apenas el 3%.

Entre las personas de los niveles superiores se registra, con mayor frecuencia el hecho de una capacitación previa en escuelas del extranjero (Lausana y Cornell por ejemplo), en centros de adiestramientos de cadenas hoteleras internacionales y poco aún, la proporción de autodidactas es superior al 50%.

Ello hasta cierto punto explica la presencia de personal extranjero, en los cuadros directivos de las empresas de mayor significación.

Por lo que mira a los niveles primarios, la preparación de autodidactas es mayor, ya que los muestreos realizados arrojan un 92% en los servicios de alta categoría, y aproximadamente el 95% carece de certificado de secundaria. Ello trae como consecuencia una situación peculiar, en lo que a sueldos se refiere, entre las capas más elementales, que reciben en la mayoría de los casos salario mínimo y, además, la casi nula movilidad en los escalafones, ya que ese personal no siempre cuenta con la posibilidad de un desarrollo de su capacidad.

La vigente necesidad de tecnificar el manejo y operación de los servicios, demanda una atención prioritaria para elevar la capacidad productiva e impulsar el desarrollo de facultades de personal mexicano que actualmente labora en los niveles primarios y ocupa también los cuadros medios.

La Industria de Servicios Turísticos, se encuentra en un período de franca expansión, propiciada por el incremento sostenido de corrientes turísticas extranjeras y nacionales y por la apertura de nuevos centros turísticos en la República.

Los siguientes datos sobre hotelería, pueden

ilustrar el criterio en la creciente magnitud de la demanda de personal capacitado:

En 1960 el total de habitaciones fue de 89,989, para 1970 fue de 132,701, es decir, se registró un aumento bruto de 42,712 habitaciones, que en la década generaron cerca de 50 mil nuevos empleos.

Este ejemplo es indicador del volumen de la demanda de mano nueva o sea de mano de obra especializada-requerida por la expansión hotelera; en la década 60-70, que en la práctica determinó la aparición del llamado "pirateo de personal", ya que las nuevas empresas ante la escasez de oferta de mano de obra especializada o capacitada, optaron por contratar personal de las empresas ya existentes, con los consecuentes desajustes para la hotelería ya existente.

Por todo ello, no parece aventurado el afirmar que el renglón de capacitación turística para el personal que actualmente labora y el que ha de cubrir las plazas generadas por la expansión de servicios, debe ser uno de los renglones a los que debe concedérsele atención preferente.

Para superar esta notoria deficiencia en la organización turística de México, las autoridades turísticas, el Departamento de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo, intentaron en reiteradas ocasiones, durante la década (60-70) propiciar programas de capacitación turística, los cuales a pesar de los esfuerzos invertidos, han alcanzado sólo resultados modestos, en forma alguna adecuados a la envergadura y dimensión del problema.

a).- Para capacitación de niveles primarios, se cuenta con sólo tres centros de capacitación, en Yucatán, Mérida uno; en el Distrito Federal otro y, por último, uno en Acapulco, que fue el primero en ser establecido; fue creado por el I.M.S.S. a instancia de las autoridades turísticas y del puerto.

b).- Para la capacitación de guías, se creó una escuela, que en un principio contó con el auxilio -- del Instituto Nacional de Antropología, y que posteriormente, debido a problemas en su organización interna, ha llevado una modesta existencia insegura en su continui-- dad y permanencia.

c).- Para los niveles medios, sin duda algu na la más sólida realización, lo constituye la Escuela - Mexicana de Turismo, la cual fue reestructurada totalmen te con base a un estudio previo realizado por el I.M.I.T. aunque dirigida por un patronato, ha contado con el auxi-- lio técnico y económico gubernamental, lográndose en esa forma su éxito.

d).- Por lo que se refiere al capítulo de -- desarrollo de ejecutivos, el I.M.I.T. viene desde 1962, - cumpliendo con esta función, así como la de promover la - tecnificación turística en forma permanente, aunque limi-- tada por carencia de medios para el desempeño de sus fun-- ciones. (31)

d).- PROBLEMAS MOTIVADOS POR LOS TRABAJADO-- RES EXTRANJEROS EN MEXICO.

Estamos concientes que en México se está tra bajando por la integración de una política turística a ni vel nacional; pues tanto el Consejo Nacional de Turismo - como el Departamento de Turismo, trabajan en forma coordi nada; desafortunadamente sus actividades se ven limitadas en ciertos aspectos, porque sus presupuestos no son lo su ficientes.

Aunado a este problema, encontramos la inver sión extranjera. Es indudable que son deseables las in versiones extranjeras, pero sobre una base justa de res peto y no como vehículo de explotación y de dominio. Y ¿qué podemos decir del clásico turista extranjero?; sim plemente que se trata de uno de nuestros vecinos, que --

por regla general viene a hoteles administrados por empresas de su patria, como en restaurantes de las mismas cadenas, viaja en aviones de sus compañías y contrata ese viaje en las agencias de estas mismas compañías.

Podemos decir sin temor a equivocarnos, que el capital extranjero llegó ya a hoteles, restaurantes, centros nocturnos, servicios de carros rentados, agencias de viajes y otros servicios turísticos. En México existen compañías que han entrado de lleno al negocio del turismo.

Western International Hotels, es filial de la Western Airlines, de Estados Unidos, maneja 20 grandes hoteles en el país, en 14 ciudades, con 2785 cuartos, entre ellos están los Hoteles Camino Real, Trans World Airlines (T.W.A.) es una empresa aérea estadounidense que controla la Cadena Hilton (esta compañía ha tenido problemas con los dueños de los inmuebles, incluso con los mismos trabajadores). Intercontinental Hotels de la Pan American World Airlines, controla el Hotel Reforma. La Cadena Sheraton, es filial de la International Telephone and Telegraph (ITT) maneja el María Isabel de la Ciudad de México. La empresa norteamericana Marriot, posee el Hotel Paraiso Marriot de Acapulco, uno de los establecimientos más lujosos del mundo. Braniff International y American Airlines controlan el Hotel Plaza Internacional, el Presidente y el Condesa de Acapulco, respectivamente. Y así más de 28 de los más importantes del país están controlados por intereses estadounidenses.

Estas compañías extranjeras obtienen grandes beneficios sin gastar en construir. Por ejemplo el Camino Real y el Hotel Alameda son propiedad del Banco Nacional de México, arrendados a Western International. Lo ideal sería que los capitales extranjeros construyan hoteles en este caso, porque de esa forma desde el inicio de los trabajos hay derrama económica en el lugar donde se haga la obra.

Podemos decir que el hotelero mexicano, desconoce el medio turístico en la mayoría de los casos, al permitir que una cadena hotelera extranjera maneje su establecimiento, ya que éste no es el único camino para obtener ganancias. La solución a esto posiblemente esté en lo que dice el Delegado de Turismo en Acapulco Fernando Díaz, como es el caso de conseguir una franquicia, con lo que el hotel mexicano pueda anunciarse en la folletería que distribuyen mundialmente las grandes cadenas hoteleras o bien otra solución sería la formación de Uniones de Crédito Hotelero.

Hasta ahora posiblemente la única solución que se ha tomado sea el dar por terminados esos contratos de arrendamiento al vencimiento de los mismos y al no permitir su renovación, como en los casos del Acapulco Hilton, por la Compañía, Constructora la Joya de Acapulco, S. A. y el Continental Hilton de la Ciudad de México por Construcciones Internacionales, S. A.

Actualmente dichos hoteles son administrados parcialmente por la Canadian Pacific de Canadá (32).

Como se nota por lo anteriormente dicho, la llegada de dichas compañías extranjeras en el turismo ha tenido como consecuencia la formación de un mal necesario; necesario porque desafortunadamente la Industria del Turismo, necesitaba de gente preparada, con capacidad y conocimientos dentro del medio turístico, y mal porque desafortunadamente se ha venido formando un grupo cerrado de estas gentes, monopolizando en la mayoría de los casos, puestos a los que no tiene derecho por ley, como lo señala atinadamente el artículo 70. de la Ley Federal del Trabajo que dice:

Artículo 70.- En toda empresa o establecimiento, el patrón deberá emplear un noventa por ciento de trabajadores mexicanos, por lo menos. En las categorías de técnicos y profesionales, los trabajadores deberán ser mexicanos, salvo que no los haya en una especialidad determinada, en cuyo caso el patrón podrá emplear temporalmente a trabajadores extranjeros, en una proporción que no exceda del diez por ciento de los de la especialidad. El patrón -

y los trabajadores extranjeros tendrán la obligación solidaria de capacitar a trabajadores mexicanos en la especialidad de que se trate. Los médicos al servicio de la empresa deberán ser mexicanos.

No es aplicable lo dispuesto en este artículo a los directores, administradores y gerentes generales.

Esto ha traído en algunos establecimientos dedicados a la actividad turística, una verdadera discriminación, con respecto al trabajador mexicano. Algunos que -- han sobresalido, por lo general han tenido que realizar -- estudios en el extranjero. Pero como decimos sólo algunos cuantos, porque en su mayoría continúan sin oportunidad -- alguna.

Estos trabajadores extranjeros, que por lo general son alemanes, italianos, franceses y americanos, la mayoría no habla bien español, de ahí que se tienen que hacer entender por medio del idioma inglés y alguna que otra palabra en español; lo primero que aprenden en nuestro -- idioma, es a decir palabras que ofenden al trabajador mexicano, creyendo que así pueden darse a respetar, cuando lo único que fomentan es un odio hacia ellos, porque no -- sólo ofenden al mexicano como trabajador, sino que por el contrario lo ofenden al expresarse de su forma de ser, -- considerándolo como una persona solamente dedicada a ser dirigida y con muy pocas oportunidades de tener don de -- mando.

Estos extranjeros pocos han pasado por una -- escuela de turismo, gastronómica o relacionada con el turismo, pocos en realidad puede decirse que conocen su ramo. Cuando uno deja su trabajo, lo más normal sería que lo ocupara el trabajador que le sigue en importancia (generalmente es un mexicano), pero lo ocupa un extranjero -- aunque muchas veces sus conocimientos sean muy escasos -- o casi nulos, trayendo como consecuencia la aspiración -- frustrada del trabajador mexicano en muchas ocasiones.

Además de que esto se refleja en los trabajadores mexicanos en su trato con el turista ya sea nacional o internacional. Cuantas veces uno, se toma unas cortas vacaciones y habiendo hecho la reservación de su habitación en un hotel, se encuentra conque el administrador con palabras poco corteses en algunos casos, le indica que no tiene habitación, porque no les fue confirmada por la agencia de viajes, con la que uno contrató dicho viaje; cuantas veces al entrar a un restaurante, le indican no muy corteses los meseros que la propina no está incluida en el servicio y algunos llegan al extremo de decir que no trabajan por el sueldo, sino por la propina; y todo esto es reflejo precisamente de la forma de ser de estos trabajadores extranjeros, que por su forma de ser, por los sueldos que perciben, por la forma de tratar al mexicano, trae como consecuencia un mal reflejo de la conducta del trabajador mexicano ante el turismo que nos visita.

Estimamos conveniente aclarar nuestra posición, no estamos en contra de los extranjeros en forma absoluta que trabajan dentro del turismo en sus diferentes facetas; ya que los hay bastante buenos y muy calificados por su experiencia dentro de dicha actividad; ni tampoco es nuestra intención, hacer creer que todo el turismo en México está controlado por la inversión extranjera; pero sí estamos en contra de aquéllos, que lejos de respetar el país que les brinda su hospitalidad, lo traicionan, al menospreciar al trabajador mexicano, al cerrarle las puertas dentro de su patria para que progrese, y se eleve a la categoría que socialmente le corresponde dentro del medio en que se desenvuelve.

e) INCORPORACION DEL TRABAJADOR NACIONAL A LA INDUSTRIA TURISTICA.

Es necesario cuidar el desarrollo turístico en todos sus niveles, a fin de garantizar el saneamiento de nuestro progreso. Desafortunadamente, no ocurre lo mismo en cuanto a la capacitación de personal dentro del medio turístico, agudizándose este problema sobre todo en

sus niveles más bajos.

Existe una falla grave, que necesita de la atención de los organismos oficiales de turismo y de la iniciativa privada para resolverlo, ya que hasta el momento, la solución que se le ha dado, no ha sido todo lo deseable que se quisiera, es decir, son contados los lugares en México donde verdaderamente se hace turismo y no explotación del turista.

El prestador de servicios turísticos o turístico, se forma de la manera siguiente:

1.- Las compañías hoteleras por ejemplo, antes de abrir un hotel al servicio turístico; preparaban personal en todos sus niveles y los gastos que ocasionaba dicho entrenamiento era bastante elevado.

Personal de Alta Dirección.- Este tipo de trabajador es generalmente extranjero, su cargo es más por la relación, que por la experiencia que puedan aportar, aunque hay sus excepciones, pero son contados; dentro de este grupo podemos encontrar por ejemplo al tesoro de la compañía, al presidente, al jefe de personal, de contabilidad, etc. de la misma.

Personal para Dirección Ejecutiva.- Este es uno de los grupos donde apenas se nota la presencia de trabajadores mexicanos; como por ejemplo el jefe de mantenimiento, el contralor, el jefe de personal, de compras de un hotel. Su formación en la mayoría de los casos se integra por la experiencia que han tenido, en los diferentes medios turísticos en que han trabajado; otros se han formado por ejemplo en la Escuela Mexicana de Turismo, pero son escasos. Trabajan en el medio turístico, pero en niveles un poco más bajos.

Personal Técnico Medio.- En este aspecto todos son mexicanos en su mayoría, son raros los extranjeros que ocupan un puesto de estos; aquí encontramos jefe de seguridad, de cafetería, de cajeros, secretarias, etc.

Personal Uniformado.- En éste grupo encontramos, cocineros, pasteleros, meseros, maleteros, cantineros, lavaplatos, camaristas, mozos, etc. Generalmente éste tipo de trabajador, es el que está más directamente en contacto con el turista; su formación no está debidamente planificada, obedece más bien a la improvisación.

Actualmente su formación se integra de la siguiente manera:

1.- Los sindicatos.- Preparan lo que dentro del medio turístico, se conoce como "cuadros básicos"; dicha preparación es deficiente, en cuanto que no cuentan con los lugares idóneos, para la práctica de sus agremiados, incluso se nota la falta de personal preparado con conciencia turística, además del material necesario para sus prácticas. Se nota muy poco interés por parte de los sindicatos, en cuanto al mejoramiento de sus agremiados.

2.- Hoteles y Restaurantes.- Cuando se abre por primera vez un establecimiento al servicio del turismo pueden suceder dos cosas: la primera, que teniendo interés la compañía en tener personal preparado, lo capacite ella misma; o bien esperar pacientemente a que los sindicatos ofrezcan sus trabajadores.

3.- El Instituto Mexicano del Seguro Social.- Se ha notado actualmente, la preocupación del Gobierno, en cuanto a la preparación de personal llamado de uniforme; ojalá y en un futuro no muy lejano, se interesen otros organismos oficiales y privados, por cuanto al factor trabajador.

La hotelería, como muchas otras áreas de la industria turística, reciente cada vez más la escasez de personal especializado. En algunos lugares ha significado un factor limitante para la expansión de la industria del turismo.

El problema se está resolviendo a través de Centros de -- Adiestramiento para la Industria Hotelera (C.A.P.I.H.), dependientes del I.K.S.S.:

- Sus finalidades:

a).- Ejecutar programas de capacidad y adiestramiento, - acordados con los recursos humanos de la región.

b).- Establecer una coordinación con organismos labora-- les y empresariales dentro de la hotelería.

c).- Organización:

1).- Adiestramiento.- La función básica de un C.A.P.I.H. es la de adiestrar técnicamente en el área específica de la - hotelería, al mismo tiempo que cumple sus propósitos de forma ción integral del individuo; lo que se realiza en la forma -- siguiente:

En el primer nivel, está lo que se conoce como proceso - de formación; y en el segundo nivel están los trabajadores en proceso de capacitación o perfeccionamiento.

Los primeros representan, la sangre nueva que se inyecta a la industria, con los conocimientos, personalidad y aptitu-- des necesarias para un satisfactorio desempeño de sus tareas- y responsabilidades requeridas.

Los segundos, podemos decir que son el pie veterano, son los que con denodados esfuerzo y entusiasmo suplen la falta - de conocimientos técnicos, son aquéllos que hacen del empiris mo un reto, ellos obtienen de los cursos, los medios para re visar lo que diariamente hacen como resultado de la experien- cia pura permitiéndoseles corregir faltas o errores, remodelar actitudes y conducta, renovar intereses y aumentar el caudal- de conocimientos, elevando el nivel técnico de su especiali-- dad.

2.- Programas:

El adiestramiento en el C.A.P.I.H., se realiza llevando- a la práctica programas que contemplan básicamente dos gran-- des áreas de conocimientos que son: Hotelería y Gastronomía,- las que a su vez para los efectos de formación de especialida des se subdividen en siete cursos a saber:

Recepcionista-cajero con duración de 12 semanas
Operadora telefonista con duración de 12 semanas.
Personal uniformado con duración de 12 semanas.
Camarista.....con duración de 12 semanas.
Ayudante de bar....con duración de 12 semanas.
Ayudante de comedor con duración de 16 semanas.
Ayudante de cocina con duración de 24 semanas.

Las materias que se imparten son: técnica de la especialidad, español (ortografía y caligrafía), inglés básico, civismo y relaciones humanas y geografía turística.

3.- Inscripción.

En general se solicita sólo la primaria; y la secundaria sólo para cajero-recepcionista y operadora telefonista.

Existen varios C.A.P.I.H.; El de Acapulco, opera casi en su totalidad a cargo del I.M.S.S. y la Asociación Hotelera -- Mexicana de Acapulco (A.H.M.A.), aporta el material de práctica, uniformes de trabajo y parte del equipo y mobiliario (empresarial). El de Mérida, Yucatán, está subvencionado por el Gobierno Estatal y la Iniciativa Privada. Y el del Distrito Federal, operado por el I.M.S.S. (34)

Como se nota, solamente una dependencia del Gobierno ha tenido marcado interés en el problema de la capacitación del trabajador turístico o prestador de servicios turísticos. Es muy significativa su labor, pero necesita del concurso de -- otros organismos oficiales y privados de turismo.

Para fortuna de ellos, sobre todo en Acapulco y el Distrito Federal de 1965 a 1972, se han inaugurado varios hoteles de gran capacidad turística; como el Camino Real, el Fiesta Palace y el Aristos en el Distrito Federal y el Plaza Internacional por ejemplo en Acapulco.

Esto ha traído un enrarecimiento dentro del medio turístico no solamente de ellos (personal uniformado), sino incluso de lo que se conoce también como personal de dirección eje

rá el trabajador, como una actitud humana, de ayudar a aquél que llenando el requisito de la edad, se acerca y voluntariamente solicita su liquidación.

Recordemos que el Derecho del trabajo, es un Derecho -- Proteccionista de la clase social económicamente débil; y -- que así como el artículo 41 de la Nueva Ley Federal del trabajo, protege en su continuidad de existencia la fuente de trabajo, también debe de ofrecérsele al trabajador cansado, la posibilidad de elegir libremente.

N O T A S

- 30.- J. Tinbergen. La Planeación del Desarrollo. Fondo de Cultura Económica. 1973. P. 7, 8 y sigs.
- 31.- Notas tomadas del informe redactado por el Sr. Presidente de la República Lic. Luis Echeverría Álvarez. Por el I.M.I.T.
- 32.- Publicado en el Periódico Excelsior del 4 de mayo de 1973. P. 12-A
- 33.- Conferencia sustentada el día viernes 24 de agosto de 1973, en el Auditorio del Banco Nacional de México, por el Lic. Guido Espada Medina, Director del Centro de Capacitación para la Industria Hotelera del Instituto Mexicano del Seguro Social.

V.- CONCLUSIONES.

CONCLUSIONES

1.- La palabra turismo, viene del francés tour, derivada del latín tornus, que significa, vuelta, movimiento circular. Tourism, significa práctica de viaje. Tourist, el que realiza el viaje, o calificativo aplicable a todo lo relativo a los viajes.

2.- Turismo.- Desde el punto de vista jurídico, es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo, para emprender, o al realizar un viaje y obtener su estancia en lugar distinto al de su radicación.

3.- El turismo es un fenómeno jurídico individual, en ocasiones de aspecto masivo, depende de manera primordial de la libertad de tránsito; tiene su base en el supuesto de necesidades, deseos y en la capacidad de pago de servicios y objetos que haga el turista.

4.- El turismo en México, puede resultar útil o perjudicial. No se puede dejar al azar la coordinación del turismo de indiscutible importancia para el progreso del país, ni tampoco al libre juego de intereses particulares.

5.- Los países altamente desarrollados en materia turística como son España, Estados Unidos e Italia, concurren al mercado internacional del turismo, con la casi totalidad de sus centros que pueden ofrecer. México, en cambio conserva un alto grado de potencialidad de desarrollo en su oferta turística; de ahí que México debe diversificar su oferta, que hoy por hoy es limitada.

6.- Actualmente en México, existen de acuerdo con las necesidades planteadas por el turismo, diversos organismos encaminados a encauzar, vigilar, promover y atender su desarrollo. Cada día más se institucionaliza el fenómeno turístico, es decir alrededor del hecho socio-económico, surge una organización; para entender el turis

mo de hoy es preciso estudiar las instituciones que han --
aparecido y la organización resultante.

7.- Una característica permanente del turismo in--
ternacional es que a mayor prosperidad de un país, mayor--
es la tendencia de sus ciudadanos a viajar tanto en su --
propio país, como en el extranjero.

8.- Creemos que el desarrollo de la Industria Tu--
rística, a través de una programación y planificación ade--
cuada, es la forma de complementar el esfuerzo del Gobier--
no, para lograr el ingreso de divisas que México necesita
para sanear su balanza comercial.

9.- El problema de la capacitación turística, se--
resuelve actualmente en forma parcial y sin una coordina--
ción central, lo que origina cierta anarquía y dispersión
de esfuerzos.

10.- La carencia de personal docente, de instala--
ciones adecuadas y de orientación técnica permanente, son
los principales y agudos problemas que afrontan los cen--
tros turísticos.

11.- Se requiere por ello la intervención del Go--
bierno Federal para:

a) Evitar la anarquía en la enseñanza turística,--
que hoy por hoy, empieza a aparecer por dispersión.

b) Coordinar y promover la tecnificación turísti--
ca.

12.- Es necesaria que siga la colaboración de la
iniciativa privada, sobre todo, permitiendo que su per--
sonal especializado, imparta clases en los centros de en--
señanza; pero es necesaria la intervención del Gobierno--
Federal, ya que es el único que está en capacidad de rea--
lizarlo.

13.- Por lo tanto, es importante dar al trabaja--
dor, las habilidades, destrezas necesarias y los conoci--
mientos culturales indispensables, para que se pueda as--
pirar a una óptima explotación de los recursos de que se

dispone.

14.- El incremento del turismo en México, ha traído aparejada también la llegada de compañías hoteleras extranjeras; más que para bien para mal; se ha formado un grupo-- de trabajadores extranjeros, que ocupan puestos a los que - no tienen derecho por Ley (Art. 7o. de la Ley Federal del - Trabajo) marginando al trabajador mexicano.

15.- Muchos de estos extranjeros, nunca han pasado-- por una escuela de turismo; son pocos en realidad, los que-- conocen el ramo turístico. Suplen su ignorancia, con el --- mal trato al trabajador mexicano.

16.- Por lo anterior, es importante para el traba-- jador mexicano, el buen trato, ya que un trabajador bien - tratado, rinde más.

17.- El prestador de servicios turísticos, es un - trabajador que labora normalmente, más de las ocho horas - que la Ley señala (art. 123 Apartado A, Fracción I). De -- ahí que algunos a la edad de 50 años estén prácticamente - cansados; y por lo tanto no se consideren capaces para ha-- cer méritos, con el nuevo patrón o empresa nueva.

18.- Siendo la costumbre una fuente del Derecho -- del Trabajo, cabría señalar la importancia que tendría una adición al Art. 41 de la Ley Federal del Trabajo, en que - se señale la formación de una comisión mixta, obrero-patro-- nal, con objeto de estudiar los casos de los trabajadores-- cansados, agotados laboralmente, con una edad mínima de 50 años, que soliciten voluntariamente su liquidación, porque así convenga a sus intereses.

19.- El hotelero mexicano, desconoce el medio tu-- rístico como negocio en la mayoría de los casos, al permiti-- r que una cadena hotelera extranjera maneje su estableci-- miento, ya que éste no es el único medio de obtener ganan-- cias.

20.- La única solución que se ha adoptado en forma planeada para resolver este problema, ha sido la que ha em-- prendido el Instituto Mexicano del Seguro Social a través-- de los Centros de Adiestramiento para la Industria Hotele--

ra, pero es insuficiente el esfuerzo, ya que se necesita -
el concurso de otros organismos tanto oficiales como pri--
vados.

OBRAS CONSULTADAS

- I.- ALBERTO TRUEBA URBINA Y JORGE TRUEBA BARRERA: NUEVA LEY FEDERAL DEL TRABAJO REFORMADA.
- II.- RAFAEL GONZALEZ A. ALPUCHE: TEMATICA Y LEGISLACION TURISTICAS I.
- III.- JORGE OLIVERA TORO: LEGISLACION Y ORGANIZACION TURISTICA MEXICANA.
- IV.- DEPARTAMENTO DE TURISMO: MEMORIA DE LABORES 1971-1972.
- V.- J. TINBERGEN: LA PLANEACION DEL DESARROLLO.
- VI.- RAFAEL GONZALEZ A. ALPUCHE: EN TORNO AL DERECHO TURISTICO Y SUS INSTITUCIONES FUNDAMENTALES.
- VII.- CONSEJO NACIONAL DE TURISMO: MEMORIA DEL VII SEMINARIO CULTURAL DE PUBLICIDAD TURISTICA.
- VIII.- EDITORIAL PORRUA: CONSTITUCION POLITICA.
- IX.- JOSE DAVALOS MORALES: APUNTES DERECHO DEL TRABAJO II.
- X.- PERIODICO EXCELSIOR DEL 4 DE MAYO DE 1973.
- XI.- PERIODICO HERALDO DE MEXICO DEL 28 DE MARZO DE 1973.
- XII.- CONFERENCIA SUSTENTADA EL 24 DE AGOSTO DE 1973, POR EL LIC. GUIDO ESPADA MEDINA, "LA CAPACITACION DEL PERSONAL BASICO DE LA INDUSTRIA TURISTICA", AUDITORIO DEL BANCO NACIONAL DE MEXICO.
- XIII.- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA.
- XIV.- REVISTA "SERVICIO" EDITADA POR EL INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS, NUMEROS: 6, 13, 14, 16, 30, 32, 33 y 35.
- XV.- LOZADA RODOLFO J. EL TURISMO LAZO ESPIRITUAL Y FUENTE DE PROGRESO. EDITORIAL PIRAMIDE. 1941, P. 10