

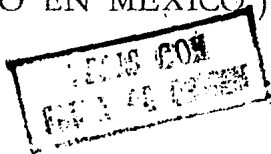
735
2ej



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE DERECHO

TURISMO DERECHO E INFORMACION
(ANÁLISIS SOCIO-JURÍDICO,
ECONÓMICO E INFORMATIVO DEL
TURISMO EN MÉXICO.)



T E S I S

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A:

RODRIGO ROMERO OLIVARES

Director de Tesis: Lic. Eduardo Luis Feher T.



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

I N D I C E

CAPITULO I

ANTECEDENTES JURIDICO ECONOMICOS DEL TURISMO EN MEXICO

1.1 TURISMO PREHISPANICO	1
1.2 TURISMO EN LA NUEVA ESPAÑA	7
1.3 TURISMO DE 1821 a 1920	24
1.4 TURISMO DE 1920 a 1940	38
1.5 TURISMO DE 1940 a 1958	44
1.6 TURISMO DE 1958 A NUESTROS DIAS	49
1.7 CONSIDERACIONES GENERALES	57

CAPITULO 2

EL MEXICANO Y EL TURISMO

2.1 LA CAPACITACION E INFORMACION DEL TURISMO EN MEXICO	62
2.2 LA PROMOCION Y CONCIENCIA TURISTICA	70
2.3 LA INFORMACION DEL TURISMO EN MEXICO	86
2.4 CUADRO COMPARATIVO DE LAS ESCUELAS MEXICANAS DE TURISMO	91
2.5 CONSIDERACIONES GENERALES	110

CAPITULO 3

BASES CONSTITUCIONALES DEL TURISMO Y LEYES RELACIONADAS PETROLEO Y TURISMO

3.1 ARTICULOS 11, 73, XVI, XXIX	113
3.2 LEY FEDERAL DE TURISMO	117
3.3 LEY GENERAL DE POBLACION	150
3.4 LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL	154

3.5	LEY ADUANERA	159
3.6	LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION	164
3.7	LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	172
3.8	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO Y SU RELACION EN EL CAMPO TURISTICO	176
3.9	INDICE COMPARATIVO DE INGRESOS ENTRE EL TURISMO Y EL PETROLEO	180

CAPITULO 4
TURISMO Y DERECHO COMPARADO

4.1	ITALIA	196
4.2	FRANCIA	205
4.3	ESPAÑA	221
4.4.	ESTADOS UNIDOS	233
4.5	CONSIDERACIONES GENERALES	243

CONCLUSIONES	249
--------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	253
--------------------	-----

CAPITULO I

ANTECEDENTES JURIDICO ECONOMICOS DEL TURISMO EN MEXICO

1.1 TURISMO PREHISPANICO

México al igual que el resto del mundo, no puede sustraerse al fenómeno social llamado turismo; con el propósito de ir desarrollando y enlazando nuestro estudio nos remontaremos en el tiempo y en el espacio histórico, del turismo.

Si bien es cierto que en la época prehispánica no existía la actividad turística como hoy en día la conocemos, en ella se encuentran las raíces de nuestro turismo actual.

El maestro Héctor Manuel Romero, dice al respecto "para Moctezuma suponía la necesidad cíclica de restaurar sus vigores agobiados y concederle vacaciones a las glándulas exhaustas y sobretrabajadas. Y era entonces - prescripción médica - cuando la real fatiga le hacía emprender el viaje a Oaxtepec, allí Moctezuma inauguraba en México una actividad que, actualmente, conocemos con el nombre de turismo, y que supone un desplazamiento humano temporal y voluntario sin objetivo de lucro... El mexica, desde siempre reveló interesante vocación viajera. Para llegar al islote breve en donde halló la nopalera y el águila

en tranco banquete de víbora y fundó Tenochtitlán, el mexica hubo de peregrinar a través de los dilatados canales de comercio". (1)

Alfredo Mireles Vázquez nos dice: "En la cultura Náhuatl se habla de tres tipos de viajeros; los pochtecas que eran mercaderes que salían de Tlatelolco hacia varios puntos del imperio, eran reconocidos porque viajaban apoyados en una vara que era su sostén en los largos viajes; los tamemes que eran cargadores; y los paynáni o correos, que eran mensajeros que se desplazaban a través de atajos y senderos de difícil acceso, usaban insignias diferentes según las noticias o mensajes que llevaran". (2)

Sabemos que el turismo y las vías de comunicación mantienen una estrecha relación; al respecto nos dice el maestro Hector Manuel Romero "Moctezuma dispone de caminos eficaces para las necesidades del imperio; caminos que incitan al intercambio y al viaje en esa noble prehistoria del turismo. El Código Legal Mexica aludía a la construcción y conservación de los caminos cuyos trabajos, en su mayoría, eran efectuados por prisioneros y esclavos. Por su parte, los propios ciudadanos estaban obligados a trabajar en ellos durante algunos días del año... con aguda intuición, los mexicas proyectaron y localizaron sus caminos según sus necesidades y los accidentes topográficos. Los construyeron con terrazas, utilizando sólidas bases de piedra...

-
- (1) Héctor Manuel Romero, Crónica Mexicana del Turismo I: Un recorrido por sus circuitos prehispánicos, p. 20.
- (2) Alfredo Mireles Vázquez, Revista de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C. P. 21.

La anchura de estas vías alcanzaba hasta ocho metros para facilitar el tránsito de viajeros y nos dice que por ahí transitaban "topiles" y "tamemes" conductores que sobre sus espaldas cargaban los "petlacalli" (de donde se deriva la turístisima "petaca" de los viajeros), de cañas tejidas en que se transportaban víveres". (3)

Para enriquecer nuestro trabajo el maestro Héctor Manuel Romero sigue diciendo "para cruzar canales y ríos, los indígenas contruyeron puentes levadizos o permanentes. Cuando era mayor la anchura de los ríos, empleaban balsas y canoas. A su vera y a determinadas distancias, estas vías de comunicación terrestre disponían de áreas para descanso y casas espaciosas para albergue nocturno de los caminantes. Las hospederías eran gratuitas y estaban dotadas de depósitos de agua dulce, leña y maíz. Es necesario saber las vías de acceso de los mexicas y al respecto el distinguido maestro nos dice el desarrollo de las vías de acceso fue en agua que multiplicaron en los lagos que rodeaban a Tenochtitlán, a través de los cuales se facilitaron las posibilidades del viaje. Montada sobre el agua, Tenochtitlán se aprovechó de ella tanto para defenderse de sus enemigos como para alimentarse y de ahí surgió la práctica de la navegación. La primitiva ciudad tuvo sus calles principales de agua, de tal manera que para trasladarse de un lugar a otro fue necesario hacerlo en canoas, "acallis". Cuando creció su influencia económica y los lagos de Texcoco, Chalco, Xochimilco, Zumpango y Xaltocan se convirtieron en

(3) Héctor Manuel Romero, Ob. cit. Pp. 20-21.

vías fluviales, las canoas hicieron el intercambio comercial entre la pujante ciudad indígena y las ubicadas en las márgenes de los lagos el salobre de Texcoco y los de Xochimilco y Chalco de agua dulce. La población de Tenochtitlán se multiplicó en medio de los lagos; otras crecieron en la vecindad y, con ello, la navegación adquirió singular importancia en la vida diaria de las comunidades indígenas". (4)

El camino indígena nace, inicialmente, como recurso elemental para realizar un intercambio rudimentario de productos y servicios de comunidades que hasta entonces fueron económicamente autosuficientes.

José Ignacio de la Hidalga describe lo que pudiese ser el padre del clásico mesón virreinal; el albergue indígena prehispánico destinado a los viajeros, particularmente a los eficientes comerciantes; "Los famosos coacallis y que nos permitimos denominar "hotelería Azteca"... edificios de un piso localizados principalmente en las cercanías de los mercados y a la entrada de las ciudades. En los lugares lacustres tenían doble acceso; uno por la calle y otro hacia el embarcadero propio del coacalli que operaba como atracadero de embarcaciones. En un patio central se localizaba el altar dedicado a Yacatecutli, patio a cuyo alrededor se distribuían las crujías destinadas a almacenar las mercancías y pertenencias de los viajeros, las oficinas administrativas, las del intendente, baños y habitaciones..." (5)

(4) Héctor Manuel Romero, Enciclopedia Mexicana del Turismo, P. 29., Tomo IV.

(5) Ibid. Pp. 30-31

El historiador de la hidalga informa que en esos albergues, "los baños de vapor (temascalis) y los de agua fría merecían lugar preferente...", albergues que también disponían de una sala dedicada a la cocina y al comedor y a los que los huéspedes tenían acceso.

El maestro Romero nos dice que el historiador de la hidalga comenta al respecto "para efectos de alimentación, en los mercados, adicionalmente, había una especie de restaurantes... Los administradores eran estudiantes egresados de la escuela denominada tepochcalli, en la que una de las enseñanzas era, precisamente, administrar esos albergues". "¿Sabemos de alguna escuela con enfoque turístico o de administración hotelera más antigua en el mundo?" Los albergues de los caminos y los coacallis eran propiedad del estado.

El maestro Romero nos señala lo que el historiador Sahagún dice al respecto "Para comodidad de los mercaderes y demás viajeros, en los montes y despoblados habían casas destinadas para su alojamiento.. Nos sigue diciendo el maestro Romero que Moctezuma inventa lo de "esta es su casa"., saludo ya clásico y cuyo más antiguo antecedente histórico, procede que sepamos, del mismo Moctezuma, quien el 8 de noviembre de 1520, al recibir a los españoles en la entrada de Tenochtitlán y, posteriormente, cuando ya instalados en el palacio de Axyacatl, les dice; "En vuestra casa estáis; comed, descansad.. según refiere Bernal Díaz del Castillo, por su parte, Cortés recoge esta expresión; "E pues estáis en vuestra naturaleza y en vuestra casa holgad y descansad del trabajo del camino..." La hospitalidad y cortesía mexicana son producto

de convencionalismos sociales, pero, en gran medida, en el México prehispánico tenían un fondo moral, lo podemos confirmar con lo que nos relata el historiador Sahagún; ningún hombre descortés, vanidoso y vulgar era elegido dignatario, cuando un alto funcionario hablaba en forma impropia o hacía chanzas torpes, se le llamaba "Tucucuecuetli (payaso). Los grupos sociales elevados se distinguían por cierta gravedad en sus gestos y en el lenguaje... El ideal de un hombre educado era mostrarse humilde y nunca arrogante; "sabio, prudente, pacífico y tranquilo", dice Sahagún, pero además tales características había ser franco ante "nuestro dios (Tezcatlipoca). Que tu humildad no sea fingida pues te llamarían Titoloxochton (Hipócrita) o Titlaxiquipile (fingidor), pues nuestro dios ve lo que hay en tu corazón y sabe todas las cosas secretas... La cortesía se manifestaba incluso en el carácter del idioma nos dice el maestro Romero.

El náhuatl tiene formas partículas y hasta conjunciones que indican respeto. El sufijo Tzin, agregado a un nombre o título, significaba reverencia o señalaba cariño. Timomati significaba "tú crees", pero timomatía puede traducirse "tú condesciendes a creer" o "eres bondadoso en creer", Miqui significa "morir honorablemente". (6)

(6) Ibid., Pp. 51-54

1.2 TURISMO EN LA NUEVA ESPAÑA

Existen algunas referencias turísticas respecto de esta época que se caracteriza por los numerosos viajes de exploración que se realizaron y que permitieron a extranjeros satisfacer sus deseos de conocer la geografía, los recursos naturales, las diversas sociedades y los hábitos y costumbres de nuestro país.

El maestro Romero nos dice que "tras de las huellas de aquellos españoles cuyas expediciones culminaron con la de Cortés, a quienes en rigor no puede clasificar como turistas por aquello de que sus viajes y su estadía fueron ruidosamente lucrativos, tenemos, en la naciente inmigración, un singular "menú" humano, un alud de bucaneros y franciscanos; de expresidiarios y de fundadores de universidades; de pillos de siete suelas y de Zumárragas; de prófugos de la mazmorra y de Vascos de Quiroga. De todo un poco, como en la viña del Señor... Después de la caída de Tenochtitlán en 1521 y del nombramiento de Cortés por Carlos V como Capitán General y Gobernador de Nueva España y establecida la paz, empieza a explorarse el país, transformándose Nueva España en una posesión colonial fundamentalmente aportadora de metales preciosos".(7)

(7) Ibid., Pp. 55-56.

Debido a ello, los incipientes puntos de concentración demográfica generalmente se encuentran distantes unos de otros, obediendo su ubicación a la de los yacimientos mineros. Por esa razón, con frecuencia se advierte que parece ser un tanto caprichoso la localización de las principales ciudades fundadas durante el virreinato, encontrándose a bastante distancia unas de otras". (8)

Nos sigue diciendo el maestro Romero "La dispersión geográfica, acentuada por lo dilatado del territorio, propicio en los caminos de ventas o mesones ya que, inevitablemente, los viajes se realizaban en varias etapas generalmente mediante diligencias, las cuales utilizaban bestias de tiro, acémilas o caballos que debían reemplazarse de trecho en trecho y donde aparecían el mesón o la venta, a más del cambio de bestias, ofrecían albergue y alimentos... Era en extremo extensa la superficie territorial que la Corona Española debía controlar y vigilar en Nueva España; por ello, gran número de funcionarios públicos constantemente se encontraban de viaje... También atraídos por las riquezas mineras, multitud de inmigrantes, gambusinos y aventureros empezaron a fluir al virreinato, creándose la necesidad de proporcionar alojamiento a quienes no contaban con casa o familia con la cual alojarse. Así, a las casas que en el virreinato comenzaron a vender el servicio de "comida y lugar donde dormir" se les llamó ventas". (9)

(8) Ibid., P. 66
(9) Idem.

Alfredo Mireles Vázquez nos dice "De aquellos días han quedado innumerables y fascinantes testimonios de marchas, misiones, relatos y crónicas que ponen de manifiesto sucesos de naturaleza turística y las dificultades que sucedieran; la falta de caminos y el mal estado de los pocos que había, los medios de transporte lentos e inseguros, los peligros a los viajeros se exponían (ladrones, amenazas y enfermedades), y por lo general las deficientes instalaciones de postas, mesones, ventas y posadas". (10)

El maestro Romero nos dice "El tráfico español recién establecido en la Nueva España generó, inicialmente en la frecuentada ruta Veracruz-México la necesidad de fundar los primeros mesones virreinales, antecedente de lo que, andando el tiempo, multiplicaría su denominación aunque no siempre sus funciones; ventas, hosterías, posadas, paradores, casa de huéspedes, hoteles, moteles, famitcles, albergues, en la Nueva España, la tradición hospitalaria de los albergues prehispánicos. Si los "coacallis" de los que nos habla José Ignacio de la Hidalga dependían del estado", los mesones virreinales son operados por particulares y deben brindar los servicios que imponen las costumbres nuevas; establo y caballeriza; y descartar aquellos otros que, como el baño, no son del todo agradables para la nueva clientela". (11)

(10) Alfredo Mireles Vázquez, Ob. cit., P. 21

(11) Héctor Manuel Romero, Ob. cit., P. 66.

El maestro Romero nos dice "que según Actas del Cabildo de la Ciudad de México, los dos primeros mesones de quienes se tiene noticia fueron establecidos fuera de la Capital de la Nueva España; el primero autorizado oficialmente el 20 de junio de 1525 en "Pinavizapa" (la actual Orizaba en el estado de Veracruz, cuyo nombre indígena, deformado por los españoles, era el de Ahuitzilapan). El nombre del primer mesonero de la Nueva España es Francisco de Aguilar, a quien se autoriza para que pueda hacer una venta... Con el expansionismo español, se abrieron rutas camineras nuevas en el virreinato, lo que explica que el 26 de julio de 1525, el cabildo de la ciudad de México autorice a Juan de la Torre a establecer una venta en el camino de Michoacán, entre Taximaroa (hoy ciudad Hidalgo) e Ixtalavaca (Ixtlahuaca) y también que aquel primer mesonero de la Nueva España, Francisco de Aguilar, descubra la agudeza empresarial y el 1 de octubre de 1525 obtenga la autorización para establecer un segundo mesón, para lo cual el cabildo le dona un pedazo de tierra entre Medellín y Villarica (Veracruz), por su parte, el mesonero se compromete a hacer y a doblar el camino y a mejorar los puentes entre dicho salto y Jalapa". (12)

Dice el maestro Romero que por lo que se desprende de la documentación del cabildo de la Ciudad de México, cuya primer Acta que se conserva data del 8 de marzo de 1524,⁽¹³⁾ se induce que a la ciudad de

 (12) Ibid. P. 68

(13) Juan Herrera el 15 de mayo de 1524, por lo que él informaba a la Corona Española en esa fecha. "He asentado en esta ciudad una brazería para hacer cerveza" bebida, ciertamente, desconocida por los indígenas, cosa que la aplico para actir su venta, para lo cual acudí a un recurso publicitario supremo; lograr que el mismísimo señor virrey, venciendo los naturales pudores que le imponía su alto rango, aceptara anunciar personalmente el nuevo producto. Satisfecho de su maniobra, nuestro cervezero informó a Madrid que los indígenas ya beben la cerveza a causa de que el virrey, por darla a conocer, la bebió ordinariamente. Ibid., P. 70.

México llegó tardíamente el mesón, hasta el 1 de diciembre de 1525.

Sabemos que la ciudad de México ingresa el 1 de diciembre de 1525 a la era de los mesones, nos dice el maestro Romero que se puede constatar con las autorizaciones que hace el Cabildo; una a Diego Hernández Paniagua para que haga un mesón, y la segunda a Francisco de Aguilar que con este, fundaba el tercer eslabón de su próspera cadena de mesones para que haga una venta en la Sabana de Chiltepeque (Chapultepec), y la donación de tierra a Juan de Cáceres, para dos caballerías en la venta que tiene edificada". (14)

En la autorización concedida a Hernández Paniagua el Cabildo le indica: "Que guarde y cumpla el arancel que le será dado acerca de los precios que han de llegar de las dichas cosas que vendiera, obligación que deberá acatar para merecer la licencia de que pueda hacer un mesón en sus casas en donde puede acoger a los que a él vinieran a vender pan, e carne, e todas las otras cosas necesarias".(15)

El primer mesón y otros posteriores establecidos en el mismo rumbo o en la misma calle de la ciudad de México, dieron el nombre de "mesones" a algunas calles de la capital, nombre que subsiste.⁽¹⁶⁾ Una

 (14) Ibid., P. 68

(15) Francisco Icaza, Conquistadores y pobladores de Nueva España, P. 55.

(16) Desde entonces Mesones y Ventas se volvieron nombres de abolengo que se impusieron en la nomenclatura, no sólo en la ciudad de pueblo existía una calle llamada de Mesones - por los mesones del Roncal y del Cristo ahí ubicados, según relata el 13 de marzo de 1839 Melchor Ocampo que dice: "Preferimos de esos mesones por tener una buena fonda -- Italiana". Héctor Manuel Romero, *Op. cit.* P. 67.

de éstas fue bautizada con este nombre después de llamarse la del Portal de Tejada, quien ahí vivió en 1543. Desde esa época, se hace notar que la autoridad, es ejercida a través del cabildo, quien regulaba y reglamentaba la actividad mesonera control gubernamental que durante cuatro siglos se ha mantenido hasta el que hoy es ejercido por la Secretaría de Turismo en lo que se refiere a la fijación de tarifas de hospedaje, alimentos y bebidas en hoteles y restaurantes. Debemos al propio Hernán Cortés el origen de esta política que regulaba precios e impone sanciones en el campo de servicios que hoy denominamos turismo.

Para constatar la fijación de tarifas de hospedaje, alimentos y bebidas en hoteles y restaurantes el maestro Romero dice que "Cortés expidió un arancel para venteros, documento curioso por que indica el precio que entonces tenía los efectos de primera necesidad y que, aun cuando carezca de fecha, es indudable que fue dado antes de 1524 por que dice al principio: "Ordenanzas y condiciones que el muy magnifico señor Hernando Cortés, Capitan General e Gobernador de esta Nueva España por su magestad".

Y esta forma de comenzar las ordenanzas la uso Cortés hasta antes de recibir en 1525 el nombramiento real de Capitan General y Gobernador de la Nueva España, ya que después cuidaba siempre de poner: "Fernando Cortés, Capitan General e Gobernador de esta Nueva España y Provincia de ella por el emperador y Rey Don Carlos".

El arancel dictado por Hernán Cortés es el siguiente:

1. Primeramente, que dichos venteros no pueden llevar (cobrar) más de un tomin por cada libra de pan de maíz hecho de tortillas, que sea limpio, a bien cocido.
2. Por cada azubre (medida de capacidad para líquidos compuesta de cuatro cuartillos, equivalente a tres libras y 16 mililitros), de vino, medio peso de oro, y esto si estuviera la venta diez leguas de la villa de Veracruz e si estuviera veinte, ducado que son seis tomines; y si estuviere treinta, a peso de oro, de manera que así a este respecto se lleve por cada diez leguas, después que pasaron las diez leguas primeras en que se pone la dicha tasa a medio peso que por diez leguas se entiende que lleven por cuatro reales más cada azubre.
3. Que cada gallina de la tierra lleve un ducado de oro que son seis tomines, y si la gallina fuese de Castilla lleve un peso y medio de oro.
4. Por un pollo de castilla un ducado.
5. Por un conejo cuatro tomines.
6. Por una codorniz dos tomines.
7. Por una libra de carne de puerco fresco con tanto que se lo guise, dos tomines.
8. Por una libra de dicha carne, cuatro tomines y si fuese salada, lleve cuatro reales.
9. Por una libreta de carne de venado fresco, dos tomines y si fuese salada, lleve cuatro reales.
10. Por cada calemin de maíz, dos tomines.
11. Por cada persona lleve de posada si trujese caballo dos tomines, e si viniese á pie un tomin.

12. Que por cada huevo no pueda llevar, ni lleve más de medio real de oro que son tres granos.
13. Manda que no tenga puercos ni gallinas en parte donde puedan andar entre las bestias, y este interin e posasen en la dicha venta.
14. Mandamos que en las dichas ventas tengan pesebres, e limpias, e juntas por manera que no se pueda caer el maíz.

Las cuales dichas ordenanzas mandamos que guarden, e cumplan los dichos venteros, so pena de que por cada vez que lo quebrantasen incurran en cien pesos oro aplicados en esta manera; la tercera parte para la cámara e fisco de su majestad, e la que se aparte para las obras públicas de la villa, e cabildo donde estuviera la venta, y la otra tercia para el que denunciare. E mandamos que tenga este arancel á la puerta de cada venta, en parte donde se pueda ver bien, no poniéndolo á lugar ninguno escondido, sino públicamente, á donde todos los pueden leer. Por mandato de los dichos señores gobernadores, Justicias e Regidores. Martín de Calahorra. Escribanos Público e del consexo." (17)

Y con esto podemos descartar lo que algunos historiadores aseguran que la primera reglamentación mesonera de la Nueva España data del 9 de enero de 1526 fecha en que las autoridades de la ciudad el alcalde mayor, el alcalde ordinario y los regidores advierten a Hernández Paniagua que: "Se fijen los aranceles de los mesones... la pena será la

(17) Ibid., p. 74

primera vez de la cuarta parte, la segunda vez de la setenas; y la tercera vez de 100 azotes... El arancel debe mantenerse a la vista del público (al igual que hoy, cuando la Secretaría de Turismo indica que las tarifas se colocuen en lugares visibles) bajo pena de 20 pesos de oro". (18)

No podemos, pasar desapercibido como la pena corporal que caracterizo esta época se hizo notar en el turismo de la Nueva España, nos dice el maestro Romero que "había una sanción rigurosa, sin duda, la de los 100 azotes, que debieron preocupar a nuestros mesoneros primitivos, quienes evidentemente ejercieron su oficio con espíritu más de lucro que con experiencias técnicas en la materia, pues no podían importar de España una tecnología, mesonera adecuada que no era muy buena por ser una rama naciente y que le habían puesto muy poco atención en ese entonces". (19) Con el desarrollo de Nueva España entre 1526 y 1531 en materia de tráfico humano, de espíritu gambusino y de afán de colonización puede detectarse en la frecuencia con la que el cabildo de la ciudad de México autoriza la fundación de nuevos mesones y ventas que a continuación mencionaremos:

1. 14 de septiembre de 1526 licencia a Juan de Paredes y a Rodrigo Rangel "para que hagan un mesón en el pueblo de Chilula" (Cholula, hoy estado de Puebla).

(18) *Ibid.*, p. 74.

(19) *Ibid.*, p. 75.

2. 12 de octubre de 1526, licencia a Juan de la Torre (quien ya el 26 de julio de 1525 fuese autorizado a operar entre "Taximaroa e Ixtalavaca") para que puede hacer un mesón en el pueblo de Cuertalavaca (Cuernavaca, estado de Morelos) y una venta en el des poblado de Taximaroa (hoy ciudad Hidalgo estado de Michoacán) a 7 leguas de dicho pueblo.
 3. 15 de julio de 1527, petición de Marin Pérez Carpintero "para que se le aumente el arrendamiento de la venta de Perote, de 2 a 3 años, por los mismos 125 pesos de oro que ya gastó en la construcción de la casa" (el nombre original de Perote, en el hoy estado de Veracruz, fue el de "Pinahizapan", "agua pudibunda", "agua vergonzosa" en náhuatl, aludiendo quizá al pequeño manantial que abastece al lugar, nombre que los españoles cambiaron por el de "Perote". En sus relatos de viajes, Melchor Ocampo, en las notas que fecha el 16 de marzo de 1839, alude a que "Perote" es corrupción de la palabra castellana "piedrota", porque "al hacer el pueblo este, tuvieron que quitar una piedra muy grande..." por su parte, el escritor michoacano Salvador Ortíz Vidales asegura que el nombre del fundador del mesón de San José fue Pedro ("Pero", "Perote") de Anzures, quien cobraba "un tomin de oro por cada tabla consistente en asado, cocido, pan y agua, y un real por persona a cambio de una cama, jergón y ropa limpia de la tierra, y por aceite y vinagre o queso se conformaba cobrando la tercera parte de lo que valía en la ciudad.
- 19 de agosto de 1530 se comisiona a Pedro de Sámano para que remate la venta de Perote a Martín Pérez en los 30 pesos anuales que ofrece, sino puede encontrar a quien dé más por ella.

4. 4 de julio de 1530 se arrienda la venta de Iztapalapa a Francisco Morcillo. 27 de febrero de 1531 se arrendó la venta de Iztapalapa a Cristobál de Benavente en las mismas condiciones en que la tenía Francisco Morcillo.
5. 26 de octubre de 1530 se ordena que se hagan las ventas en el camino nuevo de Veracruz a esta ciudad (México) las cuales no las pueden hacer los particulares".(20)

El maestro Romero nos sigue diciendo que "cuando se extiende la mesonización en Nueva España y el cabildo debe reglamentar la actividad hospedera, también reglamenta otra no menos socorrida por los forasteros la venta de licores. Así, el 28 de junio de 1548 señala el cabildo, respecto a las tabernas, "que no pueden ser dueños de ellas los solteros so pena de perder la taberna, el vino y 10 pesos de oro. El 5 de julio del mismo año, el cabildo acuerda que "ninguna persona puede tener taberna ni vender vino si no es en los lugares señalados por la ciudad...". Un año después 5 de julio de 1549 concede una sospechosa excepción al soltero Pedro de Orán, "pues aun que soltero hay escasez de vino", sospechosa por que pocos días antes el 31 de mayo de 1549, había dispuesto que ya no se dé licencia de vender vino a ninguna persona, aunque sea casada, pues hay muchas tabernas, y la ciudad quiere que se le queden seis". (21)

(20) Ibid., Pp. 76-78.

(21) Ibid., Pp. 71-72.

Es digno de mencionar en esta época la intrépida presencia femenina en los timones empresariales de la mesonería novahispana, al respecto el maestro Romero nos dice "que en la segunda década del siglo XVI Doña Marina (Malinche)⁽²²⁾ inaugura históricamente en México una venta adelante de cuajimalpa, en el hoy Distrito Federal, a la altura del kilómetro 21 de la actual carretera México-Toluca, de donde se desprende un ramal que conduce al desierto de los Leones, en un punto aún denominado "la venta" y que antaño se le conocía con el nombre de "la venta de Doña Marina", venta que según el historiador Antonio Fernández del Castillo, tenía gran importancia para los transeúntes que de Coyoacán, Mixcoác, Tacubaya y México iban a Toluca. otro personaje que es digno de mencionar es Catalina de Erauzo (monja Alférez) Catalina montó una empresa de arriería que cubría la entonces tan socorrida ruta México-Veracruz, en ella combinó el transporte y alojamiento, anticipándose algunos siglos en cierto modo, a la política turística V.T.P. "viaje todo pagado". (23)

En este apartado no podemos dejar, y no puede pasar desapercibido una clasificación de tipos de hospedaje de los mesones virreinales que aludían a categorías sociales y económicas derivadas de la lucha de clases que aportó la conquista en nuestro país al respecto el maestro Romero dice que la clasificación es la siguiente:

(22) Hay quienes aluden a que no fue Doña Marina-Malinche la hospedera en cuestión, sino Doña Marina Flores de Caballería, esposa de Alonso de Alderete de quién decían que era hijo natural de Felipe el Católico, primer real enviado a México por Carlos V, como te sorero y gobernador, pero se encuentran 2 referencias que avalan a Doña Marina como precursora. Ibid., p. 79.

(23) Ibidem.

Mesones de Primera categoría, antecesores de las "posadas" - como éstas lo fuesen de los hoteles - se encontraban ubicados en áreas céntricas de las ciudades, su clientela era el comerciante venido del interior, el caballero acompañado de su esposa e hijos, el hacendado y el alto clero, las motivaciones de estos viajeros era el comercio al mayoreo, la venta de los productos de las haciendas, las fiestas religiosas, el pago del diezmo, la toma de posesión del señor virrey o del nuevo arzobispo; admirar la ciudad que crecía a pasos agigantados.

En estos mesones los cuartos ya tenían tres aspectos: los privados para gente de calidad, en donde algunos comenzaban a tener una especie de recibidorcito; después las semiprivadas, cuartos con cuatro camas, una en cada rincón del aposento en donde, a parte de las camas se encontraba el ropero, la silla, el aguamanil y el perchero - frecuentemente substituido por simples clavos sembrados en los muros-. Los pisos eran de ladrillo o losas a los que les daban su lavada semanal; la encalada de los muros era anual, cuando se podía". En estos mesones, las caballerizas iban de los privados al patio común, con argollas empotradas en la pared para asegurar a las bestias. Comúnmente, en el traspatio quedaban alojados los carruajes de los señores, y sus servidores dormían en salas comunes o dentro de los propios carruajes. Los santiarios eran llamados de "flauta", casi siempre comunes, con una tabla en donde habían agujeros de diferentes diámetros según exigía este servicio tan desusado. De la bodega se sacaba una tina circular originalmente de madera, después de lámina que se colocaba en el centro del cuarto y que se llenaba con ollas de agua, debía ser abastecida por aguadores que la obtenían de las fuentes públicas no siempre cercanas al mesón en cuestión.

Los Mesones de Segunda; brindaban comodidades ligeras, ofrecían habitaciones semiprivadas y la cocina ostentaba una mesa y dos largas bancas comunales de madera, las que de vez merecían la lejía y la escobeta. Los sanitarios se localizaban en el traspatio. Los clientes iban del criollo pobre al mestizo pobre, del ladrón pobre al aventurado pobre, pobres todos ellos.

Mesones de Tercera, los de más baja categoría y precio, su clientela favorita estaba constituida por los indígenas que pagaban el servicio con granos de cacao, pues la moneda, o estaba en proceso de institucionalizarse o aún no era aceptada por completo, sus servicios eran modestos, sucio petate que demarcaba el espacio a que tenía derecho el huésped quien, por estrictas razones de economía, frecuentemente lo compartía con otro huésped, alternativa no del todo despreciable en época de frío. Las acémilas quedaban acomodadas en el "estacionamiento" ubicada en el patio y la cochambrosa cocina servía de "comedor", por más que los viajeros experimentados optaban por recurrir a su propio "itacate" y por llevar a sus bestias a la fuente pública más próxima, pues en el mesón, el servicio de agua se cobraba". (24)

Podemos decir que si hubo actividad "turística" durante el virreinato aunque como ya lo mencionamos, de una naturaleza muy especial.

(24) Ibid., Pp. 82-85.

No hubo movimiento de "turismo" masivo excepto que es necesario que se mencione el de las peregrinaciones religiosas de la virgen de Guadalupe y del señor de Chalma... También el "turismo" de ferias se registra, estas tenían como incentivo la recreación, el comercio, la comunicación y los viajes... En un análisis de los factores que han impulsado en México estos viajes, no puede olvidarse éstas, las ferias, tan identificadas con el carácter del mexicano.

Las ferias de mayor trascendencia en esa época son las de Acapulco, San Marcos y San Juan de los Lagos. Nos referimos en este trabajo a la de Acapulco por su carácter de comercio internacional y a la de Sa Juan de los Lagos de carácter nacional.

La de Acapulco, como ya lo mencionamos expresión de comercio internacional, fue durante el virreinato caso ejemplar de feria, se organizaba del 10 de enero al 25 de febrero con motivo de la llegada del Galeón o Nao de China, desde que Andrés de Urdaneta descubriera el "Tornaviaje" en el océano pacífico la ruta marítima de regreso de las islas Filipinas a Acapulco. La persistencia de la feria fue estimulada por la iniciativa de los comerciantes españoles radicados en las colonias de oriente. La riqueza y transportación de artículos exóticos imprimió a la Nao un carácter casi legendario; aún en el lenguaje común se decía que algo era "venido en la Nao" cuando se deseaba ponderarlo singularmente. Aludiendo a la de Acapulco, Humboldt la califica como la "feria más hermosa del mundo, los visitantes que acudían a la feria de Acapulco provocaban un alud humano... Allí se hablaban varias lenguas y dialectos - describe Humboldt - la multitud abarrotaba mesones y

hospederías, la ciudad que ordinariamente tenía 4,000 habitantes, llegaba entonces hasta 15,000 mezclándose con los marinos, mercaderes, arrieros con sus recuas y aventureros de toda laya, cirqueros, coheteros, peregrinos, indios y toda gente de feria y fiestas, que en eso se convertía la ocasión". (25)

La feria de San Juan de los Lagos en el siglo XIX, retuvo el primer lugar de popularidad entre todas las ferias nacionales... La pequeña ciudad dice Guadalupe Monrroy en su obra Historia Moderna de México, la diversión compensadora era insuficiente para albergar el gran número de visitantes que llegaban por todos los medios imaginables de transporte. Una ciudad dice Monrroy "se improvisa en menos de un mes, rodeaban el cerro y al pueblo, tiendas, casas y hasta hoteles que se construían de madera rudimentaria con tejamanil y lonas". (26)

Describe el maestro Romero que en un periódico de la época en sus primeras planas dice lo siguiente "Los hoteles eran de los más originales y cómicos... las divisiones entre uno y otro (cuartos) consistían en una cortina de manta ordinaria, por cuyo tejido y sin necesidad de hacer un agujero, se podía ver lo que pasaba en el cuarto vecino. Los muebles consistían en una pequeña mesa de madera y dos sillas, un candelabro y un cacharro de barro. La fama de la feria transponía las fronteras y llegaba hasta Europa, en París, Liverpool y Hamburgo se preparaban

(25) Ibid., Pp. 107-108.

(26) Ibid., P. 133.

surtido de mercancías variadas, fletándose barcos completos con destino a México. Linos, sedas de dibujos fantásticos y miles de chucherías eran desembarcadas en Veracruz y transportadas por tierra hasta San Juan". (27)

(27) *Ibid.*, Pp. 133-134.

1.3 TURISMO DE 1821 A 1920

El hablar de esta época, en lo que respecta al desarrollo del "Turismo" en nuestro país nos resulta muy complicado, ya que como diría Don Mariano Otero "al entrar en las investigaciones penosas de este tiempo, al descorrer el velo dolorosos que encubre las verdaderas causas de nuestro malestar social, económico y político, lo primero que se presenta a la vista es, el Estado desquebrajado, hecho de consecuencias inmensas, y que extiende su influjo mucho más allá de lo que parece. A primera vista, contemplando la extensión inmensa de este país, situado entre Europa y Asia cuya superficie presenta todos los climas y produce todas las frutas de la tierra, y de cuyo seno salieron las nueve décimas del oro que circula en el mundo, se creía naturalmente que México fuera el país más rico del universo; pero es necesario no confundir los elementos de la riqueza con la riqueza misma". (28)

M.S. Aleperovich nos dice "Que en esa época hubo decadencia en la agricultura, la industria y el comercio, acarrearón una considerable disminución de los ingresos fiscales, en tanto que los gastos, parti-

(28) Mariano Otero, Ensayo Sobre el verdadero estado de la cuestión social y política que se agita en la República Mexicana, Pp. 28-29.

cularmente los militares, se habían elevado considerablemente desde el comienzo de la guerra de Independencia. El resultado fue un déficit financiero crónico que en 1821 se elevaba a cuatro millones de pesos pese a todos los esfuerzos de las autoridades para remediar o cubrir esta situación financiera del país, la cual se volvía cada vez más grave". (29)

Nos dice Eduardo Blanquel "a los pocos días llegó de España Juan O' Donoju con el cargo de virrey; quien aceptó negociar con el coronel criollo "Iturbide" poniendo su firma, el 24 de agosto de 1821, en el Tratado de Córdoba que ratificaba en lo esencial el Plan de Iguala o de las tres Garantías. Con la consumación de la Independencia el 27 de Septiembre, produce para el pueblo en general gran entusiasmo.. Ejemplo de ello es la entrada triunfal de "Iturbide" con el ejército Triguarante a la ciudad de México.. En todas las poblaciones se hacen desfiles con carrozas, se construyen arcos de triunfo, hay juegos pirotécnicos y muchas muestras de regocijo general, nacen varios periódicos; se publican folletos, se lanzan hojas, volantes y se intercambian cartas que se refieren obsesivamente a la Independencia". (30)

Al estrenar Independencia, la ciudad de México se transforma en bocado apetitoso para viajeros extranjeros... La de entonces era una

(29) M.S. Alperovich, Del árbol de la noche triste al cerro de las campanas, P. 90.

(30) Eduardo Blanquel. Historia Mínima de México, Pp. 91-92.

"ciudad algo mayor que Nueva York con mejores edificios y un lugar extenso y espléndido, según decían Esteban F. Austin en la carta que en mayo de 1822 enviara a su hermano Santiago. F. Austin es el colonizador de Texas de acuerdo a la memoria de la capital del Estado de Texas, originalmente llamada, Waterloo, en 1839 cambió de nombre por el de Austin". (31)

El maestro Manuel Romero dice "que en esa época de euforia, la de México, en 1821, es una ciudad sujeta a mil proposiciones, sugerencias, iniciativas, proyectos, alternativas... Una de ellas, alude a la reglamentación de aquellos servicios destinados a los forasteros que la visitaban. Por ejemplo: en el "Proyecto de la Policía para la ciudad de México que un Europeo-Americano presentó a su Alteza Serenísima (Antonio López de Santa Anna), la Regencia del Imperio Mexicano", impreso por Mariano Ontiveros en 1821 este Europeo-Mexicano anticipa que de adoptarse su proyecto, "Todo coche que rueda dentro de la ciudad de México pagará un real diario. Por cada caballo se pagará una cuartilla cada día. Todos los mesones y casa de posada pagarán medio real, por cada cuarto de alquiler que tengan, los teatros y todo espectáculo público de paga cederán un día cada semana de producto líquido. Las pulquerías, vinaterías, tabernas y cafés pagarán cada mes - un tanto según su comercio". (32)

(31) Héctor Manuel Romero, Ob.cit., P. 130.

(32) Ibid., P. 132.

Nos sigue diciendo el maestro Romero que "andando el tiempo y desde la consumación de la Independencia en 1821, la responsabilidad de los caminos reposa sobre la Secretaría de Relaciones. En la "Memoria del ramo de 1822, se lee: "Tres puede decirse que son nuestras carreteras principales; la de Veracruz, la de Acapulco... "Y se agrega: "La guerra y descuido habían inutilizado la de Veracruz (tanto la ruta de Puebla y Jalapa como la de Orizaba) para el tránsito de carreteras; en la de Acapulco, no habiéndose hecho reparación alguna desde principios de la Guerra de Independencia, hay en ella parajes intransitables hasta para la arriería; y del camino de 'Tierra adentro', sólo se menciona el tramo hasta Querétaro probablemente por ignorarse el estado de la ruta hasta Santa Fé. Si bien hacia 1830 la ciudad de México merece elogios, hay algunos que, de ser históricos, deben corresponder a un viajero con retina telescópica que le permite afirmar - y hasta describir - que el "aire es tan puro y transparente que a una gran distancia se puede reconocer claramente y a simple vista el tronco de cada uno de los árboles de las montañas".

Este viajero, superdotado, responde al nombre de C.C. Becher, comerciante alemán con ribetes de diplomático, con deleite, dedicarse a la contemplación y a la meditación acerca de México y de los mexicanos, señala Juan A. Ortega en el prólogo del libro de Becher, "Cartas sobre México"...

En esta obra, el ilustre forastero narra sus impresiones que, hoy, podrían clasificarse como excelentes "comerciales" turísticos.

"Si de noche me pareció ya la ciudad grandísima afirma en su carta del 23 de enero de 1832 desde el punto y obra en que penetramos en ella y atravesamos sus largas calles iluminadas con linternas, luego que la vi de día confirmé cabalmente mi impresión primera, y en muchos aspectos no cabe decir sino que la ciudad de México no se le puede clasificar de otro modo sino de grandiosa. Las calles son anchas, rectas y a veces grandísimas. Por ejemplo, una de ellas taja en dos toda la ciudad. Por otra parte al final de cada calle se ven las cuales... cerca de la planicie y, a causa de la sutil atmósfera que reina aquí, parece hallarse bastante más cerca de lo que están. El aire es tan puro y transparente que a una gran distancia se puede reconocer claramente y a simple vista el tronco de cada uno de los árboles de las montañas". (33)

En cuanto a la arriería, que es de suma importancia para el desarrollo del turismo, esta cubría como ya se mencionó en el primer apartado la socorrida ruta México-Veracruz, al respecto nos dice el maestro Romero que "Bernal Díaz del Castillo brinda una lista completa y detallada de los caballos que los conquistadores trajeron a México en 1519.

Bernal Días describe el embarque de Cortés en la Habana, con rumbo a México: "Se ordenó - dice - que los caballos fueran en todos los

(33) Ibid., P. 140.

navíos; hicieron pesebres y metieron mucho maíz y hierba seca". Luego enumera los caballos y finalmente nos habla de uno que llamaban ... El Arriero".

La arriería prosperó rápidamente no obstante lo poco virtuoso de los caminos virreinales y de la accidentada topografía del territorio que impusieron el uso de la carreta, sublimaron a la mula y auspiciaron un auge extraordinario de la arriería. Fue tal la intensidad del uso de la mula en Nueva España que se llegó a descuidar la cría de caballos, por lo que, alarmado, el Ayuntamiento de México alguna vez ordenó "que ninguna persona de ningún estado ni condición que sea, vecino o moradores o estante en esta ciudad, no sean osados en tener ni mantener mula sin tener caballo". Tan sólo para el transporte de mercancía entre México y Veracruz, entonces la ruta más frecuentada, se emplean más de 70,000 mulas", dice el Barón de Humboldt. Pronto la arriería se transformó en profesión social y económica altamente cotizada".(34)

El maestro Romero dice que "en un dato de Yucatán de 1852, que aparece en la obra de "México a través de los Siglos", nos da una idea de las utilidades que los arrieros obtenían, los carros cobraban 8, 10, 13, 14 y 16 reales por cada pieza de azúcar o de panela en distancia de 24 y 32 leguas. Entre Querétaro y México, el flete de los carros importaba de \$ 3.50 a \$ 4.50 por carga de 12 arrobas, y se

(34) Ibid., p. 146.

empleaban de 5 a 6 días en el transporte... Los costos de conducción variaban durante la temporada de lluvias; pero en general, en los caminos más frecuentados no pasaban de costar los fletes de uno a dos centavos por arroba y por legua.

Los productos transportados eran, sobre todo aquellos cuyos precios absorbían el recargo de un flete caro, además de que fueran capaces de resistir las bruscas maniobras de carga y descarga, la temperatura de los meses de calor o de la temporada de lluvia. La arriería contaba en México con su local fijo, su casa o su ciudad: Jonacatepec, ⁽³⁵⁾ en el estado de Morelos; Chamacuero de los Arrieros Guanajuato, paso de Macho en Veracruz y otras muchas poblaciones de diversas partes de la República eran las ciudades del arriero, la casa o domicilio del mulero que traficaba entre Veracruz y México, en el centro del país o de Acapulco a México". (36)

Llegamos a la era de las diligencias que son necesarias y van de la mano con el desarrollo del "Turismo", ejemplo de las cambiantes estructuras de él.

Nos dice el maestro Romero que "al introducirse el alojamiento, tendencia que tiene su lógica en el transportista, ya que para que

(35) En esta población debieron vivir las familias de los arrieros prósperos, Jonacatepec debió ser muy rica, como lo prueba aún sus casas construidas con nobles materiales. Ibid., P. 152, Tomo V.

(36) Ibid., P. 148.

opere un alojamiento es necesario el transportista. El creador en México de esta simbiosis transportes-alojamiento, es un hombre inolvidable: Manuel Payno se cita con elogio y se subraya su energía por mantener la buena organización de su empresa de diligencias, pues para la eficiencia de este dinámico empresario no existían los ladrones, ni las lluvias, ni las dificultades de los caminos". (37)

Guillermo Prieto ("Memorias") e Ignacio Manuel Altamirano, nos dice el maestro Romero que mencionaban y hacían justicia a Anselmo Zurruta, extraordinario empresario, transportista, mesonero o ya hotelero como se le quiera llamar; eficiente ejecutivo que cobraba multa a sus cocheros cuando se retrasaban y quien aseguraba que "entre el polvo de sus ruedas, las diligencias llevan los simientos de la civilización". Zurruta de origen vasco fue socio de Manuel Escandón en el negocio de las diligencias de México, que extendió a la ruta México-Veracruz y, más tarde, hasta el pacífico (a Guadalajara, Jalisco y a Tepic Nayarit). Como empresa complementaria, tuvo que crear postas, paradores, lugares de descanso y fondas. Así, adquirió en propiedad el llamado palacio de Iturbide para transformarlo en el Hotel Iturbide.

Zurruta pretendió establecer unos baños termales en el Peñon de los Baños, en las entonces afueras de la ciudad de México, "por el

(37) Ibid., P. 175.

estilo de los de Europa", y en 1847, cuando las tropas norteamericanas ocuparon la capital de la República". (38)

Llegamos a la locomotora a la que consideramos una importante aportación para que pudiera desarrollarse el "Turismo" y además remedio de algunos males, solucionando obstáculos que mantenían al país postrado.

Al respecto el maestro Romero nos dice que "México llegó con retraso a la revolución de los transportes y al advenimiento de los ferrocarriles... Mientras Cuba ya disponía de su primer ferrocarril, cuando el presidente Bustamante el 22 de agosto de 1837 apenas firmaba la primera concesión a Francisco de Arrillaga ⁽³⁹⁾ para construir la ruta de hierro entre la capital y el puerto de Veracruz. Arrillaga asumió el compromiso de terminar la obra en un plazo de 12 años, pero nunca llegó a construirse la empresa de este primer ferrocarril, ni un solo metro de vía se instaló, así Arrillaga fue el primer autor de un proyecto ferroviario en el país, como también el primero en obtener la concesión correspondiente.

Entre 1837 y 1850 se otorgaron cuatro concesiones, y es Don Sebastián Lerdo de Tejada (Presidente) a quien el 1 de enero de 1873 le toca inaugurar y viajar en la primera ruta ferrocarrilera de

(38) Ibid., pp. 175-176.

(39) Francisco Arrillaga, desempeño la cartera de Hacienda del 2 de marzo de 1823 al 8 de agosto de 1824. Ibid., p. 180.

recorrido largo de la ciudad de México al puerto de Veracruz". (40)

Nos sigue diciendo el maestro Romero que "gracias al impulso que el presidente Porfirio Díaz, comunicó a los caminos de hierro en todo el país, transformando a la capital en sede, hay un alto grado de desarrollo ferroviario durante la administración Porfirista. Durante el Porfirismo, la Oaxaqueña austeridad de Don Porfirio y la punibundez de doña Carmelita hicieron ceder la agresividad de la oligarquía que, soñando con Francia, aspiraba a gozar de una recreación "como en París", recreación bien diferente de la que, de niño, el presidente Díaz conociera en su amada Oaxaca...

Don Porfirio le ayudaba a su madre (Petrona Mori) a cuidar el mesón de su propiedad; el "Mesón de la Soledad". Así empezaron entonces a dilatarse los ámbitos turísticos que circundaban la ciudad de México.

Tacubaya, Mixcoac, San Angel, Coyoacán y Tlalpan pronto se volvieron áreas de veraneo y sede de casa de campo que, durante los fines de semana, se alojaban los políticos de la época... El fenómeno típico ocurrido en Tacubaya, albergue de sofisticadas residencias de veraneo, una de las cuales, fue bautizada con el nombre de "Floreta de Turistas"... Para 1877 se realizó en Mixcoac la primera de las

(40) *Ibid.*, P. 182.

exposiciones de flores y frutas que desde entonces, año con año se celebró durante el Porfirismo, compitiendo con la feria de las Flores de San Angel, altamente respaldadas por la curiosidad del capitalino. Coyoacán también competía con sus propios recursos recreativos para atraer visitantes durante los fines de semana, Iztacalco no se quedaba atrás y los pueblos ribereños del canal vieron sus fiestas tradicionales". (41)

Es hasta mediados del siglo XIX, nos dice el maestro Romero, que "en la ciudad de México se entusiasman con el impetu renovador de mesoneros y restauranteros, ejemplo de ello es el "Cafe Refugio", creado por Fulcheri y traspasado a Coudierier y Borgato, ha sido el todo reformado; en el restaurante del "Hotel Nacional" de la 3ª de San Francisco no. 3, Michaud ha establecido el sistema de abonos mensuales, cuesta \$ 24.00 de almuerzo y comida a \$13.00 el de uno u otro; por 5 comidas, \$ 2.25; y una comida eventual 50 centavos, además de ofrecerse un excelente vino de Burgos...

Llegamos a 1883 que es donde se menciona por primera vez en México al "Turista" referencia más antigua que ha encontrado el maestro Romero respecto al forastero y la relaciona con la noticia de la edificación de un grandísimo hotel, el Hotel Reforma, ubicado en Paseo de la Reforma. Pero es hasta 1898 cuando ya por completo hay una sofistica-

(41) Ibid., Pp. 182-202.

ción del hotel, pero los pintorescos pero eso si obsoletos mesones se sutituyen, ejemplo de ello es el "Hotel de la Bella Unión y el Hotel de Iturbide"⁽⁴²⁾ donde se menciona que ahí se introdujo a nuestro país el espectáculo entonces insólito para la capital; el café cantante en donde se presentaban piezas dramáticas con artistas de ambos sexos, mexicanos y extranjeros, por el precio de dos reales que se pagaba por la admisión, y un café, chocolate o helado con pasteles, ya para finales del siglo XIX la ciudad de México empezaba a adquirir fisonomía de gran urbe y es aquí donde resalta la figura de un hombre quien el gobierno lo rodeó de todo genero de concesiones y privilegios: Es Don Ramón Guzmán, quien fundó la Compañía Limitada de Ferrocarriles del Distrito, con cuyos vehículos, el capitalino adquirió una nueva capacidad; la de incursionar por los alrededores de la ciudad y, así, iniciar los balbuceos de lo que, con el tiempo, sería lo que hoy llamamos "Turismo interno"...

En 1896, el Ayuntamiento autorizó a la citada Compañía de Ferrocarriles del Distrito para que substituyera la tracción animal por fuerza eléctrica. En 1898 empezaron los trabajos de electrificación, y el 15 de enero de 1900 se inauguró la línea eléctrica entre México y Tacubaya, y posteriormente, las de varias calles de la metrópoli,

(42) Propiedad de Francisco Yturbe, "ocupa el espacioso local conocido con el nombre de Palacio del Emperador Iturbide. Es notable por su hermosura u esbelta arquitectura". Tan elegante edificio fue construido en el siglo XVIII por la marquesa de Valparaíso después pasa a ser propiedad del marqués de Moncada, y sirvió de residencia al emperador Iturbide durante su corto reinado, está ubicado en la Avenida Francisco I. Madero. Ibid., Pp. 187-255.

la empresa entonces, cambio de nombre por el de "Compañía Limitada de Tranvías Eléctricos". (43)

Nos sigue diciendo el maestro Romero que "informa Cosío Villegas en su "historia Moderna de México" que a finales del siglo XIX se empezaron a presentar con regularidad excursiones de Estadunidenses. Era de rigor (en la ciudad de México) visitaran el mercado de las Flores, Catedral, el Museo, Chapultepec, Santa Anita, Amecameca, Cuernavaca y las diversiones típicas de los pueblos indígenas, es aquí cuando el concepto "Turista empieza a deslizarse en la mente y en el vocabulario del Mexicano. Parece ser que ello ocurrió durante la plenitud del Porfirismo dice el maestro Romero, por lo que Moisés González Navarro escribió ("El Porfiriato, a la vida Social") para la Historia Moderna de México" dirigida por Daniel Cosío Villegas". (44)

Ya para concluir con este apartado nos dice el maestro Romero que en 1910 estalló la Revolución que derrocaría al General Porfirio Díaz de la Presidencia de la República y las líneas férreas padecieron los impactos... De la Revolución se menciona que hubo pérdidas en lo que respecta al material rodante, en materia de caminos el gobierno de la Revolución heredó un fardo pesado e incómodo. Llegamos a 1906 que es cuando aparece el automóvil y entre 1918 y 1920 revolucionó los viejos

(43) Ibid., Pp. 185-187, 200-201.

(44) Ibid., Pp. 202-204.

sistemas de transporte de los caminos que en los cuatrocientos años anteriores de nuestra historia.

La aparición del nuevo vehículo en los caminos de México no produjo la misma revolución que en otros países por una razón especial; por las pendientes y las superficies de rodamiento de los caminos; eran inadecuadas y limitadas para este tipo de vehículos y sí para los de tracción animal. Pero el rápido desarrollo del automóvil de pasajeros y la aparición de los caminos, exigieron caminos dotados de diferente alineamiento. Los desplazamiento idóneos al "Turismo" nacen en el país con la Constitución de 1917... Su crecimiento continúa hacia 1920, año en que ya se percibe un ambiente "turístico". (45)

(45) Ibid., Pp. 25, 28, 29.

1.4 TURISMO DE 1920 A 1940

"En esta época nuestro país logra cimentar un gobierno institucional, apaciguándose en esta forma los brotes armados, y orientando los esfuerzos hacia el desarrollo socioeconómico de la nación". (46)

Nos dice el maestro Armando Herrerías que "desde los inicios de la vida institucional de los pioneros del "Turismo", entre los que cabe destacar a Don Lucas de Palacio, se logró que tanto el sector privado como el oficial, tuviera presente, en alguna forma, dicha actividad. En el año de 1922 a instancia de Don Lucas de Palacio, se constituyó la primera Asociación de Hoteleros en la ciudad de México, como resultado de un asalto que sufrió una caravana de turistas norteamericanos que visitaban las Grutas de Cacahuamilpa". (47)

En la obra "El Turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario" del maestro Armando Herrerías nos dice que "El sector público se preocupa desde el principio de la importancia que el desarrollo y fomento de "Turismo" tiene para la economía nacional, razón por la cual la política revolucionaria de

(46) Armando Herrerías. Una visión al Futuro turístico y otros Ensayos, P. 25.

(47) *Ibid.*, P. 26.

este sentido ha sido congruente y continuada. Así tenemos que durante el Gobierno del General Plutarco E. Calles, sea promulgada la Ley de Migración del 15 de Enero de 1926 donde por primera vez aparece en nuestra legislación y se define jurídicamente al "Turista", al considerar así al extranjero que visita la República, por distracción o recreo y cuya permanencia en territorio nacional, no exceda de 6 meses". (48)

Nos dice el maestro Romero que en este período el titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público tiene como titular al Ing. Alberto J. Pani quien es el que instituye la importancia económica que ofrecen "las corrientes turísticas que extienden su influencia bienhechora hasta nuestro sistema monetario y, por conducto de éste, a toda la economía"... Alberto J. Pani propone la creación de una "Alta Comisión de Turismo que se encargaría de coordinar las actividades dispersas de las diferentes Secretarías de Estado", iniciativa que desafortunadamente no prospera, padecía de un defecto sin remedio, en ese momento era prematura.

Con esto podemos decir que Alberto J. Pani es el primero de los estadistas que en México detecta la esencia y la trascendencia del Turismo, nos dice el maestro Romero que lo muestra con un documento

(48) Armando Herrerías, El turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario, Pp. 12-14.

que A. J. Pani escribe en ese entonces "la industria nacional del turismo, es incipiente todavía, es susceptible de desenvolvimiento tal que, por los beneficios materiales y morales que rinde, la coloque a la cabeza de todas las industrias del país. Su fomento interesa, pues, y obliga al Gobierno a las instituciones privadas y a todos los ciudadanos". (49)

Nos dice Manuel Ramirez Blanco que "En el período gubernamental del Lic. Emilio Portés Gil, quien siguiendo los pasos de su predecesor, con gran visión en materia de turismo y captando el problema en todas sus dimensiones en esta rama, crea la Comisión Mixta Pro-Turismo, con fecha 6 de julio de 1929, que tenía como meta incrementar el movimiento turístico hacia el país. Establece las bases sobre las que muchos años después será estructurado el turismo. Se conjuga la participación del sector público y de la iniciativa privada; el presidente de la comisión mixta era el titular de la Secretaría de Gobernación. En aquel año se internan al país tan solo 14,000 turistas.

En el gobierno de Don Pascual Ortiz Rubio, se promulga la Ley de Migración el 30 de agosto de 1930, que derogó la ley del 15 de enero de 1926; la cual señala los requisitos particulares para los turistas extranjeros y es promulgada la Ley Orgánica de la Comisión Nacional

(49) Héctor Manuel Romero, Ob. cit., Pp. 43-49.

de Turismo y su Reglamento. En ella, se siguen los lineamientos generales que señalaban el Acuerdo del 6 de julio de 1929, pero se trata el problema con mayor amplitud y profundidad. La Comisión se integraba por la Asamblea General, Subcomisiones y un Comité Ejecutivo. Estas disposiciones representan un paso más en la estructuración Legislativa del Turismo. Como dato estadístico hemos de señalar que en el año de 1931 entran al país 41 mil turistas, la mayor parte de ellos, como acontece todavía en la actualidad norteamericanos". (50)

Nos sigue diciendo Manuel Ramírez Blanco que "el 13 de junio de 1932, se promulga el reglamento relativo a la Ley de Migración del 30 de agosto de 1930, cuyo ordenamiento precisa las finalidades de Comisión Nacional de Turismo, así como los esfuerzos oficiales y privados que tienden a impulsar el "turismo", y es hasta el régimen del General Abelardo L. Rodríguez donde se cambia el criterio legislativo al otorgar a la Secretaría de la Economía Nacional, las atribuciones Legislativas que en materia de turismo correspondían hasta entonces a la de Gobernación y en ese mismo régimen se promulgó el 8 de marzo de 1933 el Reglamento que creó la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo, aquí ya había una política de mayor centralización.

El gobierno del General Lázaro Cárdenas se preocupa por una labor legislativa para el desarrollo del turismo y el 3 de mayo de 1935, se

(50) Manuel Ramírez Blanco, Op. cit. Pp. 2-3.

promulga el Decreto que reglamentó la Fracción XXX, del artículo 2º de la Ley de Secretarías de Estado, que crea la Comisión Nacional de Turismo; estaba integrada la Comisión por el Comité Ejecutivo, el Consejo Patrocinador y el Consejo Consultivo. El 24 de agosto de 1936, se promulga la Ley General de Población, dejando en manos de la Dirección General de población de la Secretaría de Gobernación lo relativo a propaganda turística y vigilancia de los servicios fundamentales. En 1938 principia el movimiento de organizaciones privadas que fomentan el "Turismo", como el Club de Viajes PEMEX y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, con el objeto de continuar la labor de divulgación tanto en el país como en el extranjero, a fin de dar a conocer a México y es hasta el 9 de Diciembre de 1939, cuando se promulga la Ley que crea el Consejo Nacional de Turismo, que procura la colaboración de los Gobiernos de los Estados con el Federal, al establecer las Comisiones Locales de Turismo". (51)

En lo que respecta a la hotelería nos dice el maestro Armando Herrerías que "en la década del 30 al 40 de nuestro siglo, la hotelería da los primeros pasos para transformarse en hotelería turística, y por tanto en industria de servicios. Se construyen los primeros hoteles de perfiles turísticos, se fundan las primeras agencias de viajes, se empieza a registrar las primeras corrientes de cierta magnitud... En el quinquenio último de la década mencionada la actividad turística

(51) Ibid., Pp. 4-5.

había de cumplir con su función de fortalecer las relaciones internacionales, prestando al país grandes beneficios sociales". (52)

Ya para concluir este apartado nos dice el maestro Armando Herre-rías "que en esta década es cuando por primera vez una Convención del "Rotar e International es aprovechada "turísticamente", sin embargo cabe mencionar que se trata sólo de primeros esfuerzos, de primeros balbucesos en el campo de una actividad nueva, como lo pone de manifies-to el solo considerar que la ciudad de México no tenía capacidad para recibir los 6,000 rotarios, que según estimación de miembros del Comite Organizador de dicha convención, fue el número, habiendo sido necesaria la construcción de alojamientos supletorios, constituyéndose una ciudad pulman en la estación de Buenavista, los hoteles de categoría propia-mente turística se reducían a unos cuantos establecimientos, según mención de Don Lucas de Palacio, y de la capital de las ciudades importantes del interior del país eran muchas las que no contaban con un establecimiento de hospedaje propio para recibir al turismo". (53)

(52) Armando Herrerías, Una visión al futuro..., P. 26.

(53) *Ibid.*, P. 20.

1.5 TURISMO DE 1940 A 1958

Este período denominado por algunos autores como el "Desarrollo Turístico", nos dice el maestro Armando Herrerías que "la presencia del Lic. Miguel Alemán en la Secretaría de Gobernación en el período presidencial de Don Manuel Avila Camacho, había de propiciar el desarrollo del "turismo, ya que las medidas tomadas por dicho gobierno tienen como consecuencia inmediata el acelerar en forma enérgica el desarrollo del "turismo", aprovechando las circunstancias reinantes en el mundo y de las que México solo participaba en forma indirecta, y que para el caso resultaban ser propiciatorias para el desarrollo del turismo en nuestro país: nos referimos a la segunda conflagración mundial.⁽⁵⁴⁾ En el sexenio del General Avila Camacho se establece una franca política de apoyo y estímulo a las actividades "turísticas", entre las que destacan la llamada campaña de "peso contra peso", y mediante la cual el Estado aportaba un peso por cada peso conseguido por la iniciativa para efectos de propaganda "turística". (55)

(54) En 1942, ingresan al país 90 mil turistas, pero una vez firmada la paz, el turismo -- reacciona vigorosamente, entrando al país en el año de 1946 250 mil turistas. Manuel - Ramírez Blanco, Ob. cit. Pp. 4-5.

(55) Armando Herrerías, Una visión al futuro..., P. 27.

Manuel Ramírez Blanco nos dice "que en la década de los cuarenta empieza a desarrollarse en forma muy acelerada el fenómeno "turístico" y México cobra gran auge, estimula el gobierno la construcción de hoteles "turísticos" y forma algunas medidas de orden administrativo que destacaban cada vez en el panoramá socio-económico de México".(56)

Nos sigue diciendo Manuel Ramírez Blanco que "se debe señalar que en la esfera privada, surgen los grandes pioneros del "turismo", que con su esfuerzo crean las primeras realidades en esta importante actividad... Nacen las primeras promociones, las primeras organizaciones, los primeros servicios, se marcan las metas y los cauces fundamentales de lo que más tarde habría de constituir la industria del "turismo". Entre estos hombres destaca sin duda alguna, la figura de Don Lucas de Palacio, como uno de los forjadores del turismo mexicano". (57)

En la obra "Una visión al futuro turístico y otros ensayos" del maestro Armando Herrerías dice que "durante el régimen del Licenciado Miguel Alemán, hace posible la continuidad de esta política de fomento y de protección de "turismo" y trae como consecuencia que en esta etapa el "turismo" alcanza ritmos de desarrollo considerablemente trascendentales su gobierno concede suma atención y surgen los grandes centros

(56) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit., P. 4.

(57) Ibid., P. 5.

"turísticos" y México irrumpe con gran pujanza en el mercado mundial del "turismo". Sabiamente dirigida su política "turística", que continuó siendo armónicamente establecida por el sector público y privado, aprovechó de la mejor manera posible las condiciones reinantes en el mundo. Los países tradicionalmente "turísticos", nos referimos a los países europeos, que nos llevaban cierta ventaja en esta actividad, interrumpieron su desarrollo "turístico" como es lógico suponer dedicaban sus mayores esfuerzos a tareas de reconstrucción social y económica. México aprovecho debidamente esta pausa, favoreciéndolo, ya que innegablemente fue aprovechada para impulsar su desarrollo". (58)

Nos sigue diciendo el maestro Armando Herrerías que "al lado de las medidas de promoción en el extranjero, (59) de los primeros viajes internacionales del Ejecutivo Federal, de una amplia política de difusión de nuestra patria en el extranjero, se toman medidas tendientes a fomentar y promover la inversión del "turismo" mediante la concesión de facilidades y créditos a dicha industria, (60) a un tiempo que precisamente durante este período se fortalecen las actividades económicas e industriales básicas del país, que como se sabe sirven de base para desarrollar una floreciente industria "Turística". La

(58) Armando Herrerías, Una visión al futuro... Pp. 27-28.

(59) En el sexenio del lic. Alemán (1946-1952) empezó a celebrarse la Carrera Panamericana, importante evento de automovilismo deportivo. Héctor Manuel Romero, *Ob. cit.*, P. 80.

(60) Se construye en esta etapa la autopista México-Acapulco, y surge ante el mundo, Acapulco como emblema turístico de México. *Ibid.*, P. 82.

década referida de los cuarenta acusa una gran actividad en la materia "turística" como lo demuestra el hecho de que durante ella se hayan fundado las Asociaciones fundamentales del turismo: la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes en julio de 1945; la Asociación Mexicana de Hoteles, saca su revista Hoteles Mexicanos en el año de 1940; se funda la Escuela Hotelera hoy Escuela Mexicana de Turismo; la Asociación Mexicana de Restaurantes en el año de 1948; el Club de Viajes PEMEX, la Asociación Mexicana de Turismo, que se había fundado en la década anterior llevando sobre sus espaldas la intensa campaña promocional turística en el extranjero, editando carteles y folletos de gran calidad.

El 25 de noviembre de 1947, se promulga la Ley que crea la Comisión Nacional de Turismo, constituida por el Consejo Nacional y por el Comité Ejecutivo. Esta Ley establece una mayor intervención del estado en las empresas privadas dedicadas a prestar servicios "turísticos". El 31 de diciembre de 1949, se publica la primer Ley Federal de Turismo. En el orden administrativo en esta época el organismo de turismo alcanza la categoría de Dirección Autónoma, que es el primer paso para constituirlo con posterioridad en Departamento de Estado".(61)

Para concluir este apartado el maestro Armando Herrerías nos dice que "la labor legislativa del señor Adolfo Ruiz Cortinez, es importante

(61) Armando Herrerías, Una visión al futuro... P. 28.

sobre todo al crear el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo que se creó por Decreto de fecha 14 de noviembre de 1956". (62)

Nos dice Manuel Ramírez Blanco que "el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo tiene un capital inicial de 50 millones de pesos, al cual manejó en Fideicomiso la Nacional Financiera S.A.; dicho fondo fue creado con el objeto de estudiar y desarrollar nuestros centros turísticos, a estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como al fomento y desarrollo de las empresas o actividades turísticas auxiliándolas en sus necesidades económicas". (63)

(62) Ibid., P. 29.

(63) Manuel Ramírez Blanco. Ob. cit. P. 6.

1.6 TURISMO DE 1958 A NUESTROS DIAS

Esta etapa es denominada por algunos autores como la "Tecnificación del Turismo", al respecto el maestro Armando Herrerías nos dice que "la decisión inicial de convertir la antigua Dirección de Turismo en Departamento de Estado abre una nueva etapa dentro del desarrollo turístico de México, acto seguido se trabajó sobre la Ley Federal de Turismo, que es promulgada en el año de 1961, poco tiempo después se ve la conveniencia de crear un organismo técnico y promotor, que además de las características señaladas reviste singular importancia por el hecho de que sea nombrado presidente del mismo el Licenciado Miguel Alemán, expresidente de México y autor del desarrollo turístico del país". (64)

El maestro Héctor Manuel Romero nos dice que "en 1961 el presidente Adolfo López Mateos tuvo el acierto de invitar al Licenciado Miguel Alemán a aceptar la Presidencia del Consejo Nacional de Turismo y responsabilizarlo de la promoción de los mercados del exterior, tarea que requería a alguien como el Licenciado Miguel Alemán en razón de su carisma, tenacidad y excepcional vocación de promotor". (65)

(64) Armando Herrerías, Una visión al futuro... P. 29.

(65) Héctor Manuel Romero, Ob. cit., P. 70, Tomo VI.

Nos sigue diciendo el maestro Manuel Romero que "comentando designación como presidente del entonces naciente Consejo, el Licenciado Miguel Alemán declaró a la prensa: "Ejemplo de civismo y de unidad revolucionaria es el hecho de que los expresidentes de México colaboren con el gobierno del Presidente López Mateos. Esta es la primera vez en la historia de México que seis expresidentes de la República se unen para aportar al régimen su experiencia".

Los cargos de los otros seis expresidentes de la República, fueron: Roque González Garza, Coordinador de Obras Públicas Federales en Vega de Metztlán, Hgo; Lic. Emilio Portes Gil, ratificado como Presidente de la Comisión Nacional de Seguros; Ing. Pascual Ortiz Rubio ratificado como Presidente del Patronato de la Asociación Nacional de Ingenieros y Arquitectos; Gral. Abelardo L. Rodríguez, Presidente de la Comisión Nacional Consultiva de Pesca; Gral. Lázaro Cárdenas, ratificado como Presidente de la Comisión de Rio Balzas; y Adolfo Ruiz Cortinez Delegado_ Fiduciario del Fondo de Exportación, Beneficio y Tratamiento de Minerales no Metálicos.

Sigue diciendo el Licenciado Miguel Alemán "la invitación del Presidente López Mateos, por lo que a mí toca añadió a los periodistas, constituye una distinción y es síntoma de madurez y altura política. Sólo en países avanzados como los Estados Unidos son llamados a colaborar prominentes exfuncionarios, aunque pertenezcan a otros partidos políticos". (66)

(66) Ibid., P. 72.

Nos sigue diciendo en su obra "Una visión al futuro turístico y otros ensayos" el maestro Armando Herrerías que "el 5 de diciembre de 1962 crea el Instituto Mexicano de Investigaciones de Turismo, y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como el de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Consejo Nacional de Turismo, el Instituto asumía la tarea de estudiar en forma sistemática y permanente el fenómeno turístico, así como la de impulsar por todos los medios posibles la tecnificación de la industria turística.

Igual trabajo armónico y conjunto se desarrolla en el campo de la capacitación turística y surge así la transformación de la Escuela Hotelera en Escuela Mexicana de Turismo, que con orientación técnica revitaliza sus sistemas pedagógicos y de enseñanza, al tiempo que amplía sus campos de operación". (67)

En la obra "Teoría General del Turismo" de Manuel Ramírez Blanco nos dice que "en el periodo gubernamental del Licenciado Gustavo Díaz Ordaz el 16 de diciembre de 1965 se expide el Reglamento Interior del Departamento de Turismo, que viene a regular su funcionamiento; asimismo con fecha 14 de agosto de 1967 se publica el Reglamento de Guías de Turistas, Guías de Hoteles y Similares y el 10 de octubre de 1969, el de las Agencias de Viajes, a fin de ajustar la actuación y funcionamiento de estos prestadores de servicios". (68)

(67) Armando Herrerías, Una visión al futuro... P. 29.

(68) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit., Pp. 2-3.

En el régimen del Licenciado Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), el turismo cobra una gran relevancia en el desarrollo económico y social del país, toda vez que con fecha 28 de enero de 1974 se publica en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, con objeto de incorporar al desarrollo núcleos de población marginados, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número de visitantes y el tiempo de su estancia en el país, asimismo establece principios de coordinación y programación entre las dependencias del Gobierno Federal que participan en la promoción y el fomento de las actividades turísticas, así como el de promover el intercambio cultural de la población y, coadyuvar a la integración de los habitantes del país, concediendo especial atención al desarrollo del turismo popular, que en la nueva ley se denomina Turismo Social, creando al efecto la Dirección de Turismo Social en septiembre de 1974.

Con esta ley de 1974, se crea el Fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento del Turismo (FONATUR), el cual reúne experiencias anteriores en la materia y cuyo objetivo principal será el de asesorar y financiar los programas turísticos. En este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística en una sola entidad jurídica. Dicho organismo fue creado por Decreto Presidencial el 7 de enero de 1974, y entro en vigor el 13 de febrero del mismo año". (69)

(69) *Ibid.*, Pp. 8-9.

Nos sigue diciendo Manuel Ramírez Blanco que "por Decreto de fecha 24 de diciembre de 1974, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de ese mismo año, se modificó la ley de Secretarías y Departamento de Estado, creando la Secretaría de Turismo, como el órgano del Poder Ejecutivo de la Federación, encargado de formular la programación de la actividad turística nacional y organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo, protegiendo los medios que proporcionan los servicios al turista y a las demás funciones a las que se refiere la Ley Federal del Fomento al Turismo. Otro nuevo hecho viene a confirmar este período de tecnificación del turismo, al crearse en 1976, la Escuela Panamericana de Hotelería, la cual tiene especial significación y trascendencia, en el futuro del país.

Así mismo es importante que señalemos la creación del Fideicomiso para el Turismo Obrero,⁽⁷⁰⁾ cuyo objetivo principal es el de incorporar a los trabajadores organizados y sus familiares a la corriente turística nacional, facilitándole el uso de instalaciones de recreación, cultura y descanso adecuados a sus reales posibilidades. Dicho organismo fue creado por acuerdo presidencial del 31 de octubre de 1979, entrando en vigor el 1 de noviembre del mismo año". (71)

Llegamos al régimen del Licenciado José López Portillo y al respecto Manuel Ramírez Blanco nos dice lo siguiente: "Se promulga con

(70) Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 31 de octubre de 1979.

(71) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit., Pp. 10-11.

fecha 15 de enero de 1976 la Ley Federal de Turismo, la cual faculta a la dependencia del ramo a emitir ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público sobre aquellas inversiones turísticas que a su juicio deban gozar de estímulos fiscales,⁽⁷²⁾ además de promover y estimular en coordinación con la Secretaría de la Reforma Agraria, la creación de empresas y desarrollo turístico comunal o ejidal.

Asimismo otorga competencia a la propia dependencia para formar, organizar y mantener actualizado el inventario turístico nacional, a promover en coordinación con las Entidades Federativas las zonas de interés y desarrollo turístico nacional, a otorgar el permiso de operación a los prestadores de este tipo de servicios y adoptar las medidas necesarias para impulsar el Turismo Social. Otro hecho relevante del régimen es la expedición del Plan Nacional de Turismo, que con fecha 4 de febrero de 1976 se publicó en el Diario Oficial de la Federación". (73)

En 1982-1988 gobierno del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado al igual que en los otros regímenes resaltaremos los puntos más importantes relacionados con el turismo, se sigue con la misma política del pasado régimen, principia su gestión con la reforma al artículo 26 constitucional; determina con ello la integración nacional de

(72) Decreto que dispone el otorgamiento de estímulos fiscales a la actividad turística. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 19 de octubre de 1981.

(73) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit., P. 12.

desarrollo democrático donde se marcan los lineamientos para el manejo de su política económica general que permitieron crear las condiciones adecuadas en el marco global político-social, así como las políticas sectoriales.

Se establece dentro de los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo para el sector turismo el Programa Sectorial de Mediano Plazo, denominado Programa Nacional de Turismo 1984-1988 por decreto presidencial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de febrero de 1986.

Resalta en este periodo la creación de un convenio entre la Secretaría de Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Turismo concerniente a la mano de obra que labora en el sector turismo, se define el alcance de los estímulos fiscales, así como los créditos de carácter preferencial, para promover la inversión de la planta turística, se formulan programas de capacitación y se realizan acciones con otras dependencias para la formación y desarrollo de nuestro turismo, surgiendo así en junio del 84 el Plan Nacional de Capacitación Turística, según informes de la Secretaría de Turismo, este Plan es llevado a cabo mediante brigadas móviles.

En 1986 resalta el Programa de Acción inmediata para Fomentar el Turismo. Por los problemas que había tenido nuestro país era necesario el fomento al turismo nos dice el Licenciado Antonio Enriquez Sa-

vignac.(74)Hoy en día con la nueva administración del Licenciado Carlos Salinas de Gortari, consideramos que el turismo tiene un futuro muy prometedor, tarea que le corresponde a un extraordinario político, Profesor Carlos Hank González que sin duda alguna hará un extraordinario papel como nos tiene acostumbrados.

A principios de este año jueves 4 de enero, cuando conocemos el cambio del Profesor Carlos Hank González de la Secretaría de Turismo para hacerse cargo de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, sustituyendo el joven político Pedro Joaquin Coldwell.

(74) Secretaría de Turismo, Informe de Actividades 1982-1988.

1.7 CONSIDERACIONES GENERALES

TURISMO PREHISPANICO

1. Podemos considerar que desde tiempos del emperador Moctezuma ya había turismo, que supone un desplazamiento humano temporal y voluntario sin objetivo de lucro.
2. Como binomio inseparable del turismo, las vías de comunicación a las cuales Moctezuma les da gran importancia, así mismo dispone de caminos eficaces de acuerdo a las necesidades de su imperio.
3. Los Hoteles Aztecas o también llamados albergues virreinales, la administración de ellos y el interés por parte del Estado hacía ellos viene a confirmar la existencia de un turismo prehispánico.

TURISMO EN LA NUEVA ESPAÑA

1. Hay una transformación del Hotel Azteca al mesón o venta característica de este período, saltando a simple vista la división por lo que a su administración se refiere, que es para los particulares las primeras autorizaciones que otorga el cabildo, quien regulaba y reglamentaba la actividad mesonera.
2. Hernán Cortés expidió en este período un arancel para venteros, donde se fijaba tarifas de hospedaje, alimentos y bebidas, hoy

este derecho es ejercido en nuestro país por la Secretaría de Turismo en lo que se refiere a la fijación de tarifas de hospedaje, alimentos y bebidas en hoteles y restaurantes.

3. Surge una clasificación de los mesones virreinales que aludía a la lucha de clases que aportó la conquista.
4. En este período se hacen presentes las peregrinaciones religiosas de la Virgen de Guadalupe y del señor de Chalma, así como también las ferias de Acapulco, San Marcos y San Juan de los Lagos con lo que podemos decir que sí hubo actividad turística durante este período.

TURISMO DE 1821 A 1920

1. Desde el inicio de la guerra de independencia hasta septiembre de 1821 hay decadencia en la agricultura, industria, comercio y el turismo en nuestro país está sujeto a mil proposiciones, sugerencias, iniciativas, proyectos y alternativas.
2. En las cambiantes estructuras del turismo, durante este período hay un desarrollo en los medios de transporte, tal es el caso de la arriería que se transformó en profesión social y económica, más tarde le siguen diligencias llegando a consolidarse como empresa transportista hasta llegar al gran impulso que el Presidente Porfirio Díaz le dio a los caminos de hierro.
3. Es hasta el siglo XIX cuando surge el ímpetu renovador de mesoneros y restauranteros surgiendo así los grandes hoteles, al

finalizar este siglo cuando se menciona y se conoce la palabra turista, registrandose las primeras excursiones de extranjeros en el territorio nacional por lo tanto es en este periodo cuando nace una nueva actividad conocida con el nombre de turismo.

TURISMO DE 1920 A 1940

1. En este período se consolida un gobierno institucional, hay una real participación del Sector Oficial como del Sector Privado, surgiendo en el año de 1922 la primera Asociación de Hoteleros de la ciudad de México, en 1926 aparece en nuestra legislación y se define jurídicamente al turista.
2. El Ing. Alberto J. Pani propone una Alta Comisión de Turismo y es hasta el gobierno del Licenciado Emilio Portes Gil cuando se crea la Comisión Pro-turismo participando el Sector Público y la Iniciativa Privada.
3. Surgen diversas leyes que reglamentan la actividad turística, algunas de ellas son: Ley de Migración del 30 de agosto de 1930, Ley Orgánica de la Comisión nacional de Turismo y su Reglamento del 13 de junio de 1932, Ley General de Población de 1936.
4. De 1930 a 1940 aquí la hotelería da los primeros pasos para transformarse en hotelería turística, surgen las primeras agencias de viajes, se registran las primeras corrientes de magnitud, una de ellas es la convención Rotary International con la que se pudo dar cuenta que se carecía de hoteles para albergar a un número considerable de turistas.

TURISMO DE 1940 A 1958

1. En este período se desarrolla aceleradamente el turismo, hay una franca política de apoyo y estímulo a las actividades turísticas, aprovechando las circunstancias reinantes en el mundo a causa de la segunda guerra mundial, siendo que los países europeos tradicionalmente turísticos interrumpieron su desarrollo turístico dedicándose a tareas de reconstrucción.
2. El Presidente Miguel Alemán, concede gran importancia a centros turísticos, inrumpiendo nuestro país en el mercado mundial del turismo, alcanzando con esto un desarrollo considerablemente trascendental en el desarrollo del turismo mexicano.
3. Ejemplo de este desarrollo son el surgimiento de diversas asociaciones, se funda la primera Escuela Hotelera (hoy Escuela Mexicana de Turismo), surge la primer Ley Federal de Turismo en diciembre de 1949, surge el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo.

TURISMO DE 1958 A NUESTROS DIAS

1. En esta etapa se crea el Instituto de Investigaciones de Turismo que en coordinación con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Universidad Nacional Autónoma de México y el Consejo Nacional de Turismo asumen la tarea de estudiar en forma sistemática y permanente el fenómeno turístico con lo que nos viene a confirmar que en esta etapa hay una tecnificación del turismo.

2. En el régimen del Licenciado Luis Echeverría Álvarez el turismo cobra una gran relevancia en el desarrollo económico y social del país, nace la Secretaría de Turismo, surge el Fideicomiso denominado Fondo Nacional del Turismo (FONATUR) y el Fideicomiso para el turismo obrero (FIDETO).
3. En el régimen del Licenciado José López Portillo, es tratado en forma especial al turismo, otorgándole estímulos fiscales a las inversiones turísticas.
4. En el régimen del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, le concede cierta atención a la mano de obra que labora en el sector turismo y a la captación turística, surgiendo así en junio del 84 el Plan de Capacitación Turística.
5. Hoy en día con la reciente administración del Presidente de la República Mexicana Licenciado Carlos Salinas de Gortari quien tuvo el acierto de designar como titular al extratalentoso político Profesor Carlos Hank González al frente de la Secretaría de Turismo, vimos grandes impulsos al sector turismo.

CAPITULO 2

EL MEXICANO Y EL TURISMO

2.1 LA CAPACITACION E INFORMACION DEL TURISMO EN MEXICO

Antes de empezar a desarrollar a groso modo este apartado consideramos de importancia especial señalar algunas acepciones que se han dado de "Capacitación" y "Turismo".

Capacitación: "Adiestramiento para determinada actividad". (75)

Capacitación: "Hacerse apto para una cosa". (76)

Capacitación: "Habilitar, tener aptitud o disposición para hacer algo". (77)

Capacitación: "Es facilitar al individuo la adquisición de reconocimientos, habilidades y actividades que requiere para integrarse como trabajador al esfuerzo productivo de la nación". (78)

(75) Ramón García, Pequeño Larousse, P. 42.

(76) Alejandro Gómez de Parada, Diccionario Porrúa de la Lengua Española, P. 51.

(77) Selecciones de Reader's Digest, Gran Diccionario Ilustrado, P. 65.

(78) Héctor Manuel Romero, La enseñanza del turismo en México, P. 28.

A continuación mencionaremos algunas acepciones de turismo tomadas de la obra "El turismo fenómeno social", de Oscar de la Torre Padilla.

Arthur Haulot. "Advierte que el vocablo tour tiene posiblemente un origen hebreo, ya que en la Biblia aparece que Moisés envió a la tierra de Cannán a un grupo de representantes, para visitarla y recabar la información necesaria respecto a características generales del lugar. Aún cuando la palabra tur ya se usa como sinónimo de "viaje de vanguardia", "reconocimiento" o "exploración".

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

Troisi (italiano). "El turismo es un conjunto de traslados temporales de personas, originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales".

la Unión Internacional de Organismo Oficiales de Turismo (actualmente Organización Mundial de Turismo). "Es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocio o profesionales".

Oscar de la Torre Padilla (mexicano). "El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de

individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural". (79)

Nos dice Oscar de la Torre Padilla que "a medida que el turismo se ha convertido en factor de desarrollo socioeconómico, se ha planteado la necesidad de capacitar más adecuadamente a un número mayor de personas, para importante actividad. Es innegable la necesidad de contar con personal que afrente con decoro la administración, operación, supervisión y prestación de los servicios, así como con técnicos capacitados específicamente para definir políticas y estrategias de desarrollo". (80)

Por lo que corresponde a este apartado nos encontramos que el maestro Héctor Manuel Romero nos dice "que México llegó tardamente a la Capacitación Turística, ya que particularmente en la década de los años cuarentas el desarrollo turístico se aceleró y el ritmo de su crecimiento superó a la máxima velocidad con la que se empezó a implementar una estructura destinada a la formación de recursos humanos. Sin alternativa, hubo entonces de recurrir a la improvisación, tendencia

(79) Oscar de la Torre Padilla, El Turismo Fenomeno Social, Pp. 15-19.

(80) Ibid., Pp. 78-79.

que gradualmente se ha atemperado, pues en el área empresarial existe una cabal forma de conciencia de la importancia de la tecnificación de la fuerza de trabajo. En los años treinta algunos sindicatos del ramo turístico crearon centros de capacitación para sus afiliados y varias empresas hoteleras elaboraron manuales para los cuadros de personal de servicio. Luego, un reducido número de personas salió al extranjero a capacitarse en la operación de servicios turísticos y a su regreso a México, ocuparon posiciones en cuadros medios y niveles ejecutivos en la rama turística.

Nos sigue diciendo el maestro Héctor Manuel Romero que "En los primeros años del gobierno del Presidente Miguel Alemán (1947) se proyectó la creación del primer plantel especializado que, con la Asociación Mexicana de Hoteles, cristalizaría en noviembre de 1953 con la fundación de la Escuela Hotelera, hoy Escuela Mexicana de Turismo, cuya finalidad sería la de formar el personal para cuadros medios de las ramas hotelera y gastronómica. En marzo de 1962, la Asociación Mexicana de Hoteles bajo patrocinio operaba dicha escuela, decidió renovarla, acorde con las exigencias modernas... Para ello, determinó poner dicha escuela bajo la dirección de un patronato, presidido desde entonces por Don Armando Ruiz e integrado por representantes de los sectores obrero, público y privado, elaborándose para ello diferentes estudios técnicos destinados a lograr la reestructuración del plantel.

El antecedente de la escuela tuvo repercusión en el interior del país, donde con la colaboración de los gobiernos estatales, en diferentes

universidades se crearon escuelas y centros de capacitación para diversas especialidades turísticas, siendo la Universidad Autónoma del Estado de México la que en 1959, inauguró en Toluca esta participación Universitaria en el campo de la capacitación turística. Fue entonces también, cuando el Instituto Mexicano del Seguro Social (1965) empezó a concurrir en la capacitación técnica para trabajadores de servicio en niveles primarios. Hasta entonces ausente, el sector público, a través de la dependencia responsable de la enseñanza, la Secretaría de Educación Pública, ingreso en el campo de la capacitación turística como consecuencia, tanto de los requerimientos que en materia de personal técnico registraba la actividad turística en todas sus áreas de trabajo, como de la convicción de que si bien el empirismo pudo explicarse en los primeros años de desarrollo turístico, para entonces ya no se justificaba". (81)

En la obra Enciclopedia Mexicana del Turismo VI del maestro Héctor Manuel Romero, nos señala que "en 1972, el patronato de la Escuela Mexicana de Turismo y la coordinación de Enseñanza Turística de la Secretaría de Educación Pública convocaron la Primera Reunión Nacional para la Coordinación y Regionalización de la Enseñanza del Turismo en México, evento primero en su género que, ya a nivel técnico, sentó las bases para racionalizar su impartición en México.

(81) Héctor Manuel Romero, ob.cit., Pp. 11-21.

En esa reunión se elaboró un documento que, por primera vez, contempló integralmente la enseñanza turística en dimensión nacional, con sentido de regionalización, con enfoque técnico-pedagógico y con objetividad derivada tanto de la realidad del mercado laboral como de la consulta que se hizo de la problemática turística entre prestadores de servicios turísticos. Este documento se llamó "Una estructura para la Capacitación Turística a Nivel Nacional", fue preparado por la Coordinación de Enseñanza Turística de la Secretaría de Educación Pública. Un año más tarde, en enero de 1973 la Dirección General de Planeación y Recursos del Departamento de Turismo, hoy Secretaría de Turismo, con la participación de la Secretaría de Educación Pública y el Instituto Mexicano del Seguro Social celebró la Primera Reunión Nacional de Centros de Enseñanza Turística, que institucionalizó la responsabilidad del sector público en la tecnificación turística". (82)

Nos sigue diciendo el maestro Héctor Manuel Romero que "al entrar en vigor - enero de 1975 - la Ley Federal de Fomento al Turismo, se facultó a la Secretaría de Turismo a "crear, sostener, autorizar, dirigir, fomentar y promover con la Secretaría de Educación Pública, escuelas y centros de capacitación nacionales y regionales con base en las necesidades del personal técnico y especializado destinado en materia turística.

(82) Héctor Manuel Romero, Enciclopedia Mexicana del Turismo, Tomo VI, Pp. 146-148.

El 18 de abril de 1978 se creó por decreto presidencial la Dirección General de Capacitación Turística. Los objetivos de esta Nueva Dirección General fueron, entre otros, diseñar acciones que contribuyeran a resolver, en el campo de la formación de recursos humanos para actividad turística. Por otra parte, durante el mismo mes de abril de 1978 fue reformada y adicionada la Fracción XIII del apartado "A" del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reforma y adición que señalaron que "las empresas", cualquiera que sea su actividad, estaran obligadas a proporcionar a sus trabajadores capacitación y adiestramiento para el trabajo". (83)

Y para concluir este apartado nos señala el maestro Héctor Manuel Romero que "gracias al favorable clima para la enseñanza metodizada en las diferentes ramas del quehacer turístico y la capacitación en planta propició un ambiente de euforia e incremento de la demanda de enseñanza y capacitación, incremento que también auspició un fenómeno desordenado de oferta muchas veces fraudulenta e inspirada en afanes de mercantilismo desenfrenado por parte de pseudoeducadores.

Para atender esta irregularidad, la propia Secretaría de Turismo, a través de su Dirección General de Capacitación Turística, propuso modificar el reglamento interior de dicha dependencia que hasta entonces, contribuía a propiciar la anarquía al facultarla a "crear,

(83) Ibid., Pp. 150-152.

sostener, autorizar, dirigir, fomentar o promover, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, escuelas y centros de capacitación nacionales y regionales", así, renunciando a esta atribución y reconociendo que tocaba al Sector Educación cumplir con estas tareas, en la Ley Federal de Turismo aprobada el 29 de diciembre de 1979 se señaló una reordenación saludable; la Secretaría de Turismo operaría sólo como "promotora de enseñanza y de capacitación", reconociéndose y respetándose la facultad de la Secretaría de Educación Pública de reglamentar las acciones de los particulares en la enseñanza a fin de impedir el fraude que cometían - y cometen - los pseudocentros educativos". (84)

Nos sigue diciendo el maestro Héctor Manuel Romero que "otra acción importante para neutralizar el engaño fue emprendida por la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C., al crear su unidad de Capacitación en 1981 y que desde entonces, institucionalmente, contribuyen a regular la oferta de capacitación, asaltada en un principio por falsos expertos en la rama turística". (85)

(84) Idem.

(85) Idem.

2.2 LA PROMOCION Y CONCIENCIA TURISTICA

En la obra "Sociopsicología del Turismo" de Héctor Manuel Romero nos señala "ayer fueron las grandes migraciones de un lugar a otro del planeta. Pueblos enteros abandonaban su suelo en busca de mejor clima, de mejores pastos, de mejores aguas o expulsados por pueblos más fuertes que se adueñaban de las tierras que aquellos ocupaban. Así nacieron nuevas civilizaciones y nuevas culturas.

Ayer viajó el hombre. También el hombre viaja hoy. ¡Cuán distintas, sin embargo, las características y condiciones entre sus viajes de antaño y hogaño!...

Antaño eran los dilatados preparativos, las despedidas acongojadas, las rutas inseguras -traicionero el mar, caprichoso el viento, en acecho el asaltante -, las tediosas travesías, el retorno problemático. En compensación, no había necesidad de pasaporte, ni de visa, ni de adquirir moneda extranjera. Hogaño son la decisión y las partidas rápidas, el asiento confortable, la llegada cronométrica, el regreso preciso... Pero, en oposición, hoy abundan las formalidades de salida y entrada que el viajero debe acatar...

Antes de abordar un ferrocarril o un vapor se tenía la impresión de que se iba a lugares remotos. Hoy, el avión lo succiona a uno, y

en un abrir y cerrar de ojos nos deposita en el extranjero, como si fuéramos en un torpedo o en una saeta de aluminio, por sobre las nubes, desafiando vientos y borrascas, atravesamos mares y continentes al impulso de diez mil caballos de fuerza.

La vida es un continuo ir y venir de "aquí" a "allí" y del "ahora" a "antes" o "después", cada instante de la vida del hombre es un paso de su viaje por el universo exterior o el universo interior... El hombre viaja hasta en sus sueños, por eso sueña tanto con el viajar y tanto sueña cuando viaja". (86)

Creemos que para el mejor entendimiento de este apartado, es necesario apuntar lo que nos dice el maestro Héctor Manuel Romero acerca de la "Teoría del Desplazamiento Humano, que la enuncia de la siguiente manera: El desplazamiento del ser humano se realiza en función directa de sus necesidades y deseos y en función inversa de las limitaciones de su libertad.

De acuerdo con dicha teoría, son susceptibles de inferirse los siguientes postulados:

1. El hombre se mueve de acuerdo con las exigencias de sus necesidades y deseos, pero sólo ira hasta donde se lo permitan las posibilida-

des de su libertad.

2. El hombre actúa de acuerdo con sus necesidades y sus deseos.
3. Las necesidades y deseos determinan los actos humanos.
4. El hombre no ira más allá de lo que tiene, pues, sabe o quiere.
5. El hombre actúa en ejercicio de su libertad.
6. La libertad condiciona los actos del ser humano.
7. La libertad humana es una libertad condicionada.
8. Las posibilidades condicionan la libertad condicionada.
9. El hombre ira tan lejos como se lo exijan sus necesidades y deseos, pero no ira más lejos de las posibilidades que le conceda su libertad.
10. Las posibilidades de la libertad son limitaciones de la libertad.
11. El hombre es un viajero por naturaleza, porque los satisfactores de sus necesidades y deseos están fuera de sí mismo.
12. El desplazamiento humano es, en primer lugar, desplazamiento desde sí mismo hacia afuera y, por lo mismo, conciencia de ese desplazamiento.
13. Para el hombre, el objeto, fin o término del desplazamiento no es otra cosa que sí mismo, pues si fuera otra cosa el ser humano no se desplazaría. Es necesaria esta distinción entre el sí mismo del hombre y lo otro que no es el sí mismo para que realice el desplazamiento.
14. Viajar auténticamente es partir de lo conocido a lo desconocido, de dentro hacia afuera, del interior del hombre en sí mismo a lo exterior de lo otro que no es ese sí mismo.
15. El viaje es un tránsito del hombre, en el cual se opera una

transición entre las experiencias de lo conocido y las experiencias por conocer y, por lo mismo, es una operación transitoria en la que el hombre constituye una síntesis entre lo que ya era conocido y los nuevos conocimientos adquiridos.

16. El viaje necesariamente progresa en cuanto a nuevas experiencias fundada en la elección de objetivos conforme a valores de mayor alcurnia.
17. Es eterna la aspiración del hombre de satisfacer sus necesidades y deseos, en tanto que son históricas las limitaciones de su libertad para alcanzar esos mismos satisfactores. Aquélla es ideal y abstracta, mientras que éstas son materiales y concretas".(87)

Nos sigue diciendo el maestro Héctor Manuel Romero que "se viaja por mil motivos psicológicos que varían de un individuo a otro ya un dentro del propio individuo según las circunstancias y la capacidad de que se dispone en un momento dado, de acuerdo con el tiempo, los recursos económicos y las circunstancias que integran la constelación de un estado psicológico personal". (88)

Respecto a la psicología⁽⁸⁹⁾ del turismo nos dice Oscar de la Torre Padilla que "casi toda persona es aficionada a viajar, a practicar el

(87) Héctor Manuel Romero, Enciclopedia..., Tomo VII, Pp. 78-79

(88) *Ibid*, P. 80.

(89) Psicología es la ciencia que estudia los fenómenos de la conciencia y el inconsciente (sensaciones, instintos, reflejos, inteligencia, parte de la filosofía que trata el alma, sus facultades y operaciones, manera de sentir de una persona, de un pueblo). Ramón García, *Op. cit.*, P. 825.

turismo actitud que se manifiesta en múltiples y variadas formas, de acuerdo con la estructura socioeconómica del sujeto de turismo y de la influencia ejercida en ella a través de la promoción. La práctica del turismo tiene tal atractivo, que nadie es capaz de oponer resistencia ante la posibilidad de viajar, de disfrutar de los beneficios que supone desvincularse por un tiempo del ambiente rutinario en que se desenvuelve". (90)

Luis Fernández Fuster señala lo siguiente: "El fenómeno humano, individual y colectivo, el turismo constituye un gran capítulo dentro de la psicología... la técnica del turismo deberá apreciar y aprovechar el conocimiento psicológico sobre el comportamiento del individuo y de la masa; las motivaciones del viaje; las tendencias hacia puntos determinados; el sentido gregario o la independencia personal; la influencia de la mujer y de los hijos; la psicología étnica o determinadas creencias religiosas o políticas, etc..."

Esta aplicación es importante desde el punto de vista teórico para mayor conocimiento del fenómeno turístico, tiene una inmediata aplicación práctica en la promoción turística". (91)

Después de haber visto diferentes puntos de vista referente a la psicología del turismo por distintos especialistas en la materia,

(90) Oscar de la Torre Padilla, El Turismo Fenómeno Social, P. 109.

(91) Luis Fernández Fuster, Teoría y Técnica del Turismo, Tomo II, P. 344.

tocaremos la "Promoción Turística", a este respecto nos señala Manuel Ramírez Blanco que "el desencadenamiento de la corriente turística hacia un lugar receptor se debe sin duda alguna a múltiples factores, motivaciones que tienden a ser fijados por la promoción turística del propio centro o lugar de origen para inducir así, los realizados por razones de tiempo libre vacacional.

Nos sigue diciendo Manuel Ramírez Blanco que "la promoción turística es una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejoría de las operaciones de la industria, que lo aprovecha con fines de explotación económica. Es decir la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas en base a inversiones de capital, uso de equipo y técnicos administrativos, y también activar el desplazamiento turístico, con los medios de difusión más idóneos". (92)

Oscar de la Torre Padilla nos dice: "El moderno concepto de promoción tiene una acepción muy amplia, ya que su connotación no sólo se orienta a la conquista del cliente - efectos económicos -, sino que deja suponer que su labor se encamina también a lograr efectos de carácter social y cultural.

(92) Manuel Ramírez Blanco, Teoría General del Turismo, P. 100.

La promoción es uno de los principales factores para convertir demanda potencial efectiva... La corriente activa de viajeros se nutre del conjunto de personas cuyas posibilidades y ánimo de viajar ha sido motivado por el deseo de visitar determinado lugar... La corriente turística potencial, por el contrario, es aquella que no se ha desplazado a determinada localidad, por no habersele proporcionado algún estímulo, necesario aun cuando disponga de medios para hacerlo. Por otra parte, la labor promocional se cumple también con objeto de conformar, en los habitantes del núcleo receptor, una estructura mental, adecuada para acoger favorablemente al viajero, con lo cual se pretende cultivar un ambiente hospitalario". (93)

Hemos de referirnos ahora a los instrumentos de que se vale la promoción con objeto de capitalizar el deseo generalizado del hombre de nuestro tiempo a desplazarse hacia otros lugares.

Nos señala Manuel Ramírez Blanco que "los instrumentos de que se vale la promoción turística para activar el desplazamiento humano temporal son:

LA PUBLICIDAD O PROPAGANDA, Y
LAS RELACIONES PUBLICAS

(93) Oscar de la Torre Padilla, Ob. cit. Pp. 109-110.

Publicidad o Propaganda, constituye un hecho unificado, dado que, no se puede propagar sin publicar, ni publicar sin propagar; entendiéndose como la técnica que se vale de los medios de difusión masiva para hacer notorio y deseable el consumo o disfrute de algún bien o servicio de los atractivos y servicios turísticos". (94)

El tratadista español Luis Fernández Fuster nos dice en lo referente a la PUBLICIDAD O PROPAGANDA: "Constituye un hecho unificado, es en resumen, el mismo concepto no se puede propagar sin publicar, ni publicar sin propagar, el uso, sin embargo, ha dado a la primera acepción un sentido más amplio y genérico; y a la segunda uno más específico y se refiere concretamente a las actividades mercantiles. Así se habla de propaganda religiosa, política, etc., y de publicidad comercial.". (95)

De lo apuntado con anterioridad debemos entender en nuestro trabajo a la Publicidad como Propaganda y a la Propaganda como Publicidad.

En lo referente a los instrumentos que se emplean en la promoción Oscar de la Torre Padilla nos señala "los encontramos en la propaganda turística, que en su aspecto más general tiende fundamentalmente a dar a conocer la disponibilidad de la oferta, así como su importancia, calidad y orientar los deseos y necesidades de la demanda". (96)

(94) Manuel Ramírez Blanco, Ob.cit. P. 100

(95) Luis Fernández Fuster, Ob. cit. P. 339.

(96) Oscar de la Torre Padilla, Ob. cit. P. 110

Manuel Ramírez Blanco nos dice que "los medios de difusión de que se vale la publicidad por su realización son: prensa, periódicos, revistas, folletos, libros, posters, cine, radio, televisión, correo, aparadores y stands en ferias y exposiciones, ya sean permanentes o eventuales, el grado de su combinación y utilización dependen del tipo y magnitud de la campaña publicitaria, ambos derivados del grupo social a promover". (97)

Si bien es cierto que los medios de difusión de que se vale la publicidad para su realización son: prensa, periódicos, revistas, folletos, libros, posters, cine, radio, televisión, etc. Pero no hay que pasar por alto y es necesario que lo señalemos en nuestro trabajo lo que nos dice el tratadista español Luis Fernández Fuster "el más importante medio de difusión de la publicidad que no se debe pasar desapercibido es la Publicidad o Propaganda que efectúan los propios turistas que visitan.

Las impresiones de su viaje, son reactivo, la impresión, buena o mala de un turista crea una atmósfera, a favor o en contra de la corriente turística hacia ese país". (98)

Por lo que toca a la Publicidad o Propaganda del propio turista, en la obra "Enciclopedia Mexicana del Turismo" de Héctor Manuel Romero

(97) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit. P. 101.

(98) Luis Fernández Fuster, Ob. cit. P. 341.

nos indica "el turista anda, ve, observa, oye, lee, husmea, inquiere, dialoga, anota, compara, reflexiona, acumula conocimientos y experiencias con los que luego hace su propia síntesis. El turista es parte de su pueblo y de la humanidad. Desparrama por el mundo las noticias de su pueblo y lleva a su pueblo lo que ha visto y oído en sus viajes por el mundo... Es puente de información e inteligencia entre los pueblos y la humanidad". (99)

Relaciones Públicas: Oscar de la Torre Padilla señala "es la actividad promocional que se organiza mediante la información y el contacto personal. Sus propósitos fundamentales son promover el consumo de los servicios turísticos, lograr una participación conjunta entre los diferentes sectores que actúan en el campo de su actividad; ofrece una imagen positiva hacia determinado producto o localidad, y provocar la repetición de la compra. Para tal efecto, el trabajo de las Relaciones Públicas incluye entre otras las siguientes actividades: conferencias de prensa, viajes de familiarización, cokteles de acercamiento, etcétera.". (100)

Manuel Ramírez Blanco señala "Relaciones Públicas corresponde a una función ejecutiva de carácter permanente que permite, a través de la información personal, oral o escrita, la comunicación para lograr:

(99) Héctor Manuel Romero, Enciclopedia... Tomo VII, P. 78
(100) Oscar de la Torre Padilla, Ob. cit., P. 113

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

1. La difusión de los atractivos y servicios turísticos.
2. La colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y entre éstos y las autoridades gubernamentales turísticas". (101)

Antes de referirnos propiamente a la "Conciencia Turística", es de importancia especial señalar lo que nos dice el maestro Héctor Manuel Romero en su obra "Sociopsicología del Turismo", "el individuo que transitoriamente abandona su hogar y practica el turismo va, allende sus propias fronteras, buscando contrastes, emociones distintas, paisajes diferentes, cambios fundamentales en la forma de entender la vida, la gente y las cosas. Pero por encima de esta búsqueda de valores contrastados con los suyos propios, anhela una atmósfera de cordialidad, de amistad, que el caso de México puede resumirse en una palabra: hospitalidad, elemento de conducta presente desde siempre en la psicología del mexicano. No en balde Hernán Cortés se sorprendió, y así lo comunicó al Rey de España en una de sus célebres Cartas, que de trecho en trecho, de jornada en jornada, en los caminos nativos del Anáhuac existía una casa convenientemente dotada de techo, leña, alimentos y agua destinada a los viajeros que ocasionalmente transitaban por esos caminos y necesitaban reposar de su fatiga. Y que el abastecimiento de estas casas corría a cargo de los vecinos quienes, sin esperar pago alguno, mantenían siempre en servicio a esos establecimientos,

(101) Manuel Ramírez Blanco, Ob. cit., P. 101.

verdadero antecedente de nuestros mesones virreinales y expresión histórica de la hospitalidad que México brinda al viajero. Y apenas el viajero azteca abandonaba ese refugio de hospitalidad, los vecinos se apresuraban a reabastecer ese hogar transitorio dedicado, con abnegada hospitalidad, al huésped anónimo, antecedente también, de lo que hoy denominamos "Conciencia Turística". (102)

El maestro Héctor Manuel Romero nos dice que Conciencia Turística "es la actividad mental adecuada que debe normar nuestros actos, individuales y colectivos, y que debe operar en tres sentidos: en nuestras relaciones y contactos con los turistas, ante quienes suministran los servicios turísticos y en lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico.

En relación con los turistas debe considerarse el trato amable y cortés y la absoluta honradez y equidad en las transacciones comerciales que con ellos se celebren. Es decir: tener pleno conocimiento del bien que podemos hacerle y del mal que debemos evitarle, todo ello dentro de un clima de dignidad, acorde con el sentido de la hospitalidad mexicana y nunca a niveles de servilismo. Este respeto debido al extranjero supone, negativamente, no despreciarlo, no hacerle desaires, no abandonarlo en la necesidad; positivamente significa buena educación,

(102) Héctor Manuel Romero, Enciclopedia..., Pp. 95-96.

comprensión simpática, atenciones. Quiere decir, en suma, que se tiene el sentido correcto de nuestros propios intereses, pues si el turista y el país receptor se sirven mutuamente, es sobre todo el turista el que aventaja al país, que hay demasiadas tierras en el mundo que están deseosos de recibir a los visitantes extranjeros.

El trato que se debe brindar al turista ha de comenzar a ofrecérsele en la frontera misma, pues es de capital importancia la primera impresión que se recibe. Debe hacer una capacitación especial referida a las exigencias turísticas para todas aquellas personas que de una manera o de otra tienen que ver con los visitantes, debe también impartirse una educación de este género no solamente entre quienes trabajan en los servicios turísticos, sino entre todos los ciudadanos. Es un aspecto de civismo que los niños han de aprender desde la escuela primaria todo promotor de turismo". (103)

Si bien es cierto, que es considerado en nuestro país al turismo como una de las principales fuentes de divisas, después del petróleo, considero que el turismo, no es sólo una fuente de divisas, una fuente de riquezas o una industria de transporte y hoteles como piensan algunas personas dedicadas a esta actividad, sino que debemos tomar conciencia en nuestro pueblo que es algo de mayor trascendencia, a este respecto

(103) Ibid., Tomo VII, P. 85.

nos tomamos la atribución de transcribir lo que nos indica el maestro Héctor Manuel Romero "El turismo, es sobre todo, un florecimiento de la civilización, una manifestación humana que nace cuando la cultura de un pueblo logra obtener excedentes de energías sociales y económicos e intereses vitales por encima de las necesidades imprescindibles para la estabilidad y el sustento. El turismo es síntoma inequívoco de la felicidad del hombre. Es casi - diríamos - un medio de transmitir y compartir la felicidad entre los pueblos". (104)

Acerca de la "Concientización Turística", lo que no debemos pasar desapercibido y que se le debe tomar una importancia especial en nuestro país, lo resume el maestro Armando herrerías en una sola frase "EXPLO-TEMOS EL TURISMO, NO AL TURISTA".

¿Acaso podemos decir que en nuestro país se ha concientizado o llevan en la mente esta frase, las distintas personas dedicadas ha esta actividad? mucho me temo que no !!!

Nos dice el maestro Armando herrerías "por tradición y convicción, por lo que señores que hay en nosotros tratemos entonces al turista como si fuera el huésped de honor, que lo es de nuestro hogar. Ofrecá-mosle las más ricas viandas quien más da, y es más honrrado aquel que

en buena hora honra al que merece, seamos atentos pero no sumisos. Nuestra dignidad está en juego en nuestro trato.

Pensemos el turismo no se lleva nada, y sí a cambio en lo material todo lo deja. Aquí se queda la iglesia y la pirámide, el volcán, el valle, nuestro cielo y nuestro mar, el centro de hospedaje, los caminos del aire y de la tierra. Se lleva sin embargo, lo más importante de nosotros; el recuerdo de nuestras cosas y el buen o mal trato que en su visita ofrecimosles... Al fin de cuentas resulta el mejor o peor propagandista de México, el más efectivo de los embajadores, el óptimo o el acérrimo enemigo... Ello depende de todos, de cada uno de los mexicanos llevemos en la mente, y recuerdelo usted también que el lema en el escudo de nuestra bandera turística sea:

"EXPLOTEMOS AL TURISMO, NO AL TURISTA". (105)

Ya para concluir este apartado, señalaremos lo siguiente de todo lo que hemos apuntado con anterioridad ¿La conciencia turística debe llegar a todas las ramas de la sociedad a todos los individuos?. Sí!, pero su creación no es tarea rápida ni fácil, ni mucho menos ausente de problemas. Sin embargo, siendo necesaria y hasta imperiosa, se le debe dar una gran importancia por parte de nuestro gobierno, estamos seguros que disponemos de los medios, canales adecuados para establecer

(105) Armando Herreras, Una Visión al ..., Pp. 71-72.

el diálogo permanente con el pueblo mexicano para llegar a nuestro fin: a la psicología del mexicano.

Es necesario para llegar a la psicología del mexicano en lo referente a la conciencia turística, se implemente una estrategia publicitaria donde se hace recomendable la aplicación de los medios de información masiva; a éstos se pueden sumar otros en los que puede producirse impactos más duraderos y eficientes.

Para que los impactos sean más duraderos y eficientes se debe impartir una educación turística que deberá ir desde la escuela primaria, (106) pasando por la Escuela Secundaria, Enseñanza Media y Escuelas Especializadas hasta la Enseñanza Superior y Agrupaciones que se dediquen o interesen en este tipo de actividades de esta índole.

Para acreditar turísticamente a un país se requiere mucho tiempo, mucho esfuerzo, mucho dinero, mucho tezón. Para desacreditarlo basta un error ¡No lo cometamos!.

(106) El Gobierno Español, a través del Ministerio de Información y Turismo editaron un manual llamado el "ABC del Turismo o Cartilla Turística 1968", mismo que dirigió a alumnos de escuelas primarias, más tarde este manual fue editado masivamente para reparto gratuito. Luis Fernández Fuster, Ob. cit., P. 487.

2.3 LA INFORMACION DEL TURISMO EN MEXICO

En el anterior apartado hablamos de una manera muy general de la promoción turística y de los instrumentos de que se vale para activar el desplazamiento humano temporal (Turismo), entre los instrumentos vimos la publicidad y sus medios de los cuales se vale para su realización, dentro de la publicidad como uno de sus fines últimos, es el de informar, ya de una manera muy acertada lo señaló nuestro expresidente de la República, Lic Gustavo Díaz Ordaz "Un pueblo bien informado se conoce así mismo",⁽¹⁰⁷⁾ por lo que consideramos de importancia y no podemos dejar de tratar en nuestro trabajo a groso modo la información del turismo en nuestro país.

Antes de concretarnos al desarrollo de este apartado, retomaremos algo de la publicidad por que publicidad e información son un binomio inseparable, refiriendonos a la publicidad, el tratadista español Luis Fernández Fuster nos dice "hay dos tipos de publicidad turística, la publicidad de atracción y publicidad de información, la primera va destinada a captar un público desconocido y tiene por objeto mostrarle los elementos diferenciales y los atractivos de todo orden que puede inducir al futuro turista; y la segunda va dirigida tanto al cliente

(107) Rafael González A. Alpuche, Temática y Legislación Turística, P. 402.

"ya trabajado" por la anterior como el que se halla en camino o en el mismo núcleo receptor. La primera es presentación de núcleo; la segunda es un conjunto de datos sobre el mismo: servicios de museos y de transportes, precios de servicios, direcciones útiles, planos de ciudades". (108)

Nos sigue diciendo Luis Fernández Fuster ahora en lo referente a la información turística "hay dos tipos de información turística que son la oral y la impresa; la oral se efectúa sobre el turista potencial decidido, mientras que la impresa va dirigida al potencial sin decidir". (109)

El ilustre Dr. Rafael González A. Alpuche en su obra "Temática y legislación turística" nos señala lo siguiente de la información "el aspecto información consiste simplemente, en enterar, hacer del conocimiento general un hecho, un suceso, cualquiera por escrito, por fotografía, o bien utilizando los dos medios a la vez. En este hecho puede intervenir un extraño, es decir un extranjero". (110)

De lo apuntado con anterioridad podemos decir que la información turística es uno de los puntos de la política de promoción, a la cual se le debe de dar un apoyo total de parte del gobierno, tanto a nivel internacional como nacional.

(108) Luis Fernández Fuster, Ob. cit. Tomo II., Pp. 348-349.

(109) Ibid., Pp. 401-402.

(110) Rafael González A. Alpuche. Ob.cit., P. 397.

En nuestro país la ardua labor de información turística, esta encomendada a la Secretaría de Turismo a través de sus direcciones, en especial la labor la efectúan la Dirección General de Servicios al Turismo, Dirección General de Promoción Nacional, Dirección General de Promoción Internacional y Coordinaciones Regionales de Delegaciones de Turismo, Delegaciones de Turismo, Representaciones en el Extranjero.

A continuación veremos de manera general estas Direcciones y su labor específicamente en la información turística:

Dirección General de Servicios al Turismo: organiza, controla y difunde la información que se proporciona al público, para orientarlo en materia turística.

Dirección General de Promoción Nacional: diseña e instrumenta campañas de promoción y publicidad turística dentro del territorio nacional y define las estrategias que correspondan en razón de los grupos a las que se encuentren dirigidas, previa realización de los análisis socio-económicos y de factibilidad que se requieran. Diseña y elabora el material promocional e informativo de carácter turístico que requieran las campañas publicitarias dentro del territorio nacional.

Dirección General de Promoción Internacional: diseña e instrumenta campañas de promoción y publicidad turística en el extranjero, así como las relaciones públicas fuera del país; y define las estrategias que correspondan en razón de los grupos a las que se encuentren dirigidas,

previa realización de los análisis socio-económicos y de factibilidad que se requieran. Diseña, elabora y distribuye el material promocional e informativo de carácter turístico que requieran las campañas publicitarias en el exterior.

Coordinaciones Regionales de Delegaciones de Turismo y Delegaciones de Turismo: estas operaran o llevarán a cabo sus actividades de información de conformidad con el acuerdo expedido⁽¹¹¹⁾ por el titular de la Secretaría dentro de la circunscripción territorial que expresamente se les determine.

Las Representaciones de Turismo en el Extranjero: distribuyen la información y publicidad turística en el exterior, además de establecer las relaciones con agencias de viajes, operadores y mayoristas en el exterior; estas actividades las realizan en coordinación con las representaciones diplomáticas y consulares a cargo de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Las Representaciones de Turismo en el Extranjero tendrán la circunscripción territorial que expresamente se les fije, el desarrollo de sus actividades son efectuadas de conformidad con los lineamientos que determine la unidad central de la Secretaría.

(111) Acuerdo que determina el número, ubicación, circunscripción territorial, atribuciones y actividades que llevarán a cabo las Coordinaciones Regionales de Delegaciones de Turismo y las Delegaciones de Turismo; publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 2 de enero de 1985.

Ahora señalaremos a las personas físicas que proporcionan la información en el interior de la República Mexicana, estas personas son llamados Guías de Turismo,⁽¹¹²⁾ que tienen que estar autorizadas por la Secretaría, para que ellos proporcionen a los turistas la orientación e información profesional sobre el turismo nacional, así como otros servicios. Ya se mencionó a las personas físicas pero consideramos que también las personas morales Agencias de Viajes⁽¹¹³⁾ proporcionan el servicio de información tanto nacional como internacional.

(112) Se publicó en el Diario oficial de la Federación el Reglamento de Guías de Turistas, el 17 de noviembre de 1988, donde establece las disposiciones que deberán observar las personas dedicadas a esta actividad.

(113) Se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento de Agencias de Viajes el 16 de agosto de 1984, donde establece las disposiciones que deberán observar las personas morales dedicadas a esta actividad.

2.4 CUADRO COMPARATIVO DE LAS ESCUELAS MEXICANAS DE TURISMO

La actividad turística ha venido desarrollandose, hoy es considerada como elemento importante de desarrollo en función de la serie de beneficios económicos, sociales y culturales que reporta para nuestro país.

Es precisamente este aspecto de desarrollo de la actividad turística la que la coloca en un ámbito preponderante en nuestro país, resulta de suma importancia en las políticas marcadas por los responsables del desarrollo del turismo.

Con anterioridad vimos en nuestro trabajo primer capítulo apartados 1.5 y 1.6 el surgimiento de las primeras escuelas turísticas por tal motivo no podemos detenernos. Es aquí donde las instituciones dedicadas a la información profesional y a la capacitación en turismo, desempeñan un papel importante en la preparación de los cuadros que el sector requiere en las variadas áreas que lo integran. A partir de entonces, hecho que se viene dando en México, desde hace ya cuarenta años aproximadamente, cuando surgió la primer escuela que de manera formal inició la impartición de la educación turística en nuestro país.

Si bien es cierto como ya lo mencione, importante es el rol que desempeñan las instituciones dedicadas a la formación profesional y a la capacitación en turismo, resulta de suma importancia abordar y

proporcionar un cuadro comparativo de las Escuelas dedicadas a la enseñanza turística en nuestro país, con el propósito de darnos cuenta de una manera general como se encuentra distribuida la educación turística a Nivel Nacional.

Los datos que a continuación vamos a señalar nos fueron proporcionados por la Secretaría de Turismo, estos datos incluyen información de más de 200 centros de enseñanza turística nacional de los diferentes niveles o grados educativos, además de una relación detallada de todas las escuelas que hay en nuestro país. (113)

Empezaremos señalando cada uno de los Estados de la República Mexicana, las escuelas que imparten la educación turística, apuntando el nivel o grado académico al que pertenezcan y el carácter oficial o privado según sea el caso de acuerdo a los datos que nos fueron proporcionados y por último haremos unos cuadros para ilustrar mejor este apartado.

AGUASCALIENTES: Universidad Autónoma de Aguascalientes (Escuela Superior de Turismo). Es de Nivel Superior CBTIS No. 39. (114) Es de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

(113) Los datos que exponemos aquí nos fueron proporcionados por la Secretaría de Turismo a través de la Dirección General de Normatividad y Capacitación Turística, - estos datos es una investigación directa que realizó dicha Secretaría en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, CONALEP en diciembre de 1988.

(114) Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios, S.E.P. Bachillerato Tecnológico en Administración Turística.

BAJA CALIFORNIA: Universidad Autónoma de Baja California (Escuela Superior de Turismo). Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP⁽¹¹⁵⁾ Mexicali II y CONALEP Tijuana II, CETIS⁽¹¹⁶⁾ No. 74. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

Centro de Estudios Técnicos de Educación Media Superior. Es de Nivel medio y de carácter privado.

BAJA CALIFORNIA SUR: CONALEP La Paz, CBTIS No. 62 y CBTIS No. 69. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

Centro de Capacitación 106. Es de nivel básico y de carácter oficial.

CAMPECHE: Escuela de Turismo del Instituto Campeche. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CBTIS No. 9 y CETIS No. 20. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Centro de Estudios Técnicos y Comerciales "Miriam". Es de nivel medio y de carácter privado.

(115) CONALEP. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica.
 (116) CETIS. Centro de Estudios Tecnológicos, Industriales y de Servicios, S.E.P.
 Bachillerato Tecnológico en Administración Turística.

COAHUILA: Universidad Autónoma del Noroeste, Centro de Estudios Superiores Turísticos, A.C. Son de nivel superior. Las dos escuelas son de carácter privado.

COLIMA: Instituto Tecnológico de Colima. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Manzanillo, CBTIS No. 14 y CETIS No. 84. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

CHIAPAS: Universidad Autónoma de Chiapas (Escuela Superior de Turismo). Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Chiapas de Corzo, CBTIS No. 92 y CBTIS No. 108. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

CHIHUAHUA: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (Escuela de Turismo de ICSA), Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez. Son de nivel superior. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Instituto Superior de Turismo de Chihuahua. Es de nivel superior y de carácter privado.

Escuela Técnica en Administración de Empresas Turísticas "Escuela Angel Trias", Centro de Estudios Turísticos Netzahualcoyotl. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter privado.

DISTRITO FEDERAL: Universidad Nacional Autónoma de México (Facultad de Contaduría y Administración, Instituto Politécnico Nacional (Escuela Superior de Turismo), Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR). Son de nivel superior. Las tres escuelas son de carácter oficial.

CONALEP "Alvaro Obregon", CONALEP "Magdalena Contreras", CONALEP "Tlalpan", CONALEP "Venustiano Carranza". Son de nivel medio. Las cuatro escuelas son de carácter oficial.

Colegio de Bachilleres No. 1 "Rosario", No. 2 "Cien Metros", No. 3 "Iztacalco", No. 4 "Culhuacan", No. 6 "Iztapalapa", No. 10; CECYT No. 13 "Ricardo Flores Magon". Son de nivel medio. Las siete escuelas son de carácter oficial.

Centro de adiestramiento para la Industria Hotelera (C.A.P.I.H.) y Centro de Capacitación Turística No. 66. Son de nivel básico. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Universidad Anáhuac (Escuela de Administración Turística), Universidad Anáhuac Sur, universidad Chapultepec, Universidad del Tepeyac, A.C., Universidad del Valle de México "San Rafael", universidad del Valle de México "Tlalpan", Universidad Hispano-mexicana, universidad Iberoamericana, A.C. Universidad Intercontinental, Universidad Tecnológica de México, Escuela Panamericana de Hotelería, Instituto de Estudios superiores de Turismo, Centro de Estudios en Turismo Miravalle. Son de nivel superior. Las trece escuelas son de carácter privado.

Universidad Femenina de México, Escuela Mundial de Turismo, Escuela Mexicana de Turismo, Escuela Técnica de Turismo, Escuela Internacional de Turismo, Escuela Juan Sebastian de Elcano, Escuela "Adolfo López Mateos", Escuela Internacional de Nuevas Profesiones, Escuela para Sobrecaros y Edecanes Interpretes, Colegio de Ejecutvas de México, A.C., Colegio Militarizado Moderno "Alarid", Colegio Superior de Turismo y Hotelería (Instituto Cesar Ritz), Instituto Alberto Santos Dumont, Instituto Comercial manuel Gutierrez Najera, Instituto de Estudios Superiores de Turismo, Instituto Internacional de Idiomas y Turismo, Instituto Leonardo Bravo, Instituto Mexicano de Turismo (Lucas de Palacio), Instituto Tecnológico Roosevelt, Tecnológico Carlos Cindberg, Tecnológico Hotelero, Centro de Estudios en Turismo Británico, S.C., Centro de Estudios en Turismo Miravalle, Centro de Estudios Turísticos, A.C. Son de nivel medio. las veinticuatro escuelas son de carácter privado.

DURANGO: Instituto Memorex. Es de nivel medio y de carácter privado.

GUANAJUATO: CBTIS No. 60, No. 173 y No. 21. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

Universidad del Bajío, A.C. Instituto de Turismo y Estudios Superiores del Bajío. Son de nivel superior. Las dos escuelas son de carácter privado.

Instituto de Turismo del Bajío, A.C., Instituto de Turismo, Traduc-

tores e Interpretes. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter privado.

GUERRERO: Universidad Autónoma de Guerrero, Instituto Tecnológico de Acapulco. Son de nivel superior. Las dos escuelas son de carácter oficial.

CONALEP Acapulco 1, Acapulco II, Chilpancingo, Zihuatanejo y CETIS No. 41, No. 45. Son de nivel medio. Las seis escuelas son de carácter oficial.

Centro de Capacitación No. 77. Es de nivel básico y de carácter oficial.

Centro de Estudios Turísticos y Comerciales Socrates. Es de nivel medio y de carácter privado.

HIDALGO: No se tiene registrada alguna escuela que imparta la educación turística.

JALISCO: Universidad de Guadalajara. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Puerto Vallarta, Tamazola y CETIS No. 14, No. 68. Son de nivel medio. Las cuatro son de carácter oficial.

Centro de Capacitación No. 63 y Centro de Capacitación del I.J.A.S.

Son de nivel básico. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Universidad Autónoma de Guadalajara, Universidad del Valle de Atemajac. Son de nivel superior y de carácter privado.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos del Valle de Atemajac, Centro de Estudios Lamar, Centro de Estudios Técnicos Veracruz, Centro Formativo de Artes y Oficios A.C., Centro Internacional de Estudios en Turismo en Guadalajara, Columbia Collega Panamericano de Guadalajara, Instituto Tecnológico Roosevelt S.C., Colegio Español de México. Son de nivel medio. Las ocho escuelas son de carácter privado.

Centro de Estudios Profesionales en Sistemas Abiertos, A.C. Es de nivel básico y es de carácter privado.

MEXICO ESTADO DE: Universidad Autónoma del Estado de México. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Cuautitlán y Naucalpan; CETIS No. 141, Colegio de Bachilleres No. 5 Satelite. Son de nivel medio. Las cuatro escuelas son de carácter oficial.

Instituto de Estudios Superiores del Valle de México, Universidad del Valle de México "Lomas Verdes", Colegio Español de México, A.C. Son de nivel superior. Las tres escuelas son de carácter privado.

Escuela Iberoamericana de Turismo, S.A., Escuela Internacional

de Nuevas Profesiones, A.C., Instituto Técnico de Turismo, Instituto Tecnológico Roosevelt, Instituto Thomas Cook, Centro de Estudios Lomas, Colegio Siracusa, A.C., Colegio Español, Liceo de Ciencias y Humanidades. Son de nivel medio. Las nueve escuelas son de carácter privado.

MICHOACAN: Instituto Tecnológico de Morelia. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Morelia No. 1 y CBTIS o. 94, CBTIS No. 130. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

Centro de Seguridad Social del I.M.S.S. Es de nivel básico y de carácter oficial.

Escuela Michoacana de Turismo, Instituto Morelia. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter privado.

MORELOS: Instituto Tecnológico de Zacatepec. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Temixco, CETIS No. 44. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Escuela de Turismo Juan de Dios Batiz, Instituto de Estudios Superiores Calmecac, Centro Internacional de Estudios de Turismo de Morelos. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter privado.

NAYARIT: Universidad Autónoma de Nayarit (Escuela de Turismo). Es de nivel medio y de carácter oficial.

NUEVO LEON: CONALEP San Nicolas de los Garza II, Escuela Industrial y Preparatoria Técnica. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Instituto regiomontano de hotelería. Es de nivel superior y de carácter privado.

Instituto Mexicano de Turismo. Es de nivel medio y de carácter privado.

OAXACA: Universidad Autónoma de Oaxaca. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Oaxaca 1 y CETIS No. 7, CBTIS No. 5. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

PUEBLA: Universidad de las Americas Puebla, Universidad del Valle de Puebla, A.C., Universidad Interamericana, A.C., Universidad Cuauh-témoc. Son de nivel superior. Las cuatro escuelas son de carácter privado.

Escuela Roberto Cañedo Martínez, Instituto Británico de la Ciudad de Puebla, Instituto Tecnológico Roosevelt, Liceo Técnico Italiano de Puebla. Son de nivel medio. Las cuatro escuelas son de carácter privado.

QUERETARO: CONALEP Querétaro y CETIS No. 142. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Instituto de Estudios Turísticos del Centro. Son de nivel medio. Es de carácter privado.

QUINTANA ROO: Instituto Tecnológico de Cancun. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Cancun y Carillo Puerto, CBTIS No. 28 y No. 111. Son de nivel medio. Las cuatro escuelas son de carácter oficial.

CROCATUR: Es de nivel básico de carácter oficial.

SAN LUIS POTOSI: Instituto Tecnológico de Sn Luis Potosí. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP San Luis Potosí. Es de nivel medio y de carácter oficial.

SINALOA: Universidad de Ciencias y Humanidades del Pacífico. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Mazatlan 1 y CBTIS No. 51, Centro de Estudios Turísticos y del Pacífico. Son de nivel medio. Las tres escuelas son de carácter oficial.

SONORA: Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora. Es de nivel superior y de carácter oficial.

CONALEP Hermosillo II y CBTIS No. 40. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Instituto Tecnológico de Nogales. Es de nivel superior y de carácter privado.

TABASCO: CONALEP Villahermosa. Es de nivel medio. Es de carácter oficial.

Instituto Técnico Tabasco. Es de nivel medio y de carácter oficial.

TAMAULIPAS: Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo. Es de nivel medio superior y de carácter oficial.

CBTIS No. 7, No. 135, No. 219 y No. 109. Son de nivel medio. Las cuatro escuelas son de carácter oficial.

Escuela de Turismo Miguel Hidalgo. Es de nivel superior y de carácter privado.

Centro de Estudios Tecnológicos Iberoamericana Mante. Es de nivel medio y de carácter privado.

TLAXCALA: Centro de Estudios Turísticos del Estado de Tlaxcala. Es de nivel medio y de carácter privado.

VERACRUZ: CONALEP Jalapa y CBTIS No. 79. Es de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Centro de Estudios Técnicos México, Centro de Estudios Vasco de Quiroga. Son de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter privado.

YUCATAN: Instituto Tecnológico de Mérida. Es de nivel superior. Es de carácter oficial.

CONALEP Mérida 1 y CBTIS N. 95. Es de nivel medio. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Centro de capacitación No. 61 y Centro de Seguridad y Capacitación Técnica I.M.S.S. Son de nivel básico. Las dos escuelas son de carácter oficial.

Escuela Técnica y profesional de Turismo. Es de nivel superior_ y de carácter privado.

Centro de Estudios de las Americas, A.C. Es de nivel medio y de carácter privado.

ZACATECAS: CETIS No. 113. Es de nivel medio y de carácter oficial.

Los cuadros quedan de la siguiente manera:

CUADRO No. 1
ESCUELAS DE CARACTER OFICIAL

Entidad Federativa	Superior	M E D I O				Básico	Total
		CONALEP	CETIS	CBTIS	Otros		
Aguascalientes	1	0	0	1	0	0	2
Baja California	1	2	1	0	0	0	4
Baja California Sur	0	1	0	2	0	1	4
Campeche	1	0	1	1	0	0	3
Coahuila	0	0	0	0	0	0	0
Colima	1	1	1	1	0	0	4
Chiapas	1	1	0	2	0	0	4
Chihuahua	2	0	0	0	0	0	2
Distrito Federal	3	4	0	0	7	2	16
Durango	0	0	0	0	0	0	0
Guanajuato	0	0	2	1	0	0	3
Guerrero	2	4	2	0	0	1	9
Hidalgo	0	0	0	0	0	0	0
Jalisco	1	2	2	0	2	0	7
Estado de México	1	2	1	0	1	0	5
Michoacán	1	1	0	2	1	0	5
Morelos	1	1	1	0	0	0	3
Nayarit	1	0	0	0	0	0	1
Nuevo León	0	1	0	0	1	0	2
Oaxaca	1	1	1	1	0	0	4
Puebla	0	0	0	0	0	0	0
Querétaro	0	1	1	0	0	0	2
Quintana Roo	1	2	0	2	1	0	6
San Luis Potosí	1	1	0	0	0	0	2
Sinaloa	1	1	0	1	1	0	4
Sonora	1	1	0	1	0	0	3
Tabasco	0	1	0	0	0	0	1
Tamaulipas	1	0	1	3	0	0	5
Tlaxcala	0	0	0	0	0	0	0
Veracruz	0	1	0	1	0	0	2
Yucatán	1	1	0	1	0	2	5
Zacatecas	0	0	1	0	0	0	1
Totales	24	30	14	21	10	10	109

CUADRO No. 2

ESCUELAS DE CARACTER PRIVADO

Entidad Federativa	Superior	Medio	Básico	Total
Aguascalientes	0	0	0	0
Baja California	0	1	0	1
Baja California Sur	0	0	0	0
Campeche	0	1	0	1
Coahuila	2	0	0	2
Colima	0	0	0	0
Chiapas	0	0	0	0
Chihuahua	1	2	0	3
Distrito Federal	13	24	0	37
Durango	0	1	0	1
Guanajuato	2	2	0	4
Cuerrero	0	1	0	1
Hidalgo	0	0	0	0
Jalisco	2	8	1	11
Estado de México	3	9	0	12
Michoacan	0	2	0	2
Morelos	0	3	0	0
Nayarit	0	0	0	0
Nuevo León	2	2	0	4
Oaxaca	0	0	0	0
Puebla	4	4	0	8
Querétaro	0	1	0	1
Quintana Roo	0	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0	0
Sinaloa	0	0	0	0
Sonora	1	0	0	1
Tabasco	0	1	0	1
Tamaulipas	1	1	0	2
Tlaxcala	0	1	0	1
Veracruz	0	2	0	2
Yucatán	1	1	0	2
Zacatecas	0	0	0	0
Totales	32	67	1	100

A continuación señalaremos algunos puntos que resaltan a simple vista de los cuadros expuestos:

CUADRO OFICIAL

- Coahuila, Durango, Hidalgo, Tlaxcala. No hay escuelas de carácter oficial que impartan la educación turística en cada uno de estos estados.
- Nayarit, Tabasco, Zacatecas. Hay una escuela de carácter oficial que imparte la educación turística en cada uno de estos estados.
- Aguascalientes, Chihuahua, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Veracruz. Hay dos escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística en cada uno de estos estado.
- Campeche, Guanajuato, Morelos, Sonora. Hay tres escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística en cada uno de estos estados.
- Baja California, Baja California Sur, Colima, Chiapas, Oaxaca, Sinaloa. Hay cuatro escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística en cada uno de estos estados.
- Estado de México, Michoacan, Tamaulipas, Yucatán. Hay cinco escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística

en cada uno de estos estados.

- Quintana Roo. Hay seis escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística.
- Guerrero. Hay nueve escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística.
- Distrito Federal. Hay dieciséis escuelas de carácter oficial que imparten la educación turística.

CUADRO PRIVADO

- Aguascalientes, Baja California, Colima, Chiapas, Hidalgo, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Zacatecas. No hay escuelas de carácter privado que impartan la educación turística en cada uno de estos estados.
- Baja California Sur, Campeche, Durango, Queretaro, Tabasco, Tlaxcala. Hay una escuela de carácter privado que imparten la educación turística en cada uno de estos estados.
- Coahuila, Michoacan, Tamaulipas, Veracruz, Yucatán. Hay dos escuelas de carácter privado que imparten la educación turística en cada uno de estos estados.

- Chihuahua. Hay tres escuelas de carácter privado que imparten la educación turística.
- Guanajuato, Nuevo León. Hay cuatro escuelas que imparten la educación turística en cada uno de estos estados.
- Puebla. Hay ocho escuelas de carácter privado que imparten la educación turística.
- Distrito Federal. Hay treinta y siete escuelas de carácter privado que imparten la educación turística.

Y para finalizar este apartado apuntaremos algunos puntos generales de los dos cuadros expuestos:

- En el Estado de Hidalgo no hay escuelas que impartan la educación turística, ni de carácter oficial como tampoco de carácter privado.
- No hay escuelas en los estados de Coahuila, Durango, Puebla, Tlaxcala de carácter oficial y si hay de carácter privado.
- No hay escuelas en los estados de Aguascalientes, Baja California sur, Colima, Chiapas, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Zacatecas de carácter privado y si hay de carácter oficial.

- Hay más escuelas de carácter privado que de carácter oficial a nivel superior.
- Hay más escuelas de carácter oficial que escuelas de carácter privado a nivel medio.
- Hay más escuelas de carácter oficial que escuelas de carácter privado a nivel básico.
- Hay un total de ciento nueve escuelas de carácter oficial.
- Hay un total de doscientas nueve escuelas en toto el territorio nacional.
- En el Distrito Federal hay un total de cincuenta y tres escuelas donde se imparte la educación turística, de las cuales trece son de carácter privado y tres de carácter oficial.

2.5 CONSIDERACIONES GENERALES

LA CAPACITACION DEL TURISMO EN MEXICO

1. La capacitación del turismo en sus diversas ramas es una necesidad, para la mejor administración y prestación de servicios, etc., ya que el turismo hoy en día es uno de los factores inagotables de desarrollo socioeconómico nacional.
2. La capacitación del turismo en nuestro país es de reciente interés por parte de nuestras autoridades aproximadamente de 25 años a la fecha.
3. Gracias al apoyo de las autoridades a la actividad turística, hoy en día se reglamentan las acciones de los particulares en lo que se refiere a la enseñanza turística, impidiendo con dicha reglamentación el fraude que cometían y que aún cometen ciertos pseudocentros educativos.

LA PROMOCION Y CONCIENCIA TURISTICA

2. La psicología sobre el comportamiento humano, el sentir de un pueblo o una persona, encaminado a la realización de su viaje está íntimamente relacionado con la promoción turística.

2. La promoción turística, además de influir con sus instrumentos (publicidad y relaciones públicas) motivando a las corrientes turísticas para su desplazamiento a un lugar o centro determinado, logra diversos efectos de índole social y cultural.
3. La conciencia turística, es la actividad mental que se manifiesta en un país o pueblo para normar actos individuales y colectivos operando en las relaciones y contactos con los turistas.
4. No es rápida, ni fácil pero si imperiosa una verdadera concientización turística que debe tener un pueblo, por eso es necesario que a través de la educación turística se llegue a la psicología del mexicano adoptando la frase "Explotemos al Turismo no al Turista".

LA INFORMACION DEL TURISMO EN MEXICO

1. La información es un binomio inseparable de la publicidad, además de ser uno de sus fines últimos.
2. La información turística es un punto más de la política de promoción y en nuestro país esta encomendada a la Secretaría de Turismo a través de sus Direcciones Generales, Coordinaciones Generales, Delegaciones de Turismo y Representantes en el Extranjero, así como los Guías de Turismo y Agencias de Viajes.

CUADRO COMPARATIVO DE LAS ESCUELAS MEXICANAS DE TURISMO

1. Hay una mala distribución y una gran desproporción en el sistema educativo turístico, siendo que en algunos estados de la República Mexicana no se imparte la educación turística y en otras hay un gran número de escuelas que sí la imparten, tal es el caso de Hidalgo y el Distrito Federal.
2. El sector privado, se ha ocupado más en algunos estados por impartir la educación turística y el sector oficial no ha puesto atención, tal es el caso de Coahuila y Chiapas.
3. El sector privado se ha ocupado más por impartir a nivel superior la educación turística que el sector oficial, atendiendo esto a una desproporción educativa turística marcada en todo el territorio nacional.
4. Hay un total de doscientas nueve escuelas en todo el territorio nacional.

CAPITULO 3
BASES CONSTITUCIONALES DEL TURISMO Y LEYES RELACIONADAS
PETROLEO Y TURISMO

3.1 ARTICULOS 11, 73 XVI, XXIX.

Estos artículos son la base constitucional que rigen las relaciones turísticas entre el poder público y los particulares, nacionales y extranjeros.

Artículo Once, Derecho de Libertad de Tránsito, este derecho que forma parte de una de las cuatro grandes categorías de derechos del hombre, es consustancial a la vida del ser humano, derechos definidos desde tiempo atrás, tanto en la Declaración de Derechos de Virginia, como en la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano Francés de 1789, y estos principios los recogió nuestro artículo once.

Artículo 11. Todo hombre tiene derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes. El ejercicio de este derecho estará subordinado a

las facultades de la autoridad judicial, en los casos de responsabilidad criminal o civil y a las de la autoridad administrativa, por lo que toca a las limitaciones que impongan las leyes sobre emigración, inmigración y salubridad general de la República, o sobre extranjeros perniciosos residentes en el país.

La garantía de libertad se manifiesta en cuatro formas o implica cuatro diversos actos; entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad o salvoconducto,⁽¹¹⁷⁾ pasaporte⁽¹¹⁸⁾ u otros requisitos semejantes, esta garantía la podemos entender en la obligación del Estado, de no impedir la entrada o salida de una persona del territorio nacional ni entorpecer el viaje dentro de éste o el cambio de residencia o domicilio.

Artículo 73 XVI, XXIX-D.

Este artículo corresponde a la parte orgánica y es facultad del Congreso de la Unión.

XVI. Para dictar leyes sobre nacionalidad, condición jurídica de los extranjeros, ciudadanía naturalización, colonización, emigración

(117) Salvoconducto. Permiso que da en ciertos casos la autoridad a un sujeto para que pueda pasar de un lugar a otro.

(118) Pasaporte. Licencia para pasar de un país a otro u otros requisitos semejantes.

e inmigración y salubridad general de la República:

- 1º El Consejo de Salubridad General dependerá directamente del Presidente de la República, sin intervención de ninguna Secretaría de Estado y sus disposiciones generales serán obligatorias en el país.
- 2º En caso de epidemias de carácter grave o peligro de invasión de enfermedades exóticas en el país, el Departamento de Salubridad tendrá obligación de dictar inmediatamente las medidas preventivas indispensables, a reserva de ser después sancionadas por el Presidente de la República.
- 3º La autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país.
- 4º Las medidas que el Consejo haya puesto en vigor en la campaña contra el alcoholismo y la venta de sustancias que envenenan al individuo y degeneran la especie humana, así como las adoptadas para prevenir y combatir la contaminación ambiental, serán después revisadas por el Congreso de la Unión, en los casos que le competen.

En esta fracción se comprenden, las facultades para legislar en materia turística, tanto nacionales como extranjeros.

XXIX-D. Para expedir leyes sobre planeación nacional del desarrollo económico y social.(119)

(119) Las letras D.E.F. fueron adicionadas a este artículo según proyecto de Reformas del Presidente de la Madrid, enviado al constituyente permanente en el primer mes de su gobierno.

Dentro de los planes de Estado, la política turística ocupa un lugar importante, resulta evidente que su contenido tiene por objeto complementar el texto de los artículos 25 y 26 de la Carta Magna los cuales contienen la Rectoría de Estado para Fortalecer la Soberanía y su Régimen Democrático y el Plan nacional de Desarrollo Económico.

3.2 LEY FEDERAL DE TURISMO

Consideramos necesario observar aquí, en nuestro trabajo la norma legal, la ley, que debe controlar la conducta de los individuos, cuando se desea que produzcan efectos de derecho, tanto del que se encuentra formando parte de uno de los elementos del Estado, llamado nacional como del denominado extranjero.

En ocasiones, resulta árido y aún molesto, para el que no se dedica al estudio del Derecho, oír de leyes, reglamentos, etc., pero ante la injusticia que tienda a llevar a cabo un particular y aún más grave, la arbitrariedad que pretenda realizar una autoridad, es altamente satisfactorio conocerlos, por que es cuando adquiera vida, se objetivan, y por ende eficacia frente a nuestro interés, gozando al invocar y disfrutar del conocimiento que se tenga de ellos, al exigir su cumplimiento, es por este motivo que a groso modo analizaré la Ley Federal de Turismo.

A continuación vamos a dar un breve repaso de los aspectos más importantes de lo que constituye la Ley Federal de Turismo:

LEY FEDERAL DE TURISMO

CAPITULO 11

Disposiciones Generales

Artículo 1.- La presente Ley es de interés público y de observancia general en toda la República, correspondiendo su aplicación al Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Turismo, a la que, para efectos de la propia Ley, se le denominará "La Secretaría".

Artículo 2.- Esta Ley tiene por objeto:

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

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

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

- I. Hoteles, moteles, albergues, habitaciones con sistema de tiempo compartido o de operación hotelera y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paraderos de casas rodantes.
- II. Agencias, subagencias y operadoras de viaje, y operadoras de turismo.
- IV. Los demás que la Secretaría considere preponderantemente turísticos.

Artículo 5.- En la prestación de los servicios turísticos no habrá discriminación por razones de raza, sexo, credo político o religioso, nacionalidad o condición social.

Artículo 6.- Las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal y sus representaciones en el extranjero, así como los gobiernos estatales y municipales, en la forma en que se convenga, auxiliarán a la Secretaría en la aplicación de esta Ley de los Reglamentos que de ella emanen.

CAPITULO II

Programación Turística

Artículo 7.- La Secretaría elaborará el Programa Sectorial Turístico, que se sujetará a lo previsto en el Plan Nacional de Desarrollo y especificará los objetivos, prioridades y políticas que normarán al sector.

Artículo 8.- La Secretaría participará en los Convenios que celebren el Ejecutivo Federal y los Ejecutivos de las Entidades Federativas, relativos a la planeación nacional del desarrollo en materia turística.

Artículo 9.- La Secretaría suscribirá acuerdos con los titulares de los poderes ejecutivos estatales, a efecto de favorecer el desarrollo turístico regional o local. En dichos acuerdos se establecerán las bases para la descentralización pública federal por ella coordinadas.

Artículo 10.- La Secretaría participará y coadyuvará en los esfuerzos que realicen los distintos niveles de gobierno, así como los sectores social y privado, dentro del proceso integral de planeación de cada entidad.

Artículo 11.- La Secretaría participará en los órganos estatales de planeación para el desarrollo, entendidos como la instancia para promover y coordinar las acciones conjuntas que lleven a cabo los Gobiernos Federal y Locales en las entidades federativas.

Artículo 12.- La Secretaría podrá suscribir acuerdos y bases de cooperación o colaboración con otras dependencias y entidades públicas, o con organizaciones de los sectores social y privado, para la realización de programas y acciones específicas relativas a los objetivos señalados en el artículo 2º de esta ley.

Artículo 13.- La Secretaría, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores, participará en las acciones relativas a la cooperación turística internacional, para lo cual promoverá la concertación y coordinación de trabajos con gobiernos e instituciones extranjeras y con organismos internacionales, con el fin de impulsar y facilitar el intercambio y desarrollo turísticos.

CAPITULO III

Comisión Intersecretarial Ejecutiva del Turismo

Artículo 14.- La Comisión Intersecretarial Ejecutiva del Turismo tiene por objeto conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con las competencias de dos o más dependencias del Ejecutivo Federal.

Artículo 15.- La Comisión estará integrada por el titular de la Secretaría de Turismo quien le presidirá y por los Subsecretarios que designen los titulares de la Secretaría de Gobernación, Relaciones Exteriores, Marina, Hacienda y Crédito Público, Comercio y Fomento Industrial, Comunicaciones y Transportes, Desarrollo Urbano y Ecología, Educación Pública, Salubridad y Asistencia, Trabajo y Previsión Social, Reforma Agraria y Pesca. El director General del Instituto Nacional de Antropología e Historia, tendrá el carácter de invitado permanente. Por cada integrante de la Comisión se designará un suplente.

Artículo 16.- La Comisión contará con un Secretario Técnico que será designado por el Secretario de turismo.

Artículo 17.- La Comisión expedirá el Reglamento Interno que regulará su funcionamiento.

CAPITULO IV

Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario

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

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

Artículo 19.- Podrán ser consideradas como de desarrollo turístico prioritario, aquellas zonas que por sus características constituyan un atractivo turístico real o potencial evidente.

Artículo 20.- La Secretaría participará en la elaboración de los programas regionales que se requieran para las zonas de desarrollo turístico prioritario, en coordinación con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que correspondan y con los Gobiernos Estatales y Municipales respectivos.

Artículo 21.- La Secretaría apoyará la creación de empresas turísticas que realicen inversiones en las zonas de desarrollo turístico prioritario y estimulará de manera preferente, en coordinación con las Secretarías de la Reforma Agraria y del Trabajo y Previsión Social, la constitución de empresas turísticas ejidales o comunales y de sociedades cooperativas de índole turística.

Artículo 22.- La Secretaría promoverá la dotación de la infraestructura que integralmente requieran las zonas de desarrollo turístico prioritario, así como la creación de centros de producción de insumos y la instrumentación de mecanismos de abasto para las mismas, en coordinación con las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal que correspondan.

CAPITULO V

Capacitación Turística

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

Artículo 24.- Para que tengan validez oficial los estudios realizados en instituciones dedicadas a la enseñanza turística, deberá obtenerse el acuerdo respectivo de la Secretaría de Educación Pública, previa opinión de la Secretaría.

Las instituciones de enseñanza turística que carezcan de reconocimiento de validez de estudios, deberán expresar este hecho en su correspondiente documentación y publicidad.

De conformidad con los datos que proporcione la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría llevará un registro de instituciones dedicadas a la enseñanza en turismo que cuenten con reconocimiento de validez oficial, para informar tanto a los solicitantes de educación turística como a los prestadores de servicios turísticos sobre la situación jurídica y académica de dichas instituciones.

Artículo 25.- La Secretaría promoverá la celebración de acuerdos y establecerá bases de coordinación con otras Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, de los Gobiernos Estatales y Municipales, y con organizaciones de los sectores social y privado,

en materia de educación y capacitación turística.

Artículo 26.- Conjuntamente con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social la Secretaría participará en los programas de capacitación y adiestramiento destinados a trabajadores y empleados de establecimientos en los que presten servicios turísticos, en los términos de la Ley Federal del Trabajo.

Artículo 27.- Cuando así lo soliciten, los Gobiernos estatales y municipales, en su caso, recibirán asistencia y colaboración por parte de la Secretaría para mejorar las aptitudes de los servidores públicos con que cuenten en sus respectivas dependencias y entidades de índole turística.

Artículo 28.- La Secretaría intervendrá en los programas de educación y capacitación y en evaluación de las personas que aspiren a ser guías de turistas.

CAPITULO VI

Fomento al turismo

Artículo 29.- La Secretaría es la Dependencia del Ejecutivo Federal encargada de fomentar integralmente el turismo, para lo cual llevará a cabo acciones encaminadas a proteger, mejorar, incrementar y difundir los atractivos y servicios turísticos del país; así como alentar las corrientes turísticas nacionales y las provenientes del exterior.

Artículo 30.- Las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, y los Gobiernos estatales y municipales, en los términos en

que se convenga y en el ámbito de sus respectivas competencias y jurisdicciones, coadyuvarán con la Secretaría en la realización de actividades de fomento al turismo.

Artículo 31.- La Secretaría colaborará con las Dependencias y Entidades que tenga a su cargo la administración y conservación de parques y bosques nacionales, playas, lagos, lagunas y ríos, zonas arqueológicas, edificios, monumentos u objetos de valor histórico o cultural, museos y otros atractivos turísticos, a efecto de impulsar su aprovechamiento turístico.

Artículo 33.- la Secretaría difundirá, a través de material impreso, de la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros medios de comunicación y promoción, los atractivos turísticos nacionales. En el caso de la radio y la televisión, la Secretaría participará del tiempo que le corresponda al Estado.

Artículo 34.- La Secretaría apoyará, ante las Dependencias y Entidades respectivas, el otorgamiento de financiamiento a las inversiones en proyectos y servicios turísticos. Asimismo, participará con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o con las Dependencias que correspondan en el otorgamiento de facilidades y estímulos fiscales, a quienes correspondan, para el fomento a la actividad turística.

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

Artículo 36.- La Secretaría, en coordinación con las Dependencias y Entidades responsables del fomento a la cultura, el deporte, las artesanías, los espectáculos, el folklor y la preservación y utilización del patrimonio histórico y monumental nacional, promoverá la instrumentación de programas para su divulgación.

Artículo 37.- La Secretaría, con la participación que corresponda a otras Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal organizará, fomentará, realizará o coordinará espectáculos, congresos, excursiones, ferias, audiciones, representaciones, exposiciones y actividades deportivas culturales, tradiciones o folklóricas, así como otros eventos que a su criterio constituyan o puedan constituir un atractivo turístico relevante.

Artículo 38.- Los comités, patronatos y asociaciones de naturaleza turística de carácter público, social, privado o mixto, recibirán el apoyo y la asesoría de la Secretaría cuando sus actividades contribuyan a la promoción y fomento del turismo.

Artículo 39.- Como instrumento de promoción y fomento al turismo, así como de apoyo a los prestadores de servicios turísticos, la Secretaría promoverá el establecimiento y la operación de un sistema de reservaciones turísticas, con la intervención que le corresponda a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Artículo 40.- La Secretaría promoverá, conjuntamente con las Dependencias y Entidades que corresponda, los servicios de transportación que requieran los centros turísticos, fundamentalmente las Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario.

Artículo 41.- La Secretaría promoverá, conjuntamente con las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal y de los Gobiernos estatales y municipales, el establecimiento de unidades turísticas, tales como balnearios, marinas turísticas, desarrollos náutico-inmobiliarios, instalaciones para pesca deportiva y otros similares, y fomentará las actividades acuático-recreativas en litorales y aguas interiores.

Artículo 42.- La Secretaría proporcionará servicios de orientación, información y auxilio a los turistas, en los centros de mayor aforo turístico, en las carreteras del país y en las principales terminales de transporte aéreo, terrestre y marítimo.

CAPITULO VII

Turismo Social

Artículo 43.- La Secretaría promoverá, coordinará y llevará a cabo programas de Turismo Social, a través de los cuales los grupos obreros, campesinos, infantiles, juveniles, magisteriales, burocráticos, de trabajadores no asalariados y otros similares, tengan acceso a los atractivos y servicios turísticos existentes en el país.

Artículo 44.- Los programas de turismo social se orientarán a propiciar la identidad y la solidaridad nacionales, a través de la difusión de las zonas turísticas con atractivos naturales, históricos, culturales y típicos.

Artículo 45.- La Secretaría fomentará la participación de los prestadores de servicios y de las instituciones públicas, sociales y privadas

en los programas de turismo social, diseñando en forma conjunta paquetes y recorridos turísticos.

Artículo 46.- La Secretaría suscribirá acuerdos con prestadores de servicios turísticos, por medio de los cuales se determinen precios y tarifas reducidos, para los programas de Turismo Social.

Artículo 47.- La Secretaría estimulará las inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones destinadas al turismo social, así como la formación de sociedades cooperativas, asociaciones, comités y patronatos que auspicien esta forma de turismo.

Artículo 48.- Las instituciones, dependencias y entidades de los Gobiernos Federal, estatales y municipales promoverán entre sus trabajadores y empleados el turismo social, en coordinación con la Secretaría, las instituciones de Seguridad Social y las organizaciones sindicales correspondientes.

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

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

CAPITULO VIII

Fondo Nacional de Fomento al Turismo

Artículo 51.- El fideicomiso Fondo Nacional de Fomento al Turismo tendrá por objeto participar en la programación, fomento y desarrollo del turismo, de acuerdo a lo dispuesto por esta Ley, a la Ley de Planeación y a las normas, prioridades y políticas que determine el Ejecutivo Federal a través de la Secretaría.

Artículo 52.- Para cumplir con su objeto, el Fondo realizará las siguientes funciones:

- I. Elaborar estudios y proyectos, ejecutar obras de infraestructura y urbanización y realizar edificaciones e instalaciones que incrementen la oferta turística nacional,
- II. Dotar, fomentar, vender, arrendar, administrar y, en general realizar cualquier tipo de enajenación de bienes muebles e inmuebles que contribuya al fomento del turismo,
- IV. Operar, administrar y mantener, por sí o a través de terceros, todo tipo de bienes relacionados con la actividad turística.
- V. Realizar la promoción y la publicidad de sus actividades,
- VI. Participar con los sectores público, social y privado, en la constitución, fomento, desarrollo y operación de empresas, cualquiera que sea su naturaleza jurídica, dedicadas a la actividad turística.
- VII. Participar, con carácter temporal, como socio o acciones en sociedades que desarrollen objetivos turísticos.

- VIII. Adquirir valores emitidos para el fomento al turismo por instituciones de crédito o empresas dedicadas a la actividad turística.
- IX. Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto otorgando las garantías necesarias.
- X. Operar con los valores derivados de su cartera.
- XI. Otorgar todo tipo de créditos que contribuyan al fomento de la actividad turística.
- XII. Descontar a las instituciones de crédito, títulos provenientes de créditos otorgados para actividades relacionadas con el turismo.
- XIII. Garantizar a las instituciones de crédito las obligaciones derivadas de los préstamos que otorguen para la inversión en actividades turísticas.
- XIV. Garantizar la amortización de capital y el pago de intereses de obligaciones o valores que se emitan con intervención de instituciones de crédito, con el propósito de destinar al fomento del turismo los recursos que de ellos se obtengan.
- XV. Vender, ceder y traspasar derechos derivados de créditos otorgados,
y
- XVI. En general, todas aquéllas que permitan la realización de su objeto.

Artículo 53.- El patrimonio que constituye el Fondo se integrará con:

- I. Las aportaciones que efectúen el Gobierno Federal, los Gobiernos de los Estados y Municipios, las Entidades Paraestatales o los particulares.
- II. Los créditos que obtenga de fuentes nacionales, extranjeras e internacionales.

- III. El producto de sus operaciones y de la inversión de fondos, y
- IV. Los demás recursos que obtengan por cualquier concepto.

Artículo 54.- El Fideicomiso tendrá un Comité Técnico que estará integrado por representantes de cada una de las siguientes Dependencias y Entidades:

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

CAPITULO IX

Prestadores de Servicios Turísticos

Artículo 57.- Los prestadores de los servicios turísticos a que se refiere el artículo 4º, se sujetará a lo establecido por esta Ley, sus Reglamentos y demás disposiciones que expida la Secretaría.

Artículo 58.- Para poder operar, los prestadores de servicios turísticos deberán inscribir al establecimiento correspondiente en el Registro Nacional de Turismo y contar con la Cédula Turística, en los términos establecidos en el Capítulo X de la presente Ley.

Artículo 59.- Los prestadores de servicios turísticos que no operen un establecimiento, deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo y contar con la credencial que los acredite como tales.

Artículo 60.- Para obtener la Cédula Turística o la credencial, los

prestadores de servicios turísticos deberán satisfacer los requisitos que establezca la Secretaría, de acuerdo con las modalidades previstas en esta ley y sus disposiciones reglamentarias.

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

Artículo 62.- La Secretaría proporcionará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público los elementos que permitan determinar, en su caso, los montos de los derechos que deban cubrir los prestadores de servicios turísticos por la inscripción en el Reglamento Nacional de Turismo, la expedición o revalidación de Cédula Turística o credencial, y la autorización de precios y tarifas.

Artículo 63.- La Secretaría fijará y, en su caso, modificará la clasificación y las categorías de los establecimientos en los que se presten los servicios turísticos señalados en el artículo 4º, de conformidad con lo que dispongan los reglamentos respectivos.

Artículo 64.- Cuando los prestadores de servicios turísticos no cuenten con un establecimiento, la categoría se fijará según los criterios señalados en el Reglamento correspondiente.

Artículo 65.- En aquellos casos en que la prestación de un servicio turístico requiera del otorgamiento de una concesión, permiso o autorización de otra dependencia o entidad pública, la Secretaría emitirá en cada caso un dictamen en el que haga del conocimiento de la autoridad competente si el solicitante cumple o no con los requisitos que en materia turística establezca esta Ley y las demás disposiciones derivadas de la misma.

Para los casos previstos en el artículo 63, el reconocimiento de Calidad Turística por parte de la Secretaría substituirá al dictamen a que se refiere este artículo.

Artículo 67.- La Secretaría establecerá las condiciones y modalidades que en materia turística deban satisfacer los prestadores de servicios de transporte exclusivos de turismo, y emitirá un dictamen ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes sobre el otorgamiento de las concesiones de que se trate. La Secretaría otorgará Cédula Turística definitiva a aquellos prestadores de este tipo de servicios que hayan quedado inscritos provisionalmente e ella y que obtengan la concesión correspondiente.

Artículo 68.- La Secretaría fijará los criterios turísticos que normen la transportación de personas bajo el sistema de fletamiento y apoyará, cuando así proceda, el otorgamiento de los permisos correspondientes ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Artículo 69.- Para los efectos señalados en los artículos precedentes, la Secretaría participará dentro de las Comisiones Consultivas y Técnicas presididas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que

tengan relación con la transportación turística.

Artículo 70.- Los prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo tendrán los siguientes derechos:

- I. Ser incluidos en los catálogos, directorios y guías que elabore la Secretaría.
- II. Adquirir el reconocimiento de la categoría que corresponda a la calidad de sus servicios, así como solicitar su modificación cuando reúnan los requisitos establecidos en el Reglamento respectivo.
- III. Solicitar y obtener, en su caso, las autorizaciones de precios y tarifas por parte de la Secretaría, con la excepción establecida en el artículo 61,
- IV. Participar en los programas de promoción y fomento coordinados por la Secretaría,
- V. Recibir la ayuda que proceda por parte de la Secretaría para la obtención de créditos, estímulos y facilidades de diversa índole, destinados a la instalación, ampliación y mejora de servicios turísticos.
- VI. Obtener de la Secretaría, cuando proceda: su intervención y respaldo en las gestiones que realicen ante otras autoridades federales, estatales y municipales, y
- VII. Participar en los programas de capacitación turística que promueva o lleve a cabo la Secretaría.

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

- I. Garantizar el cumplimiento de las condiciones en que ofrezcan los servicios, mediante el otorgamiento de fianzas, así como contratar

- los seguros que se requieran, de acuerdo con las modalidades y términos que establezcan los reglamentos,
- II. Proporcionar a la Secretaría los datos y la información que se le solicite relativa a su actividad turística y prestar a la Secretaría el auxilio y las facilidades que procedan,
 - III. Contar con un equilibrio de registro, debidamente autorizado por la Secretaría, para la recepción de quejas,
 - IV. Organizarse en forma representativa para los efectos de esta Ley, de conformidad a lo dispuesto por los reglamentos respectivos,
 - V. Capacitar a sus trabajadores y empleados, en los términos de las leyes respectivas en coordinación con la Secretaría, de tal manera que la capacitación que reciba el trabajador constituya la realización de su derecho para mejorar su nivel técnico o profesional,
 - VI. Emplear destacadamente el idioma nacional en las leyendas en que anuncien al público su razón social, denominación o los servicios que presten, sin perjuicio del uso de otros idiomas, y
 - VII. Realizar su publicidad, preservando la dignidad nacional, sin alteración o falseamiento de los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e informar con veracidad sobre los servicios que ofrezcan.

Artículo 72.- La Secretaría, por medio de disposiciones generales, podrá exceptuar de la consideración de servicios turísticos a que se refiere el artículo 4º, a los restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos, y similares cuya actividad no esté directamente vinculada al turismo.

CAPITULO X

Registro Nacional de Turismo

Artículo 73.- El Registro Nacional de Turismo estará a cargo de la Secretaría y constituirá un instrumento para la información, estadística programación, regulación de los servicios turísticos que se presten en el país.

Artículo 74.- En el Registro quedarán inscritos los prestadores de servicios turísticos, los establecimientos en que se ofrezcan, así como su clasificación y categoría, precios y tarifas, tipo y características, y toda aquella información que señalen los Reglamentos respectivos.

Artículo 75.- Al quedar inscrito en el Registro Nacional de Turismo y la Cédula Turística o credencial, según sea el caso, sin las cuales no podrán operar.

Artículo 76.- La inscripción en el Registro Nacional de Turismo y la Cédula Turística o credencial, según corresponda, podrá cancelarse en los siguientes casos:

- I. Por solicitud expresa del prestador, cuando cese en sus operaciones,
- II. Por resolución de la Secretaría, cuando se imponga como sanción por violaciones a esta Ley y sus Reglamentos, en términos del Capítulo XIII de este ordenamiento, y
- III. Cuando al prestador se le retiren, revoquen o cancelen las concesiones, permisos o autorizaciones otorgadas por otras autoridades, dejándolo imposibilitado para prestar legalmente los servicios.

CAPITULO XI

Protección al Turista

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

Artículo 78.- Para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo anterior, la Secretaría recibirá y atenderá las quejas que los usuarios presenten por escrito, las que deberán acompañarse, de ser posible, de los elementos probatorios de los hechos asentados en las mismas. Asimismo, dará curso a las quejas que se contengan en los Libros de Registro con que deban contar los establecimientos donde se presten servicios turísticos.

Artículo 79.- Cuando la queja únicamente reporte la existencia de una anomalía o anomalías por parte de un prestador de un servicio turístico, la Secretaría determinará si procede practicar una visita de verificación al establecimiento, en términos de lo expuesto en el Capítulo XII de esta Ley.

Artículo 80.- Si la queja del usuario contiene una petición de reembolso por parte del prestador, la Secretaría citará por escrito al quejoso

y al prestador para que se lleve a cabo una audiencia de conciliación, durante la cual se exhortará para que llegue a un acuerdo sobre la controversia. Al término de la audiencia, se levantará un acta en la que se hará constar el resultado de la misma.

Artículo 81.- Independiente de que las partes hayan llegado a un acuerdo en la audiencia de conciliación, la Secretaría podrá imponer al prestador del servicio la sanción correspondiente, con apego a lo dispuesto en el Capítulo XIII de la Ley.

Artículo 82.- La falta injustificada, a juicio de la Secretaría, del prestador del servicio a la audiencia de conciliación a la que se refieren los artículos anteriores, será sancionada de acuerdo a lo previsto en el Capítulo XIII de este ordenamiento.

Artículo 83.- Cuando la Secretaría considere que el quejoso está imposibilitado para comparecer y cuente con pruebas y elementos suficientes para determinar la procedencia del reembolso, exigirá al prestador del servicio la presentación de la constancia de que lo ha efectuado, con independencia de que imponga la sanción que en su caso proceda.

CAPITULO XII

Vigilancia y Verificación

Artículo 84.- A efecto de regular y controlar la prestación de los servicios turísticos, la Secretaría vigilará que los establecimientos cuenten con Cédula Turística; que se presten los servicios conforme a su clasificación y categoría, en los términos contratados con los

usuarios; que se apliquen los precios y tarifas autorizados; y que se cumplan las demás disposiciones contenidas en esta Ley y en sus Reglamentos.

Artículo 85.- La Secretaría practicará las visitas de verificación que se requieran para cumplir con lo señalado en el artículo anterior.

Artículo 86.- Además de las visitas de verificación que practique la Secretaría como parte de sus programas de trabajo, podrá realizarlas también en los siguientes casos:

II. Cuando los interesados promuevan solicitud de inscripción en el Registro Nacional de Turismo como prestadores de servicios turísticos, a efecto de verificar la información proporcionada.

Quando se presente una queja ante la Secretaría, derivada de la prestación de un servicio turístico, que a su juicio requiera de comprobación.

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

Artículo 88.- Durante las visitas de verificación que se practiquen,

Los prestadores de servicios turísticos proporcionarán a la Secretaría la información que les sea solicitada, siempre que ésta se refiera a lo establecido en esta Ley y en sus Reglamentos.

Artículo 88.- A toda visita de verificación que realice la Secretaría corresponderá levantamiento del acta respectiva, misma que será circunstanciada y elaborada en presencia de dos testigos propuestos por la persona que haya atendido la visita, o por el verificador de la Secretaría en caso de que aquélla se hubiere negado a hacerlo.

Artículo 90.- En las actas que se levanten con motivo de una visita de verificación practicada por la Secretaría de Turismo se hará contar, por lo menos, lo siguiente:

- I. Hora, día, mes y año en que se practicó la visita,
Objeto de la visita,
- II. Número y fecha de la orden de verificación, así como de la identificación oficial del verificador,
- IV. Ubicación física del establecimiento o de las instalaciones donde se presten los servicios turísticos que sean objeto de la verificación, la que incluirá calle, número, colonia, código postal, población y entidad federativa,
- V. Nombre y carácter o personalidad jurídica de la persona con quien se entendió la visita de verificación,
- VI. Nombre, domicilio y teléfono, si lo tuviera, de las personas designadas como testigos,
- VII. Síntesis descriptiva sobre la visita, asentando los hechos, datos y omisiones derivadas del objeto de la misma,

VIII. Declaración de la persona con quien se entendió la visita y de las personas que hayan fungido como testigos.

Artículo 91.- El verificador, una vez elaborada el acta, proporcionará una copia de la misma a la persona con quien se entendió la visita, aún en el caso en que ésta se hubiera negado a firmarla, hecho que no desvirtuará su validez.

CAPITULO XIII

Sanciones y Recursos de Revisión

Artículo 92.- Las violaciones a lo dispuesto en esta Ley, sus Reglamentos y demás disposiciones que de ella se deriven, serán sancionadas por la Secretaría.

Artículo 93.- La Secretaría podrá imponer las siguientes sanciones:

I. Multa,

II. Clausura temporal o definitiva, y

III. Cancelación de Cédula Turística o credencial según sea el caso.

Artículo 94.- Para la determinación de sanciones previstas en el artículo anterior, la Secretaría tomará en cuenta lo siguiente:

I. Lo asentado en el acta de verificación, si se hubiere practicado la visita,

II. La gravedad de la infracción,

III. El daño económico que se le hubiere causado al turista, en caso de que así ocurriera,

IV. El resultado de la audiencia de conciliación, si se hubiere efectuado, y

V. La reincidencia del infractor, en su caso.

Artículo 95.- El incumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley, sus Reglamentos y demás disposiciones aplicables, será sancionado por la Secretaría con multa que podrá ser desde una cuarta parte hasta cien veces el salario mínimo mensual vigente en el Distrito Federal. Por cada violación podrá imponerse una multa.

Artículo 96.- En aquellos casos de incumplimiento en que la Secretaría estime que procede imponer una multa, citará al prestador del servicio turístico para que comparezca y manifieste lo que a su derecho convenga, en relación con la queja presentada en su contra, con los hechos asentados en el acta de inspección, o con los actos u omisiones que se le imputan.

Artículo 97.- Valoradas las pruebas y analizados los dichos del prestador del servicio o de su representante legal, la Secretaría procederá a dictar la resolución definitiva, misma que será notificada al infractor.

Artículo 98.- Para la determinación del monto de las multas, la Secretaría tomará en consideración, además de lo estipulado en el artículo 94, el tipo de servicio turístico de que se trate, su ubicación, sus precios y tarifas autorizadas y su categoría.

Artículo 99.- El Infractor que en un plazo de dos años reincida en una misma violación a lo establecido en esta Ley y las disposiciones que de ella se derivan, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión. Si dentro de ese mismo término reincide de

nueva cuenta, se le podrá imponer hasta dos tantos del importe de la segunda multa y si a pesar de ello reincide se le podrá cancelar la Cédula Turística o la Credencial, según sea el caso.

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

Artículo 101.- La cancelación de la Cédula Turística implicará la clausura inmediata del establecimiento. La cancelación de la Credencial tendrá por efecto la imposibilidad de la persona física que la detente para operar.

Artículo 102. La falta de inscripción en el Registro Nacional de Turismo y la consiguiente falta de Cédula Turística, será sancionada con clausura.

Artículo 103.- En relación con aquellos servicios turísticos cuyos Reglamentos exijan el otorgamiento de fianzas para garantizar el cumplimiento de los servicios contratados, por parte de los prestadores respectivos, la Secretaría podrá iniciar el procedimiento para su afectación en los casos en que en términos de los artículos 80 y 83 de la presente Ley se haya probado la procedencia del reembolso y el

prestador se niegue a efectuarlo, con independencia de las sanciones que procedan.

Artículo 104.- Contra las sanciones que imponga la Secretaría con fundamento en esta Ley, sus Reglamentos y demás disposiciones complementarias, procederá el recurso de revisión.

Artículo 106.- En el escrito por medio del cual se interponga el recurso de revisión, se precisarán el nombre y el domicilio del promovente, los agravios que considere se le causen derivados de la resolución impugnada, así como los datos y pruebas complementarias que considere necesarias. En cualquier caso, el escrito deberá acompañarse del documento que acredite la personalidad del promovente cuando éste actúe en nombre y por cuenta de otro, así como copia del documento que garantice el interés fiscal derivado de la multa que se recurra.

Artículo 107.- La interposición del recurso de revisión producirá el efecto de suspender la resolución impugnada, hasta en tanto se revoque, confirme o modifique.

Artículo 108.- El recurso de revisión se tendrá por no interpuesto en los siguientes casos:

- I. Cuando se presente fuera del término a que se refiere el artículo 105 de esta Ley, y
- II. Cuando no se acredite la personalidad del promovente o no se garantice el interés fiscal.

TRANSITORIOS

Artículo primero. La presente Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo segundo. Se aboga la Ley Federal de Turismo del 29 de Diciembre de 1979, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 15 de enero de 1980, y se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan a la presente ley.

Artículo tercero. Se aboga la Ley que crea el Banco Nacional de Turismo, S.A., del 29 de diciembre de 1981, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de enero de 1982. Las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Programación y Presupuesto, en la esfera de sus respectivas atribuciones, vigilará que la liquidación y la extinción del Banco Nacional de Turismo, S.A., se lleven a efecto con apego a la legislación aplicable.

Artículo cuarto. La Secretaría de Programación y Presupuesto, dentro de un término de sesenta días contados a partir de la fecha de publicación de esta Ley, acordará con la fiduciaria en la que se encuentre constituido el Fondo Nacional de fomento al Turismo, las modificaciones necesarias al contrato de fideicomiso, a efecto de que se suscriba el correspondiente convenio modificatorio, en término de lo expuesto en este ordenamiento.

Artículo quinto. El Ejecutivo Federal expedirá las disposiciones reglamentarias que requiera esta Ley. Mientras tanto, seguirán vigentes los actuales reglamentos en lo que no se opongan la presente Ley.

Artículo sexto. Los prestadores de servicios turísticos a que se refiere el artículo 4, que carezcan de inscripción en el Registro Nacional de Turismo, deberán presentar su solicitud correspondiente en un plazo máximo de 90 días naturales a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

Artículo séptimo. Los prestadores de servicios turísticos que ya se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Turismo recibirán, previa solicitud, en un plazo de 90 días naturales a partir de la entrada en vigor de la Ley, la Cédula Turística a que alude el artículo 58 de la misma.

Artículo octavo. Los asuntos que se encuentren en trámite al momento de ser publicada la presente Ley Federal de Turismo, serán resueltos conforme a lo dispuesto por la Ley que se aboga.

Artículo noveno. Las infracciones cometidas durante la vigencia de la Ley que se aboga, se sancionarán conforme a lo dispuesto en esa misma

Ley, a menos que el interesado manifieste su voluntad de acogerse al presente ordenamiento por estimarlo más favorable.

Artículo décimo. El derecho adquirido por las Guías y Guías-Choferes a que alude el artículo 74 de la Ley que se abroga, subsistirá y será ejercido en los términos y con las modalidades que con ellos convengan la Secretaría de Turismo". (120)

Como ya dije, esta ley fue promulgada en diciembre de 1949, siguiendo la del 15 de enero de 1980 y la del 6 de febrero de 1984. Los puntos que consideramos más importantes son los siguientes:

Objeto de la Ley lo señala el artículo 2.

Sujetos obligados. Son dos sujetos principales del derecho turístico, los turistas y los prestadores de servicios turísticos. Artículo 3.

Artículo 1.- La Ley es de interés público y de observancia general en toda la República, correspondiendo a la Secretaría de Turismo su aplicación.

Artículo 2.- La Ley tiene por objeto:

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

(120) Leyes y Códigos de México. Ley Federal de Turismo, Pp. 7-36.

V. La regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.

Artículo 3.- Define al turista y al prestador de servicios.

Artículo 4.- Enmarca los servicios turísticos.

Artículo 7.- La Secretaría elaborará el programa sectorial en función del Plan Nacional de Desarrollo.

Artículo 8.- La Secretaría participará en los convenios que se celebren con los estados y municipios.

Artículo 13.- La Secretaría en coordinación con la de Relaciones Exteriores participará en los convenios de cooperación internacional.

Artículo 14.- Establece la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo.

Artículo 15.- Menciona la composición de la Comisión.

Artículo 18.- Determina la creación de zonas de desarrollo turístico prioritario.

Artículo 24.- Estímulos a empresas turísticas en zonas de desarrollo turístico prioritario.

Artículo 23.- Capacitación e investigación en materia turística.

Artículo 29 al 42.- Se refiere al fomento al turismo.

Artículo 43.- Señala la obligación de la Secretaría para el turismo social.

Artículo 51.- Reconoce al fideicomiso Fondo Nacional de Fomento al Turismo "FONATUR".

Artículos 57 al 72.- Reglamenta el control de los prestadores de servicios turísticos.

Artículo 73.- Establece el Registro Nacional de Turismo.

Artículo 77 al 83.- Señala normas de protección al turista.

Artículos 84 al 91.- Establece la vigilancia y verificación a los prestadores de servicios.

Artículos 92 al 108.- Se refiere a las sanciones y recursos de revisión.

Finalmente, los 10 artículos transitorios cumplen este marco legislativo, de derecho administrativo turístico.

Conviene señalar que la Ley antes descrita reafirma la rectoría del Estado en la actividad turística pues asienta la obligación de que toda clase de prestadores de servicios turísticos se registren ante la Secretaría de Turismo y obtengan la Cédula correspondiente para efectos de operar sus establecimientos con la exigencia de refrendo y de pago de derechos consecuentes. Por otra parte consideramos que es importante mencionar el artículo 61 que señala la obligación de obtener la autorización respectiva para los precios y tarifas de los servicios, requisito éste que busca proteger y racionalizar los pagos que los turistas, especialmente extranjeros, deban cubrir controlando así prácticas especulativas que dañen la imagen del turismo en general.

Ya por último debemos anotar que la Secretaría del Ramo asume un papel centralizador y sancionador trascendente. En efecto, el artículo 100 expresa textualmente "La Secretaría podrá ordenar en cualquier momento la clausura de un establecimiento en el que se presten servicios turísticos, cuando a su juicio la gravedad de infracción atente contra los intereses turísticos nacionales".

Se trata de normas imperativas, de derecho público que jerárquicamente se aplican a los prestadores de servicios.

3.3 LEY GENERAL DE POBACION

Es muy grande la importancia que reporta y seguirá reportando a gran escala el turismo, tanto en los aspectos socio-económicos como en los culturales para nuestra Nación Mexicana.

Nos tomamos la atribución de transcribir lo que señalo el ilustre Jurista Rafael González A. Alpuche en el "VII Seminario Cultural de Publicidad Turística", señalo lo siguiente "todo aquello que se manifiesta en la naturaleza, es un fenómeno, nos dice el maestro, jurista y sociologo, Lucio Mendieta y Nuñez, y entre los fenómenos que se manifiestan, uno de ellos es la migración". (121)

Sigue diciendo el Dr. Rafael González A. Alpuche "por naturaleza, en principio, la tierra es de todos, y lo que es de todos, no es de nadie, sin embargo la fracciona, le dá nombre y crea la propiedad de ella, lotificando su superficie, es decir, encuadra las partes de ella hace por medio de marcas, líneas, rayas, cercas, murallas, fosas, fronteras, y crea la clase o categoría de los que viven dentro de ellas, denominándolos naturales o nacionales, ciudadanos o villanos, aldeanos, etc., y a los que quedan fuera de esos límites metecos, hostes,

(121) Consejo Nacional de Turismo, Memoria del VII Seminario de Publicidad Turística, P. 12.

advenedizos o simplemente hoy, extranjeros, que cuando pasan el umbral de ellas, hacia dentro son considerados inmigrantes y cuando salen emigrantes, por esto no nos cabe la menor duda considerar al turismo como un fenómeno evidentemente migratorio, es considerado el movimiento migratorio como el tránsito internacional de extranjeros o nacionales, ya sea de entrada o salida, así como el tránsito local, fronterizo o el de una entidad a otra, dentro de un Estado⁽¹²²⁾ fenómeno que es regulado en nuestro país por la Ley General de Población, así mismo la tarea de regulación migratoria es llevado a cabo por la Secretaría de Gobernación.

A continuación señalaremos las calidades migratorias de acuerdo a nuestro derecho, que pueden ser modelo de legislación migratoria internacional. La Ley General de Población señala las calidades migratorias de los extranjeros que son: No inmigrante, inmigrante, inmigrado.

Artículo 42.- No Inmigrante es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente. Dentro del mismo artículo 42, nos indica las especies del no inmigrante atendiendo al tiempo de estancia en el país. Las especies del No Inmigrante son las siguientes:

- I. Turista. 6 meses improrrogables,
- II. Transmigrante. 30 días improrrogables.

(122) Consejo Nacional de Turismo, Ob. cit. P. 20.

- III. Visitante. 6 meses y otros 6 meses más,
- IV. Consejero. 6 meses improrrogables,
- V. Asilado político. Decide la Sría. de Gobernación el tiempo,
- VI. Estudiante. 12 meses con prórroga hasta finalizar sus estudios,
- VII. Huésped. 6 meses podrán ser prórrogables,
- VIII. Visitante fronterizo o porteño. 3 días,
- IX. Visitante Provisional. Decide la Sría. de Gobernación, hasta por 30 días.

De lo apuntado con anterioridad deducimos, que las características del No Inmigrante son las siguientes:

- I. Internación legal,
- II. Estancia condicionada: Tiempo el que permita la ley del lugar de estancia.
- III. Finalidad: la que permite la ley del lugar de estancia.

Artículo 47.- Inmigrante es el extranjero que se interna legalmente en el país con el propósito de radicarse en él, en tanto adquiere la calidad de Inmigrado. Esta calidad la declara la Secretaría de Gobernación así que mientras permanece en nuestro país esta condicionado por dicha Secretaría.

Artículo 48.- Señala las especies del Inmigrante y son:

- I. Inmigrante rentista,
- II. Inversionista Industrial,
- III. Profesional,
- IV. Empleado de confianza,
- V. Científico,

VI. Técnico,

VII. Por lazo familiar;

Las características que tiene el Inmigrante son las siguientes:

I. Internación legal,

II. Estancia condicionada,

III. Propósito de radicación.

Artículo 52.- Inmigrado es el extranjero que adquiere derechos de radicación definitiva en el país. necesitándose declaración expresa de la Secretaría de Gobernación". (123)

Concretandonos ahora a una de las calidades migratorias antes mencionadas, nos referimos a la de "No Inmigrante" que encuadra lo que nos interesa relacionado con el turista que la misma Ley General de Población en su artículo 43, Fracción I que lo define de la siguiente manera: Turista es aquel extranjero que con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas, con temporalidad de seis meses improrrogables se interna en el país... De esto deducimos que viene a reafirmar lo que hemos venido diciendo en el desarrollo de nuestro trabajo, la no remuneración de actividades y la temporabilidad máxima establecida de seis meses, así mismo es importante que señalemos que el reglamento de la Ley General de Población de su artículo 96 al 106 establece los requisitos, condiciones y documentos correspondientes a los No Inmigrantes pero específicamente en su artículo 97, encuadra al turista.

3.4 LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL

Antes de que empezemos a desarrollar de una manera muy general este apartado, es pertinente anotar lo que nos señala el Dr. Miguel Acosta Romero en su obra "Teoría General del Derecho Administrativo" nos indica lo siguiente "desde tiempos más lejanos de la historia, ha existido administración Pública. En Egipto, en la época de Ramsés, existía un manual de jerarquía. En China, 500 años A.C., existió un manual de organización y gobierno. En Grecia y en Roma también se observan estructuras administrativas, desde luego, en la Edad Media y en el Renacimiento cada vez más. La Administración Pública moderna ha visto ampliada cada vez más su estructura y misiones o cometidos que, podríamos decir corren paralelas con la ampliación de la actividad del Estado, independiente de la filosofía y concepción política que sustenten los dirigentes del estado".(124)

Nos sigue diciendo el maestro Miguel Acosta Romero que la Administración Pública "es la parte de órganos de Estado que dependen directa, o indirectamente, del Poder Ejecutivo, tiene a su cargo toda la actividad estatal que no desarrollan los otros poderes (Legislativo y Judicial),

(124) Miguel Acosta Romero, Teoría General del Derecho Administrativo, P. 101.

su acción es continúa y permanente, siempre persigue el interés público, adopta una forma de organización jerarquizada y cuenta con: a) elementos personales; b) elementos patrimoniales; c) estructura jurídica y d) procedimientos técnicos.

La Administración Pública es la parte más dinámica de la estructura estatal, actúa en forma permanente, sin descanso y sin horario, según colmerio, acompaña al hombre desde su nacimiento hasta su desaparición de la vida. En nuestro país la tendencia de Administración Pública, se hizo más notoria y se empezó apreciar lograda la independencia con las cuatro secretarías, que aumentaron a 8 a fines de siglo, la evolución legislativa en relación a las estructuras del poder Ejecutivo, culminó con la promulgación de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal". (125)

Esta Ley se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1976 abrogando la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado del 23 de diciembre de 1958, así mismo esta Ley es reformada y adicionada el 20 de diciembre de 1982, de lo expuesto con anterioridad podemos decir lo siguiente; la compleja estructura que se había creado con el crecimiento del aparato administrativo se consigna en un solo cuerpo legal bajo la dependencia directa del Presidente de la República

(125) Ibid. Pp. 103-119.

y de esta manera se adecua la Administración Pública a las necesidades y problemas que plantea la actual situación del país y del mundo.

A continuación veremos lo que dispone la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal respecto al órgano Administrativo o Secretaría de Turismo encargada de regular el sector turismo en nuestro país.

Artículo 42.- La Secretaría de Turismo corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

- I. Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.
- II. Promover en coordinación con las entidades federativas las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Ecología la declaración respectiva,
- III. Participar con voz y voto en las comisiones Consultivas de Tarifas y la Técnica Consultiva de Vías Generales de comunicación.
- IV. Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes,
- V. Promover y opinar el otorgamiento de facilidades y franquicias a los prestadores de servicios turísticos y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en la determinación de los criterios generales para el establecimiento de los estímulos fiscales necesarios para el fomento a la actividad turística, y administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados,
- VI. Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las Leyes

y reglamentos, y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la administración Pública Federal,

- VII.* Promover, y en su caso, organizar en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, la capacitación, investigación y el desarrollo tecnológico en materia turística,
- XIII.* Formular y difundir la información oficial en materia de turismo, coordinar la publicidad que en esta materia efectúan las entidades del gobierno federal, las autoridades estatales y municipales y promover la que efectúan los sectores social y privado,
- XIV.* Promover, coordinar, y en su caso, organizar los espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folklóricos de carácter oficial, para atracción turística,
- XV.* Fijar y en su caso, modificar las categorías de los prestadores de servicios turísticos por ramas,
- XVI.* Autorizar los reglamentos interiores de los establecimientos de servicios al turismo,
- XVII.* Llevar la estadística en materia de turismo, de acuerdo con las disposiciones que establezca la Secretaría de programación y Presupuesto,
- XVIII.* Promover y apoyar la coordinación de los prestadores turísticos,
- XIX.* Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística y estimular la participación de los sectores social y privado,

- XX. Fijar e imponer, de acuerdo a las leyes y reglamentos, el tipo y monto de las sanciones por el incumplimiento y violación de las disposiciones en materia turística, y
- XXI. Los demás que le fijen expresamente las leyes y reglamentos". (126)

Dada la importancia que el turismo reporta para nuestro país, y siendo el turismo un recurso inagotable que tenemos, es atinada la regulación que tiene nuestro gobierno a través de su órgano de Estado nos referimos a la Secretaría de Turismo.

(126) Leyes y Códigos de México. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Pp. 49-51.

3.5 LEY ADUANERA

Antes de que empecemos a referirnos brevemente a la actual ley Aduanera que es de 1982 y su relación en el campo turístico, considero pertinente anotar algunos puntos históricos de ella, al respecto nos dice el Dr Máximo Carbajal Contreras en su obra "Derecho Aduanero" que "el antecedente más cercano de la actual legislación Aduanera es la Ley Aduanera del 18 de abril de 1928 por decreto del 15 de agosto publicado en el Diario Oficial de la Federación misma que derogó la Ordenanza General de Aduanas de 1891, posteriormente el Código Aduanero de 1951 y hoy en día la que regula la actividad aduanera es la ley Aduanera de 1982.

El desarrollo histórico en nuestro país de las aduanas tiene su origen en las disposiciones que dictara España a raíz del descubrimiento de América... El término aduana proviene de los vocablos árabes ad-diwana (registro) o adayuan, que significa "libro de cuentas", generalmente, las aduanas funcionan en aquellos puertos de entrada y salida del país y por donde se encauza el tráfico de viajeros y de mercaderías". (127)

(127) Máximo Carbajal Contreras. Derecho Aduanero, P. 96.

Ahora veremos los conceptos que nos dan de Aduana y Derecho Aduanero; nos dice el distinguido especialista en Derecho Aduanero Dr. Máximo Carbajal Contreras, Aduana "es el órgano de la Administración Pública establecido por el Ejecutivo Federal, autorizado para controlar el comercio exterior con las limitaciones y prohibiciones que las leyes fijan a las mercancías, percibiendo los impuestos que se generen y regulando la economía nacional". (128)

Derecho Aduanero "Es un conjunto de normas jurídicas que regulan, por medio de un ente administrativo, las actividades o funciones del Estado en relación con el comercio exterior de mercancías que entran o salgan en sus diferentes regímenes al o del territorio de un país, así como de los medios y tráficos en que se conduzcan y las personas que intervienen en cualquier fase de actividad que violen las disposiciones jurídicas". (129)

Lo que anotamos anteriormente, creo que nos servirá para el desarrollo de este apartado ya que los términos Aduana, Derecho y Turismo tienen íntima relación entre sí.

En la obra "El Turismo Fenomeno Social" de Oscar de la Torre Padilla nos dice lo siguiente "para eliminar las trabas que se les imponía a los turistas y para favorecer los viajes internacionales se

(128) Ibid. P. 5.

(129) Ibid. P. 4.

llevo a cabo un convenio, sobre facilidades aduaneras al turismo y del cual México es parte integrante, este convenio es del año de 1954 firmado en la ciudad de Nueva York bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas.

Las franquicias a que se refiere el convenio es sobre facilidades aduaneras y se refiere a:

1. Efectos personales que internen los turistas a condición de que sean para su uso exclusivo, que los lleven consigo o en el equipaje que los acompañe, que no existan motivos para temer que haya abuso, y que tales efectos sean nuevamente llevados por el turista al salir del país,
2. Recuerdos de viaje cuyo valor no exceda del equivalente a 50 dólares (USA), cuando aquéllos sean transportados en tránsito; o recuerdos de viaje que el turista haya comprado en el país y cuyo valor total no se exceda de 100 dólares, y no se destine a fines comerciales.
3. La admisión de propaganda destinada a distribuirse gratuitamente para despertar el interés del público en visitar un país (volantes, folletos, libros, revistas, guías, carteles, fotografías, mapas e impresos), siempre que tales materiales no contengan más del 25% de publicidad comercial privada y que ese objetivo propagandístico sea de carácter general evidente.
4. Las listas y los anuarios de hoteles extranjeros, publicados por los organismos oficiales de turismo o bajo sus auspicios, y los honorarios de los servicios de transporte que funcionan en el extranjero, cuya distribución sea gratuita, y siempre que en ellos

no exceda de 25% la publicidad comercial privada.

5. Material técnico que se envía a los representantes de carácter oficial, acreditados, que no se destine a la distribución, como anuarios, guías de teléfonos, catálogos de ferias, muestra (de escaso valor) de artesanías, documentación relativa a museos, universidades, etcétera.
6. Material que tenga por objeto principal interesar al público en visitar un país, principalmente para asistir a reuniones de carácter cultural, turístico, deportivo, religioso o profesional: objetos tales como cuadros, dibujos, pinturas, esculturas, etc., cuando vayan a ser expuestos en las oficinas de las representaciones oficiales, materiales de exposición tales como vitrinas, soportes y aparatos eléctrico mecánicos, necesarios para su funcionamiento, películas, documentales, discos, cintas grabadas; banderas, maquetas, diapositivas, indumentaria regional y objetos folklóricos".(130)

Nos dice el maestro Dr. Máximo Carbajal Contreras que "algunas veces hay tratados internacionales que se refieren a brindar facilidades de caracter aduanero como es el convenio de Nueva York de 1954... Dentro del Derecho Aduanero los convenios internacionales revisten una importancia muy particular, ya que son auténticas fuentes de derecho para la disciplina del Derecho Aduanero, en razón de que son ley para los países

(130) Oscar de la Torre Padilla. El Turismo Feriero Social, Pp. 93-95.

que intervienen en dicho convenio. En México el artículo 133 de la Carta Magna preceptúa de acuerdo con la Constitución, todos los tratados celebrados o que se celebren por el Presidente de la República, con la aprobación del senado; en unión de las leyes del Congreso de la Unión y de la misma Constitución son la Ley Suprema de toda la República. Por lo tanto, los tratados internacionales son leyes". (131)

Ya para concluir señalaremos algunos aspectos de nuestra legislación Aduanera en su capítulo II referente a la afectación de mercancías y exenciones encuadra lo relacionado con el turismo.

Artículo 46.-No se pagarán los impuestos al comercio exterior por la entrada al territorio nacional o salida del mismo de las siguientes mercancías:

- I. Las exentas conforme a las leyes de los impuestos generales de impuestos generales de importación Y de exportación, y a los tratados internacionales,
- IV. Los equipajes de pasajeros en viajes internacionales,
- VII. Los menajes de casa pertenecientes a inmigrantes y nacionales repatriados o deportados". (132)

Veamos como en el artículo (46) que transcribimos se encuentra lo que establece el convenio de 1954.

(131) Máximo Carbajal Contreras, Ob. cit., P. 34.

(132) Leyes y Códigos de México, Legislación Aduanera, Pp. 29-30.

3.6 LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION

En el desarrollo de nuestro trabajo hemos venido diciendo que las vías de comunicación y el turismo son un binomio inseparable es por ello que trataremos de una manera general esta ley y sus relaciones en el campo turístico.

Antes de empezar a abordar esta ley anotaremos lo siguiente, la reglamentación, regulación, sanción, conseción, etcétera de las vías generales de comunicación en nuestro país está encomendada a la Secretaría de comunicaciones y Transportes. La Ley que vamos abordar es del 19 de febrero de 1940 que abrogo la del 29 de agosto de 1932, la Ley de 1940 es la que regula actualmente las vías generales de comunicación.

Ahora veremos algunos puntos más sobresalientes de la Ley General de Vías de Comunicación y sus relaciones en el campo turístico.

LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION

LIBRO PRIMERO

Disposiciones Generales

Capítulo II

Artículo 3.- Las vías generales de comunicación y los medios de transporte que operen en ellas quedan sujetos exclusivamente a los poderes federales. El ejecutivo ejercitará sus facultades por conducto de la

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en los siguientes casos y sin perjuicio de las facultades expresas que otros ordenamientos legales concedan a otras dependencias del Ejecutivo Federal,

- I. Construcción, mejoramiento, conservación y explotación de vías generales de comunicación,
- II. Inspección y vigilancia,
- III. Otorgamiento, interpretación y cumplimiento de concesiones,
- IV. Celebración de contratos con el Gobierno Federal,
- V. Declaración de abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como declarar la caducidad o la rescisión de las concesiones y contratos celebrados con el Gobierno Federal y modificarlos en los casos previstos en esta ley.
- VI. Otorgamiento y revocación de permisos,
- VII. Expropiación,
- VIII. Aprobación, revisión o modificación de tarifas, circulares, horarios, tablas de distancia, clasificaciones y, en general, todos los documentos relacionados con la explotación,
- IX. Registro,
- X. Venta de las vías generales de comunicación y medios de transporte, así como todas las cuestiones que afecten a su propiedad,
- XI. La vigilancia de los derechos de la nación, respecto de la situación jurídica de los bienes sujetos a revisión en los términos de esta ley o de las concesiones respectivas,
- XII. Infracciones a esta ley o sus reglamentos, y
- XIII. Toda cuestión de carácter administrativo relacionada con las vías generales de comunicación y medios de transporte.

En los casos de las fracciones IV y V será indispensable la aprobación previa de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, siempre que los actos ejecutados en uso de estas facultades impliquen el gasto de fondos públicos, comprometan el crédito público o afecten bienes federales o que estén al cuidado del gobierno". (133)

De la lectura del artículo que anotamos se desprende, la jurisdicción de la aplicación de esta ley y quién la aplicará, pero sobre todo algo de primordial importancia para el desarrollo de nuestro trabajo, que son los medios de transporte que operan en las vías generales de comunicación, así mismo nos señala que todo lo relacionado a transporte en nuestro país queda plenamente legislado y reglamentado a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

A continuación veremos unicamente los medios de transporte terrestre pero antes es necesario que se mencione que hay un Reglamento del Capítulo de Explotación de Caminos de la Ley de Vías Generales de Comunicación que es el que veremos por su relación con el turismo, y de su articulado que se relaciona con el turismo es el siguiente:

Artículo 76.- En relación con el servicio de transporte de personas, se denominarán estaciones terminales los lugares en que los autobuses de cada ruta inicien y terminen su recorrido, y estaciones intermedias

(133) Leyes y Códigos de México, Ley de Vías Generales de Comunicación, Pp. 10-11.

los lugares en donde se detengan en tránsito dentro de centros poblados. Los demás lugares aislados a lo largo de los caminos en donde reglamentariamente se detengan los autobuses para recoger y dejar pasajeros, se denominarán "paraderos".

Será obligatorio para los concesionarios construir o proveer en todas las estaciones terminales y de tránsito, locales especiales para el servicio de los pasajeros, que deberán constar cuando menos de sala de espera, expendio de boletos y depósito para equipaje, de acuerdo con lo que se establezca en los respectivos pliegos de condiciones.

En los paraderos deberán construir un cuarto para sala de espera o simple cobertizo, según la importancia del lugar.

Artículo 77.- Los servicios de primera clase se diferenciarán de los de segunda por su mayor celeridad, comodidad, menor número de paradas durante el viaje, por la aplicación de tarifas más elevadas y por las demás modalidades que se expresen en esta ley.

Artículo 96.- El servicio de turismo puede ser nacional o internacional, Nacional es el que se presta en el interior de la República hacia o entre puntos de interés turístico, y puede ser regular o de frecuencia variable. Internacional es el que se presta entre México y otros países. Es uno y en otros casos se limitará a pasajeros cuya finalidad exclusiva o fundamentalmente sea el esparcimiento, el recreo o el estudio de los lugares de interés turístico desde el punto de vista histórico, arqueológico, arquitectónico, panorámico y artístico en general.

Artículo 97.- En el transporte de turistas procedentes del extranjero por los caminos de jurisdicción federal, la Secretaría de Comunicaciones

y Transportes cuidará que se observen los principios de reciprocidad internacional, así como las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. Con el fin de estimular el turismo internacional, los concesionarios que exploten el servicio de transporte exclusivo de turismo, podrán solicitar autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para combinar sus servicios con los de otra u otras empresas nacionales o extranjeras, para establecer, de común acuerdo, horarios, itinerarios, tarifas unidas o combinadas, realizar contratos de transporte directo expidiendo los boletos correspondientes, y para otros actos similares que tiendan al mismo fin.

Artículo 98.- Una vez que la Secretaría de Turismo haya formulado el correspondiente catálogo, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes hará la declaratoria de necesidad de servicios⁽¹³⁴⁾ en los propios circuitos y formulará el pliego de condiciones que deberá satisfacer los solicitantes de la respectiva concesión. La declaratoria y el pliego serán dados a conocer en la forma prevista por esta ley.

Artículo 99.- El servicio de frecuencia regular en los circuitos turísticos, se sujetará a las siguientes condiciones:

- I. Únicamente podrá concesionarse a personas físicas o morales registradas en la Secretaría de Turismo para dedicarse al servicio de transporte exclusivo de turismo. Las concesiones estarán sujetas a las causas de caducidad previstas en la Ley de Vías Generales

(134) El 31 de agosto de 1968 fue publicado en el Diario oficial de la Federación la Declaratoria de Necesidades del Servicio exclusivo de turismo y el Pliego de Condiciones.

de Comunicación y en este reglamento,

- II. Sólo se prestará en viajes redondos de circuitos turísticos,
- III. Se realizará exclusivamente entre los puntos de interés turístico autorizados en la concesión y por consiguiente, no se prestará entre o para poblaciones intermedias de la ruta,
- IV. Los vehículos empleados ostentarán los colores y especificaciones que fijen conjuntamente la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Turismo que los distingan de los demás vehículos del servicio de autotransporte de pasajeros. Estos vehículos quedarán en su itinerario a disposición de los turistas para que puedan utilizarlos en los lugares que visiten.
- V. Para este servicio se establecerán cuotas unitarias, las que comprenderán: el precio del transporte conforme a la tarifa establecida por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; el costo del alojamiento, comidas, diversiones y demás prestaciones de carácter turístico fijadas por la Secretaría de Turismo, y el importe de la prima de un seguro adecuado que fijarán de común acuerdo ambas dependencias.
- VI. Los vehículos reunirán las últimas características que la técnica haya logrado para esta clase de material en cuanto a celeridad, comodidad, seguridad, higiene y operación. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará periódicamente las características mínimas que deben reunir estos vehículos y entre ellas figurarán las siguientes:
 - a) Tipo de construcción, dimensión y materiales de las butacas que en todo caso serán reclinables, individuales y numeradas, y llevarán cubiertas sustituibles y lavables en los respaldos.

- b) Estarán dotados de una instalación de aire acondicionado o ca--
liente o de ambas, así como de cinturones de seguridad y equipo_
de sonido.
- c) Llevarán dispositivos para conservar el equipaje interiormente.
- d) Los asientos estarán dispuestos de tal manera que permitan al pa
sajero la mayor comodidad y el pasillo será suficientemente espa
cioso para el mismo efecto.

Lo señalado en esta fracción se entiende sin perjuicio de las res-
tricciones a la importancia de unidades automotrices y sus partes
que, con fundamento en las disposiciones legales aplicables, esta-
blezca la Secretaría de Industria y Comercio.

VII. Los pasajeros serán asistidos por guías especializados y autoriza-
dos por la Secretaría de Turismo, los que viajarán a bordo de los
vehículos durante el recorrido.

La Secretaría de Turismo normará mediante el instructivo que al
respecto expide, las relaciones y trato personal que los transpor-
tistas y los auxiliares de este servicio deban observar con los
turistas.

Artículo 100.- Los operadores y ayudantes, para obtener la autorización
correspondiente, comprobarán ante la Secretaría de Comunicaciones y
Transportes los siguientes requisitos:

- I. Comprobante de buena conducta, expedido por personas o autoridad
idónea a juicio de la propia Secretaría.
- II. Capacidad técnica de acuerdo con este Reglamento y conocimiento
de los reglamentos de circulación.
- III. Capacitación suficiente, a juicio de la propia Secretaría, para

atender a los viajeros dentro de las normas de cortesía y corrección.

IV. Obtener el operador la licencia de servicio público federal".(135)
Artículo 101 al 103.- Se refieren a los permisos de frecuencia variable, entendiéndose como tal el que no es de servicio regular.

Del Reglamento del Capítulo de Explotación de Caminos de la Ley de Vías de Comunicación que hemos anotado nos podemos percatar que hay una excelente disposición de parte del Gobierno Federal de regular este tipo de servicio turístico.

Ya para concluir este apartado nos señala Rafael Valdez Becerra en su obra "Transporte Aéreo y Transporte Terrestre Turístico" que "debido al incremento del turismo tanto nacional como internacional, se hizo necesario destinar autobuses específicos para la prestación de dicho servicio, por lo que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó los permisos correspondientes a las concesiones federales para la prestación del servicio de autotransporte de turismo, y con esto evitar la proliferación de los servicios irregulares o piratas en las carreteras o en centros turísticos". (136)

(135) Rafael Valdez, Transporte Aéreo y Transporte Terrestre Turístico, Pp. 185-188.

(136) Ibid. P. 232.

3.7 LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

Antes de que abordemos someramente esta Ley, es pertinente apuntar que fue expedida en el Gobierno del Licenciado Luis Echeverría Álvarez, publicándose en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975, se resaltaré brevemente algunos aspectos de esta Ley que considero los más importantes por su íntima relación con el turismo además de su Ley reglamentaria.

Ahora señalaremos los puntos de esta ley, que consideramos los más sobresalientes por su relación con el turismo.

Artículo 3.- Para los efectos de esta ley, por consumidor se entiende a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios.

Artículo 42.- En todo establecimiento de prestación de servicios deberá fijarse la tarifa de los principales a la vista del público con caracteres claramente legibles. La tarifa de los demás servicios, con excepción de aquéllos que por sus características hayan de regularse convencionalmente, deberá, en todo caso, estar disponible para el público.

Artículo 51.- Queda prohibida la práctica de entregar vales, fichas o mercancías, como "cambio" o saldo a favor del consumidor, en lugar de moneda de cuño corriente.

Artículo 52.- Todo proveedor de bienes y servicios estará obligado a respetar los precios, intereses, cargas, términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, reservaciones y demás circunstancias conforme a las cuales se hubiere ofrecido, obligado o convenido originalmente con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.

Artículo 53.- La violación reiterada o contumaz a lo dispuesto en el artículo anterior, tratándose de servicios públicos de concesión federal, turísticos o de transporte, o de viaje, hoteles, restaurantes u otros servicios análogos, podrá sancionarse por la autoridad competente, independientemente de la multa que corresponda, con la cancelación o revocación de la concesión, licencia, permiso o autorización respectivos y, en su caso, con la clausura temporal o definitiva del establecimiento.

Consideramos al turista internacional como nacional, como un consumidor por lo que creemos que esta Ley debe coadyuvar a las diferentes reglamentaciones existentes en el campo turístico pero sobre todo para una mejor imagen de nuestro turismo nacional como internacional.

A continuación nos asomaremos brevemente a la Ley Federal de Turismo, y dentro de su articulado nos encontramos lo siguiente:

Artículo 2.- Esta ley tiene por objeto:

- IV. La protección y auxilio de los turistas, y
- V. La regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.

Consideramos que dentro de una de sus atribuciones de la Secretaría de Turismo encargada en nuestro país de dirigir esta industria sin chimeneas, es la de normar y supervisar la operación de los servicios turísticos, así como la de establecer y ejecutar medidas de protección al turista, además de impulsar y desarrollar el turismo cuidando que los servicios turísticos se presten conforme a la normatividad establecida para todos los prestadores previsto en la Ley Federal de Turismo.

En la obra "El Derecho Económico en México" del maestro Manuel R. Palacios nos dice que "considera que los turistas estan en el derecho de acudir a la procuraduria del consumidor cuando se trate de un conflicto sobre precios o trámites turísticos". Esto lo señaló el ilustre maestro en el año de 1985 es hasta hoy en 1989 con la reciente administración de Gobierno del Licenciado Carlos Salinas de Gortari que tuvo a bien designar al Profesor Carlos Hank González en la Secretaría de Turismo cuando se celebra un acuerdo de colaboración entre la Secretaría de Turismo y la Procuraduria Federal del Consumidor, siendo titular el Licenciado Ignacio Pichardo Pagaza hoy Gobernador del estado de México. Este acuerdo fue firmado en la Ciudad de México el día 7 de junio de 1989.

Esto nos da la muestra para decir que el profesor Carlos Hank está realizando una loable labor y excelente interés hacia nuestro turismo.

Consideramos que dentro de sus facultades de la Procuraduría Federal del Consumidor, es la de proteger y defender a los consumidores, entre los que están incluidos los turistas, tanto nacionales como extranjeros. Por lo que es bueno que se haya celebrado este acuerdo de colaboración, a fin de establecer mecanismos para lograr un control práctico y más eficiente en la prestación de los servicios turísticos. Pero una vez más no hay que perder de vista que este acuerdo es debido a la visión y perspectiva del connotado político Carlos Hank González.

3.8 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO Y SU RELACION EN EL CAMPO TURISTICO

Antes de que empecemos a desarrollar brevemente este apartado apuntaremos que el Plan nacional de Desarrollo nace a luz pública en el Gobierno del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, el día 30 de mayo de 1983,⁽¹³⁷⁾ el cual constituye el instrumento primordial de sistema de Planeación Democrática establecido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley de Planeación. Ya mencionamos en nuestro trabajo en el primer capítulo apartado 1.6 que casi al inicio del mandato del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, mando la iniciativa de ley de la reforma de los artículo 25 y 26 de nuestra constitución, el artículo 25 se refiere a la rectoría del Estado en el desarrollo nacional para garantizar que sea integral y el artículo 26 prevee un proyecto nacional y el Plan Nacional de Desarrollo. Pero en general podemos decir que establecen que la planeación del desarrollo constituye, por una parte el mecanismo para racionalizar, conducir y ordenar el quehacer y la actividad de la sociedad y, por otra, la fórmula para posibilitar un ejercicio político en el que deben de participar los distintos grupos sociales que componen nuestra nación de aquí que posteriormente surgiera el Plan Nacional de Desarrollo.

(137) Publicado el día 31 de mayo de 1983, en el Diario Oficial de la Federación.

El maestro Jorge Witker V. en su obra "Derecho Económico" nos dice que "los propósitos del Plan en el campo turístico son de proporcionar una política turística esencialmente a corto plazo, contribuyendo a la solución de los problemas nacionales, mediante la captación de divisas y la generación de empleos, en tanto que la consolidación de los aspectos mediano y largo plazo fortalezca una posición estratégica del sector en el desarrollo nacional, promueve la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a los estratos de población con ingresos medios y bajos".(138)

Es pertinente que no perdamos de vista que de conformidad con la Ley de Planeación, y dentro de los lineamientos de la estrategia que para el Sector Turismo establece el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Se formuló el Programa Nacional de Turismo 1984-1988, que desde luego estará sujeto a las contingencias económicas y sociales del tiempo clasificando al turismo en: Receptivo, Fronterizo, Egresivo, Doméstico y Social.

Ahora veremos brevemente el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, este Plan es de reciente expedición y por lo que toca al sector turismo nos encontramos que en su capítulo 5 apartado 5.3.6 Modernización del

(138) Jorge Witker V., Derecho Económico, Pp. 324-325.

Turismo, considera que el turismo no ha alcanzado aún el nivel de actividad acorde con las potencialidades del sector por lo tanto esta actividad requiere, para generar más empleos y divisas de la modernización del servicio y del impulso a su infraestructura.

Dentro de los propósitos del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 relacionados con el sector turismo sobresalen los siguientes:

1. Este sector deberá coadyuvar el desarrollo económico nacional y el equilibrio regional mediante la ampliación y mejoramiento de la planta turística existente y el incremento de la afluencia del turismo nacional y extranjero.
2. Considera que en la actividad turística se le debe de dar especial importancia al trato del visitante que es fundamental. Por ello se promoverá la conciencia de todos los mexicanos para que se le de importancia al sector turismo y con esto a la economía del país, así como también hacia una mejor captación de los prestadores de servicios en todos los niveles, estrechándose el vínculo entre las instituciones encargadas de la capacitación y las empresas del sector.
3. Se fortalecerá la seguridad en las carreteras y en los lugares de atracción turística, así como se facilitarán los trámites aduanales y de migración.

4. Se fomentará el turismo náutico, con énfasis en los cruceros, así como el desarrollo de las marinas turísticas.
5. Se promoverá el turismo social, además del turismo cultural especialmente en los niños y jóvenes.
6. Se fortalecerá la función de FONATUR para estimular el financiamiento de la oferta turística, agilizando los procedimientos - de apoyo para la construcción de nuevas instalaciones hoteleras así como se fomentará intensivamente la creación de instalaciones turísticas que permitan la práctica del campismo en lugares que ofrezcan atractivos naturales y culturales.

De los propósitos que acabamos de señalar consideramos que el que más sobresale es el de concientización turística ya que de él depende la imagen turística de un país, nosotros lo tratamos en este breve trabajo la concientización, capacitación del turismo en el capítulo 2.

Ya para concluir este apartado señalaremos que el Programa Nacional de Turismo 1990-1994 todavía no nace a la luz pública por lo reciente que es la administración del Presidente Carlos Salinas de Gortari.

3.9 INDICE COMPARATIVO DE INGRESOS ENTRE EL TURISMO Y EL PETROLEO

Antes de que empecemos a desarrollar brevemente este apartado no hay que perder de vista lo que nos señala el maestro Manuel R. Palacios en su obra "El Derecho Económico en México" respecto al turismo dice "el derecho económico y social, se aplica a la reglamentación del turismo, por que éste forma parte de la balanza de pagos. A este respecto, Raymond Barre, al hablar de las relaciones económicas internacionales, dice: "La contabilidad nacional de un país no puede ignorar los aspectos internacionales de la actividad económica de este país, tanto desde el punto de vista del capital, como del de la renta nacional". En la actualidad, todas las naciones legislan sobre turismo, por que éste forma parte de la balanza de pagos. Su desarrollo interesa al Estado, pero también a las grandes corporaciones de particulares: Cámaras de Comercio, Industriales, Agrícolas o Ganaderas, Asociaciones Culturales, Artesanales, etc. La reglamentación jurídica del turismo, atiende a un fenómeno moderno, económico o cultural, de carácter colectivo. Su estudio es parte del Derecho Económico, tanto por que sus efectos se registran en la balanza de pagos, como por su función integradora social.

Tal corriente, es sistemática en varios países, principalmente en aquellos en que la economía está organizada y los periodos de descanso vacacional de escolares, estudiantes y trabajadores, brindan oportunidad para la organización de viajes y hospedaje. Esto, aunado

al afán del hombre por el conocimiento de otros mundos, han hecho del turismo, una fuente de divisas de gran importancia. Los Estados modernos formulan políticas de turismo formando actualmente parte de la balanza internacional de pagos. En México, es la segunda fuente de ingresos, después de la exportación del petróleo.

La importancia del turismo ha sido destacada por diversos autores. Las compras por los turistas, de artículos nacionales, convierte a éstas en una exportación invisible; las compras de región interior, promueven las relaciones económicas nacionales. Es la exportación más segura, menos costosa, la más rápida, afirma Jean Morini Combit, en su estudio sobre los movimientos internacionales del hombre".(139)

Se ha señalado que el turismo forma parte importante de la Balanza de pagos de nuestro país, pero consideramos pertinente anotar que es lo que se debe entender por Balanza de Pagos para explicar esto recurrimos nuevamente a nuestro distinguido maestro Manuel R. Palacios que nos señala: "La Balanza de Pagos de un país, es el documento contable, que suministran las transacciones económicas que han sido realizadas durante un período dado, generalmente un años, nos dice Raymond Barre. Sabemos que este documento nos sirve hoy para informarnos de la marcha económica de un país. Los renglones que lo forman son: primero, la compra-venta de mercancías o la balanza comercial (al activo, las

(139) Manuel R. Palacios Luna, El Derecho Económico en México, P. 224.

exportaciones; al pasivo, las importaciones), y oro monetario; en segundo lugar, la cuenta de servicios en los que destaca la importancia del turismo, fletes y seguros de transportes, gastos de funcionarios en el extranjero, derechos de autor, regalías cinematográficas, etcétera. Se incorporan también los desplazamientos de capital en el extranjero.

Las divisas que ingresan por los movimientos migratorios turísticos han tenido gran importancia en el equilibrio de la balanza de pagos. Desde luego, la salida de turistas mexicanos hacia el extranjero, debe balancearse con las divisas que se importan por los turistas extranjeros".(140)

Nos sigue diciendo el Maestro Manuel R. Palacios que "las relaciones económicas internacionales, factores proveedores de divisas extranjeras y de integración humana y cultural de los pueblos, son las corrientes de población de inmigrantes y emigrantes transitorios que constituye el turismo. Es de tal importancia económica y sociológica, que cuando se evalúan los otros factores como son, la balanza comercial y el movimiento errático de capitales, en ocasiones, la provisión de divisas extranjeras por el turismo, supera a la balanza comercial".(141).

(140) Ibid., P. 225.

(141) Ibid., P. 225.

Consideramos que la actividad turística, con todas sus complejas derivaciones e implicaciones hoy, es considerada, por parte de diferentes expertos, como uno de los fenómenos más relevantes de nuestra sociedad contemporánea, por ello consideramos que tenemos que aceptar públicamente que el turismo se ha convertido hoy en día, en nuestra más importante actividad socio-económica, cuyo impacto en la economía mexicana ya no se puede ignorar, por que crea para nosotros una actividad económica adicional importante sin la cual no puede ya pensarse en un desarrollo normal del país. Es tan importante que el turismo de ser apéndice, se ha vuelto núcleo central de gran parte de la actividad económica nacional.

Hemos apuntado en algunos apartados de este trabajo que el turismo es un recurso natural inagotable en lo que se refiere a su explotación con el que cuenta nuestro país, en otras palabras es un recurso natural renovable, por que está sujeto a la ley natural o por la acción del hombre y, que se controla jurídicamente por vía de la facultad estatal de policía en la explotación que pueden hacer los particulares. Siguiendo con los recursos naturales, hemos de señalar al Petróleo por su importancia en la balanza de pagos de nuestro país, que a diferencia del turismo está encuadrado dentro de los recursos naturales no renovables o agotables por que se consume con el uso por tal motivo es estratégico para nosotros en nuestro país.

Ya señaló el maestro Manuel R. Palacios que "el turismo es la segunda fuente de ingresos, después de la exportación del petróleo",

nos resulta tarea ardua y casi imposible, el realizar un análisis exhaustivo de la evolución e importancia de las industrias del Petróleo y del Turismo en México. Creemos que es suficiente con la breve explicación de datos para ilustrar el índice comparativo de ingresos entre el turismo y el petróleo, además de ver de una manera muy general como se han desarrollado estas industrias en los últimos años dentro del panorama de la economía nacional, siguiendo el ritmo marcado por los gobiernos emanados de la Revolución.

A continuación nos asomaremos a los indicadores económicos que poseen sin duda alguna un mayor poder de ilustración respecto al índice comparativo de ingresos entre el turismo y el petróleo.

CUADRO No. 1
BALANZA DE TURISMO 1960-1987
(Millones de dólares)

AÑO	INGRESOS
1960	139
1965	139
1970	415
1971	461
1972	563
1973	724
1974	842
1975	800
1976	836
1977	866
1978	1121
1979	1443
1980	1671
1981	1750
1982	1406
1983	1624
1984	1953
1985	1720
1986	1792
1987	2274

FUENTE: Banco de México, Indicadores Económicos.

CUADRO No. 2
BALANZA DEL PETROLEO 1960-1987
(Millones de dólares)

AÑO	INGRESOS
1960	460
1965	675
1970	1074
1971	1170
1972	1282
1973	1483
1974	2592
1975	3075
1976	3638
1977	6100
1978	8072
1979	13306
1980	26792
1981	20476
1982	19765
1983	20752
1984	22394
1985	20716
1986	11308
1987	13658

FUENTE: Banco de México, Indicadores Económicos.

Antes que demos por concluido este apartado y el punto el cual estamos tratando es indispensable que mencionemos que nos hemos referido al Turismo y Petróleo por su importancia en la economía nacional ya que encabezan índice de ingresos que entran al país.

Ya para concluir este apartado, a modo de comentario señalaremos algunos puntos que resaltan de los Indicadores Económicos expuestos:

TURISMO

- Tomando como base el año de 1960 a 1975 el turismo aumenta en sus ingresos que entran al país en 17.35 %.
- Tomando como base el año de 1976 a 1980 el turismo aumenta en sus ingresos que entran al país en 50 %.
- Tomando como base el año de 1981 a 1987 el turismo aumenta en sus ingresos que entran al país en 77.39 %.

PETROLEO

- Tomando como base el año de 1960 a 1975 el petróleo aumenta en sus ingresos que entran al país en 14.9 %.
- Tomando como base el año de 1976 a 1980 el petróleo aumenta en sus ingresos que entran al país en 13.5 %.

- Tomando como base el año de 1981 a 1987 el petróleo aumenta en sus ingresos que entrar al país 149.9 %.

Y para finalizar totalmente, anotaremos algunos puntos generales que resaltan de los dos Indicadores Económicos expuestos:

- Tanto el Sector Turismo como el Petróleo forman parte importante de la balanza de pagos de nuestro país.
- En el año de 1981 a 1987 el Sector Turismo aumenta más del 70 % en ingresos que entrar al país en comparación a los periodos de 1960-1975 y 1976 a 1980.
- En el año de 1981 a 1987 el Sector Petróleo llega casi al 150 % en ingresos que entrar al país en comparación a los periodos de 1960-1975 y 1976 a 1980.

CAPITULO 4

TURISMO Y DERECHO COMPARADO

Llegamos al último capítulo de nuestro trabajo que al igual que los tres anteriores tienen una gran importancia y que debería tomarse en cuenta por los expertos del mundo turístico.

Hemos de referirnos en este capítulo de una manera muy breve a algunos países, dada su importancia turística además de ser considerados por los expertos como potencias turísticas mundiales. Antes de que nos concretemos propiamente a tratar este capítulo es pertinente señalar lo que nos dice el maestro español Luis Fernández Fuster en su obra "Teoría y Técnica del Turismo, Tomo II", dice "en la política turística se requiere organismos o instituciones técnico-administrativos de los cuales dos tipos distintos podemos distinguir:

I. ORGANIZACION ESTATAL, OFICIAL O PUBLICA. Es la expresión de los poderes públicos en el campo del turismo. Pueden presentarse tres formas distintas:

- a) Administración Gubernamental. Un órgano especialmente creado

dentro de la propia Administración. Su categoría va desde Ministerio de Turismo (o Secretaría de Turismo), a Dirección General de Turismo, Comisariado.

b) Administración autónoma o semi-gubernamental. Organismo que el Estado lo constituye por Ley, reservándose una vigilancia pero no englobándolos en su aparato.

c) Administración no gubernamental, pero reconocida oficialmente por su país, con responsabilidades y competencias más o menos analogas a las anteriores.

Una gran mayoría de las organizaciones turísticas adoptan las dos primeras formas. De los 95 países que figuran en el estudio de la UIOOTOMT (Bust, Activités et Domaines de Compétence des Organismes Natureaux de Tourisme, édition 1975), solamente seis poseen un estatuto no gubernamental. Pero debe hacerse observar que existen países con un organismo gubernamental y otro semi-gubernamental simultáneamente que se reparten, más o menos aceptablemente las actividades y competencias.

II. ASOCIACIONES PRIVADA. Existen simultáneamente con la Administración estatal o autónoma ejemplo Francia, y muchas de ellas son anteriores a éstas en orden cronológico. Siguiendo a Krapf, puede dividirse en tres grupos:

a) De base vertical. Agrupan de arriba abajo el conjunto de activi-

dades turísticas. Incluso forman parte de ellas las administraciones gubernamentales a escala regional, provincial o departamental, etc. El ejemplo típico de estas asociaciones lo constituyen los Centros o Sindicatos de Iniciativas.

b) De base horizontal. A diferencia de las anteriores, son asociaciones profesionales (por ejemplo, sólo hostelería o sólo transportes) Más reducidas en número de afiliados son, sin embargo más cerradas en defensa de sus intereses.

c) Asociaciones de usuarios. Si las dos anteriores representan la oferta de bienes y servicios, estas son agrupaciones de la demanda de los consumidores turísticos. Las más conocidas son Automóviles-Clubs, Moto-Clubs, Rotarians, Deportes, etc. (142)

De lo que expusimos con anterioridad podemos decir que la constitución de un Organismo Nacional de Turismo (México, Secretaría de Turismo) y Organismos Estatales, Organismos Paraestatales, autónomos o privados significan una dedicación especial por parte de los gobiernos y de los particulares hacia las cuestiones turísticas; y de esto acarrea la necesidad de darle especial interés y coordinar sus diversas actividades además que de ello depende el éxito de los países en el mundo turístico.

A continuación veremos lo que nos señala Luis Fernández Fuster

(142) Luis Fernández Fuster, Tomo II, Ob. cit. Pp. 567-569

acerca de las esferas territoriales de los organismos turísticos oficiales nos dice "en el mundo turístico generalmente, de mayor a menor ámbito podemos establecer los siguientes cuadros, según que los países sean federales o no:

A.	B.
Países Federales	Países no Federales
0 Organismo Federal	0 _____
1 Organismos Estatales	1 Organismos Estatales
2 _____	2 Organismos Regionales
3 _____	3 Organismos Provinciales o Departamentales
4 Organismos Municipales o Locales	4 Organismos Municipales o Locales

A. El primer cuadro lo poseen países compuestos de estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior, pero reunidos en una confederación. Es el caso de México,⁽¹⁴³⁾ Estados Unidos, Brasil, Argentina, Yugoslavia, etc. En estos países el Organismo Turístico superior depende directamente del Ejecutivo Federal, y sus disposiciones tienen y deben tener vigencia en todo el territorio nacional. Cada uno de los Estados posee, a su vez, en su propio territorio dentro de su escala gubernativa, una Organización dedicada al Turismo, unida o no a otras actividades.

(143) Esto lo tenemos contemplado en nuestra Constitución Política en su artículo 40. Es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una República representativa, democrática, federal, compuesta de Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior; pero unidos en una Federación establecida según los principios de esta Ley Fundamental. Instituto de Investigaciones Jurídicas Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

B. En los países no Federales o unitarios falta, como es lógico, el Organismo Federal. Hallamos aquí un Organismo Superior con un ámbito de aplicación en todo el territorio. Dentro de este grupo aparecen, sin embargo dos escalones que no acostumbran a encontrarse en los Federales: el Provincial o Departamental y el Regional.

Entre los Organismos Provinciales o Departamentales y los Estatales surgen, en ocasiones, los Regionales, que abarcan varias provincias, formando zonas muy homogéneas. Pueden abarcar en su conjunto la totalidad del territorio nacional o bien sólo las partes más específicamente turísticas del país. Así funcionan en Italia (Asesorati Regionali, Cerdeña, Sicilia, Trentino y Aosta), y en Francia (Comites Regionaux). Estos Organismos Oficiales o de Asociaciones privadas, subvencionadas y de coordinación entre estos Organismos Regionales se dan, bien entre ellos o a través del Organismo Superior estatal.

Está regido en los países unitarios o no federales por el Gobernador, Prefecto o la tendente representante del Gobierno en todas sus actividades. Dentro pues, de la organización periférica, existe en este escalón un sector Turismo llevado directamente, como ocurre en España, por el Delegado Provincial de la Secretaría de Estado".(144)

Nos sigue diciendo Luis Fernández Fuster que "las Delegaciones actúan en las provincias, en todos los aspectos de la competencia ministerial, y bajo la presidencia de los Gobiernos Civiles forman las

(144) Luis Fernández Fuster, Ob. cit., Pp. 578-579.

Comisiones Provinciales de Información, Turismo y Educación Popular
(C.I.T.E.)

El último escalón para la organización turística es la localidad, la ciudad o la aldea, aunque la reducción territorial no indique la ausencia de problemas, ya que se reducen simultáneamente los medios económicos, ni tampoco el que este tipo de organización haya aparecido después de las organizaciones nacionales o providenciales. Bien al contrario, históricamente aparecen muy temprano.

Dos formas adoptan, generalmente, la organización local: pública o semipública. La primera, encuadra dentro de la municipalidad o ayuntamiento, como una Comisión especial que, formada por varios concejales atiende a la problemática turística juntamente con las de relaciones públicas, protocolo de actos, esparcimiento, deportes y festejos populares.

La segunda forma, oficial también es la solución italiana denominada Azienda Autonoma di Cura, Soggiorno e Turismo, existentes en las localidades turísticas clasificadas en alguna de esas tres modalidades. Surgidas al principio como asociaciones libres, luego dependientes del Ministerio de gobernación a través del Prefecto local.(145)

Hemos expuesto de una manera general, las diferentes formas que pueden adoptar los organismos dedicados a la rama turística.

(145) Ibid. P. 581.

Antes de que continúe, no hay que perder de vista la actuación del Estado en el dictado legislativo de disposiciones de todo rango que delimiten cada una de las grandes ramas de las empresas dedicadas al turismo. Se prosigue esa función a través de los órganos administrativos que reglamentan, vigilan, inspeccionan y sancionan, de acuerdo con las leyes, la función legislativa es fundamental en todo Estado.

No con ánimo de dar una lista exhaustiva, por que sería muy larga sino de dar únicamente una idea de los ámbitos oficiales en este aspecto podemos mencionar: 1. Industrias y explotaciones turísticas de alojamientos (hoteles, pensiones, balnearios, hostales, casas de huéspedes), 2. Industrias y explotaciones turísticas de restaurantes, cafeterías, bares, 3. Agencias de Viajes, Agencias de Información, 4. Profesiones Turísticas, 5. Transportes de carácter turístico, deportes, comercio turístico.

De lo que expusimos con anterioridad consideramos que toda legislación y reglamentación que en mayor o menor grado regule esta actividad turística queda al cabo de unos años rebasada y anticuada por el dinamismo del sector turismo.

El éxito del turismo, además de otros factores está en los organismos turísticos y dependerá de su estructura jurídica y administrativa, tanto del sector oficial y privado por lo que consideramos aquí en este trabajo señalar los órganos más importantes de los países Italia, Francia, España, Estados Unidos. Ya señalamos que estos países son considerados potencias turísticas mundiales, es por eso que los trataremos.

4.1 ITALIA

Es pertinente que antes de que nos asomemos propiamente al mundo turístico italiano señalemos lo que nos dice la revista "Estudios Turísticos" editada por el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones del Gobierno de España, nos dice "Italia es la primera potencia turística europea, la posición de Italia en el mercado turístico mundial es prominente. Ella sola constituye la meta de casi el 10 % del turismo internacional.

Los 4.753,3 millones de dólares (USA) que este contingente le procura hacen que figure en la cabeza de la clasificación europea, puesto que ostenta también en la balanza turística, con un saldo positivo que se eleva a 3.864,3 millones. Como sucede en todos los países europeos contribuyen largamente a contrarrestar el pasivo comercial con el exterior. De este modo, en los últimos años, el saldo neto del turismo italiano ha cubierto por término medio el 40% del déficit comercial, el 1.8% del agrícola-alimenticio y el 31 % del producido por las importaciones de petróleo.

Los ingresos turísticos figuran por encima de las remesas aportadas por los emigrantes, siendo tan sólo superadas en la economía italiana por las exportaciones de la industria manufacturera". (146)

(146) Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Estudios Turísticos, Pp. 63-65.

A continuación trataremos brevemente el organismo principal que dirige y regula el turismo en el país italiano. Al respecto Luis Fernández Fuster nos señala lo siguiente: "El Ministerio del Turismo, I Dello spettacolo y Ente Nazionale per il Turismo (E.N.I.T.), es el alto organismo turístico italiano, constituyendo uno de los Ministerios de Gobierno. Se estructura en dos Sub-secretarías (Turismo y Espectaculo) y en tres Direcciones Generales: Turismo, Espectáculos y Asuntos Generales de Personal. Bajo su jurisdicción se encuadran:

Ente nazionale per il Turismo (ENIT),
Ente provinciali per il Turismo (EPT),
Comité Olímpico Nazionale Italiano (CONI),
Ente Autónomo Biennale de Venecia,
Ente Teatral Italiano.

Por lo que podemos ver los dos primeros entes son los de importancia y esta íntimamente relacionados con nuestro trabajo, más adelante los explicaremos brevemente.

La función del órgano superior que rige el turismo en Italia, se realiza a través de la Direzione Generale per il Turismo, regida por un Director General, con una Secretaría; la componen siete divisiones: 1. Agenzie di Viaggi e Turismo, 2. Providence Alberghieri-Ufficio Técnico, 3. Ente Turistici internazionali, 4. Turismo Sociali, 5. Rapporti Turistici Internazionali, 6. Affitacamere, Guide Interpreti e Corrieri, 7. Valopizzazione Turistica-Esercizi ricettivi - Contenzioso.

Además de las divisiones indicadas, se encuadran en la Dirección la Oficina de Estadística y la publicación periódica *Rassegna della Stampa Turistica*".(147)

Para un mejor entendimiento de este aparato nos tomamos la atribución de transcribir lo que nos señala Jose Luis Febas en su obra "Promoción Turística e Imagen" nos dice que "son únicamente cuatro los niveles que integran el organigrama de administración turística italiana y son: El nivel Nacional (ENIT), el nivel regional, el nivel provincial y el nivel local.

a) Nivel Nacional. Ente Nazionale Italiano per il Turismo, creado en 1919, es un organismo de derecho público y de carácter paraestatal a quien, entre otras actividades tales como estudio, programación, investigación, etc., incumbe como tarea esencial la promoción del turismo en el extranjero, el levantamiento de las estadísticas turísticas y los estudios de mercado, que permiten orientar la política turística del Ministerio. Es el único organismo turístico subvencionado por el Estado.

El E.N.I.T. está constituido por los siguientes órganos: 1. La Presidencia, 2. El Consejo de Administración, 3. El Comité Ejecutivo y 4. El Colegio de revisores.

(147) Luis Fernández Fuster, *Ob.cit.*, Pp. 617-619.

El Presidente del E.N.I.T. - al igual que el Director General de Turismo - es nombrado por Decreto a propuesta del Ministerio de Turismo y del Espectáculo.

El Consejo de Administración está compuesto por: El Presidente del E.N.I.T., Tres representantes del Ministerio de Turismo y del Espectáculo, un representante de cada uno de los siguientes ministerios: Asuntos Exteriores, Hacienda, Educación Pública, Obras Públicas, Transportes, Industria, Comercio Exterior y Marina Mercante; Dos representantes de los Organismos Provinciales de Turismo; un representante del Automóvil Club y doce expertos en turismo de los que cuatro han de ser empresarios y otros cuatro trabajadores, pertenecientes todos ellos a los sectores económicos más interesados en el movimiento turístico, los nombramientos, por decreto han de ser renovados o confirmados cada cuatro años.

El ENIT posee 26 delegaciones en el extranjero, 30 correspondencias con Alitalia, Cámaras de Comercio o Institutos Italianos de Cultura en otros países y cinco oficinas de frontera. El ENIT despliega su actividad promocional la cual la considera la más importante, a través de los canales convencionales: anuncios de prensa (1,043 anuncios en 316 periódicos y revistas pertenecientes a 16 países), publicidad cinematográfica y radiotelevisiva (16.591 proyecciones y filmación de siete documentales que vienen a añadirse a los 48 ya existentes), participación en ferias y muestras turísticas (165), publicaciones promocionales (con cinco millones de folletos y carteles, cuya distribu-

ción supone un movimiento de 520.629 kilogramos de material), acogida a prensa y profesionales del turismo, etc.

Las delegaciones en el extranjero son periódicamente consultadas mediante reuniones que se celebran en el mes de enero en Roma y de enero a mayo en las diferentes áreas. Estas delegaciones poseen asimismo una cierta autonomía que les lleva incluso a editar publicaciones específicas de bastante envergadura como son los folletos de información turística general, íntegramente producidos y pensados en, para y desde el país en el que están ubicados. La vertiente informativa se amplía con los folletos de informaciones específicas habituales -lista de hoteles, museos, calendarios de manifestaciones, mapa de carreteras-, explicándose la ausencia de algún título (v.g. campings) al ser otros organismos o asociaciones los que lo hacen.

El ENIT suele publicar cada año alrededor de 20 carteles, tirándose de cada motivo 20,000 ejemplares, 5,000 de los cuales en formato pequeño. Numéricamente el primer lugar lo ocupan los carteles⁽¹⁴⁸⁾ con motivos artísticos, seguidos de los paisajísticos (en su cuádruple dimensión: montaña, ciudad, lagos y costas)⁽¹⁴⁹⁾

Nos sigue diciendo el investigador español Luis Febas que "es de importancia especial en el país italiano la revista "L'Italia", publica-

(148) Cartel. Anuncio que se pega en un sitio público: un cartel artístico, un cartel turístico. Pequeño Larrouse Ilustrado, Ramón García Pelayo, P. 204.

(149) José Luis Febas. Promoción Jurídica e Imagen, Tomo I, Pp. 137-138.

da trimestralmente por el ENIT en cinco lenguajes, se inscribe en lo que podría denominarse tratamiento diacrónico de la propaganda descriptiva, si bien tras el último cambio realizado en 1978, parece orientarse hacia formas más emparentadas con el medio, esto es, caracterizado por una presencia mayor de elemento informativo. "Vida Italiana" es el prototipo de la revista de prestigio, de gran formato y lujosa presentación. No aparecen en las publicaciones de este organismo ofertas concretas de ningún tipo, constituyendo ésta una dimensión bastante nueva en la que está comenzándose a trabajar en 1979 y que por el momento no queda reflejada en aquéllas.

También realiza propaganda de vallas publicitarias en el interior del país y, fuera del mismo, se ha realizado recientemente una experiencia en las autopistas alemanas". (150)

b) Nivel Regional. Sigue diciendo José Luis Febas que "los Assessorati per il Turismo son los organismos que a nivel regional, entienden de todo lo relacionado con este campo, desde que en 1972 se realizó la transferencia de competencias por parte de la administración central.

Italia está dividida en veintiuna regiones que son: Abruzzo, Alto Adige, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trentino, Umbria, Valle d' Aosta, Veneto.

(150) Ibid., Pp. 146-147.

A estos organismos compete la planificación, coordinación y supervisión de la actividad turística en su región respectiva, la elaboración de una legislación y reglamentación adecuadas en materia de hostelería, agencias de viaje, etc., y la difusión del turismo en el interior del país (ésta última compartida con las oficinas provinciales y locales). Su poder es creciente. En lo que respecta a la propaganda en el extranjero no sólo parte de los gastos de la distribución del material propagandístico regional realizada por el ENIT a sus delegaciones, sino que cuestionan el monopolio ejercido por este organismo, estando actualmente en el Supremo la cuestión de si las regiones pueden llevar su propia propaganda en el extranjero. Su actividad promocional varía de una región a otra, dependiendo ello de su envergadura turística. Por ejemplo el Assessorato per il Turismo de la región de Campania, que opera sobre las provincias de Avellino, Benevento, Caserta, napolí y Salerno, prácticamente no ha publicado muchos folletos entre ellos podemos mencionar el titulado "Turismo in Campania" sin embargo, está en contacto con el Consorcio Regional de Agentes Turísticos (CRAT) al que proporciona toda clase de ayuda y durante 1979-1980 está llevando a cabo la campaña "Comercialización del producto turístico" cuya finalidad es la creación de un paquete de ofertas con destino a los grandes operadores turísticos.

c) Nivel provincial. En Italia existen 91 Enti Provinciali per il Turismo, dependen como el ENIT de la Dirección General del Turismo. Fueron creados por Decreto Ley de 20 de junio de 1935. Sostienen 106 oficinas de Información Turística.

Disponen de fondos propios obtenidos a través de la Póliza de Turismo y de los Impuestos Municipales, en la actualidad ejecutan tareas de inspección y control en hostelería y parahostelería y se ocupan del servicio de acogida, en especial en lo referente a guías e intérpretes. La publicación de propaganda a nivel provincial les compete a ellos. Como ejemplo podemos mencionar en Ente Provinciale per il Turismo de Nápoles, más interesante es, sin embargo su actividad informativa. Aparte de la lista hotelera de la provincia que aparece anualmente, editan cada mes un cartel literario sobre actividades culturales y del que tiran 400 ejemplares, destinado a agencias de viaje y otros lugares públicos. El "Carnet de turista", de periodicidad bimensual, proporciona todo tipo de información, colaborando en el mismo la Azienda Autónoma de Nápoles.

d) Nivel Local. La Azienda Autónoma di Soggiorno, Cura e Turismo a caballo entre la Oficina Municipal de Turismo y el Sindicato de Iniciativa, es el organismo a quien compete la propaganda local, junto a otras actividades como congresos, convenciones, exposiciones, acogida, información, etc.

Oficinas locales para el Fomento del Turismo fueron instituidas por Decreto-Ley de 14 de abril de 1926. Se crean en aquellas localidades que poseen atractivos turísticos e instalaciones idóneas para la estancia de los turistas. Existen en la actualidad, en todo el país 347 con sede en las localidades de mayor entidad turística, aunque son numerosas las ciudades que no poseen.

Sus fondos son similares a los EPT y en principio, dependieron del Ministerio de la gobernación, por medio de la Prefectura local. Se rige por un Consejo, del que forman parte un representante del EPT correspondiente; uno por la hotelería local, dos por el Consejo Provincial de Sanidad, uno por Touring Club Italiano, otro por el Ayuntamiento, etc."(151)

Ya para concluir este apartado mencionaremos lo que nos dice Luis Fernández Fuster de los organismos de promoción Turística "estos organismos juegan un papel importante en la política turística italiana, ya que su éxito italiano en el turismo mundial se les debe en gran medida a ellos;"(152) mencionaremos algunos: Ente Nazionale Italiano per il Turismo (ENIT), Ente Provinciale per il Turismo (EPT), Azienda Autónoma di Soggiorno, Cura e Turismo, Nápoles (AASTN, Assessorato Regionale per il Turismo de Lombardia (ARTL), Ente Provinciale per il Turismo de Milán (EPTM), Ente Provinciale per il Turismo de Nápoles (EPTN), Ente Provinciale per il Turismo de Roma (EPTR).

De lo anterior podemos deducir que el Gobierno italiano le da primordial importancia a la labor que juega la promoción en el turismo, haciendola a gran escala en el interior como el exterior del país.

(151) Ibid., Pp. 147-158.

(152) Luis Fernández Fuster, ob.cit., P. 626

4.2 FRANCIA

En este año de 1989 se celebró el bicentenario de la revolución francesa, a modo de introducción quisiera evocar el centenario de esa misma revolución que vio erigirse la torre de Gustave Eiffel, ⁽¹⁵³⁾ que es uno de los monumentos más visitados en el mundo.

En este apartado al igual que los anteriores trataremos muy general, abordando los organismos encargados de dirigir el turismo y su estructura administrativa, y a este respecto nos señala el tratadista español Luis Fernández fuster que "los antecedentes de la Organización Turística Oficial en Francia se remontan a 1910, fecha en la que por Ley de 8 de abril (y reglamento de 24 de abril fue creado un Office National du Tourisme dependiendo del Ministerio de Obras Públicas y compuesto de un Consejo de Administración de nueve miembros (elevándose después a veinte) y de un Consejo Superior de cincuenta miembros. Como medios financieros disponía de ayuda estatal en forma de subvención y de ayuda directamente del Touring Club de Francia. Una modificación posterior (Ley de 24 de septiembre de 1919 volvió a elevar el número de miembros en ambos Consejos que partieron a 28 y 112 respectivamente. Esta Office National du Tourisme ejerció sus funciones sin interrupción hasta 1935.

(153) Torre metálica de 320 mts. de altura, edificada en París para la exposición Internacional de 1889 por el Ingeniero francés Gustave Eiffel (1832-1923). Actualmente se utiliza como estación emisora de televisión además de ser uno de los atractivos turísticos más visitados en el mundo. Ramón García, Pequeño Larousse, P. 1265.

En esta fecha, por Decreto-Ley de 25 de julio (y reglamento de 7 de septiembre) fueron creados, en su lugar, tres organismos: a) Comisariado General de Turismo, del termalismo y del Climatismo. Dependiendo del Ministerio de Obras Públicas, el Comisario era a la vez delegado general en el Consejo de Administración (de nueve miembros). b) Centro Nacional de Expansión del Turismo y del Termalismo. Fundación de derecho público como órgano administrativo y ejecutivo. c) Comité ejecutivo del que formaban parte los diferentes Ministerios interesados compañías de transportes, asociaciones turísticas y la municipalidad. Tuvo 51 miembros, elevados posteriormente a 80.

Tres años más tarde (Decreto-ley de 17 de junio de 1938) el Centro Nacional de Expansión Turística fue supeditado al Comisariado mediante un Consejo de Administración de 16 miembros y un representante del Ministerio de Hacienda. El Consejo era presidido por el Comisario.

Durante la segunda guerra mundial no hubo ocasión para promover el turismo. ⁽¹⁵⁴⁾ El Comisariado fue convertido, en consecuencia, en un simple servicio de turismo (Ley de 24-XII-1940) dentro del mismo Ministerio. Terminando el conflicto y la ocupación alemana, volvió a ser establecido por Ley de 27 de abril de 1946. En 1948 (Decreto de 31 de marzo) se convierte en Dirección General del Turismo. El mismo año el Ministerio de Obras Públicas, del que dependía, pasó a denominarse

(154) Antes de la Segunda Guerra Mundial, durante mucho tiempo Francia ocupaba el primer lugar entre los países más visitados del mundo. Los visitantes extranjeros, eran en su mayoría, incondicionales, amantes de Francia. Era una época fácil para los productos franceses, cada uno de ellos (vinos, perfumes, alta costura) expresaba, a su manera, una cultura y una elegancia reconocidas como las mejores del momento. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Estudios Turísticos, P. 21.

Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Turismo, e instituyó, junto a la Dirección General del Turismo, un centro Nacional del Turismo con carácter consultivo compuesto por un Consejo de Administración y un Comité Nacional. Este Comité tuvo una duración de dos años (hasta el 5 de febrero de 1951) y en junio de 1952 fue suprimido el Centro Nacional creando en su lugar el Consejo Superior de Turismo.

Nueva reorganización tuvo lugar con el Decreto de 19 de junio de 1950. La Dirección General de Turismo cesó en sus funciones, creándose de nuevo el Comisariado General de Turismo, y como coordinación de sus funciones con la administración, un Comité Interministerial de Turismo. En 1962 la subordinación del Comisariado al Ministerio de Obras Públicas y Transportes, que pierde el sector, pasa al Primer Ministro, excepto en presupuesto económico y personal.

La organización del turismo estaba englobada en el ministère de l'Equipement u du Logement, y contaba con dos organismos diferentes: 1. Conseil Supérieur du Tourisme y 2. Commissariat Général au Tourisme.

El funcionamiento y estructura de estos organismos es el siguiente: Ambos dependen directamente del Ministerio, pero así como el segundo realiza toda la labor administrativa, técnica y práctica, el primero, creado por Decreto de 18 de junio de 1952, es organismo consultivo y animador, encargado de estudiar los problemas relativos al Turismo. Consta de dos sectores (actividades profesionales turísticas y organización de estaciones turísticas). En este Consejo tienen cabida represen-

tantes de diversas Asociaciones y entidades, tales como: Association Nationale des Maires des Stations Thermales, climatiques balnéaires et artistiques, Caisse Centrale de Crédit Hotelier, Industriel et Commercial, Unión des Fédérations des Syndicats d'Iniciative, Aero-Club de France, Touring-Club de France, Unión Nationale des Associations de Tourisme, Fédération Francaise de la Montagne, Automobile-Club de France, Unión Nationale des Hôteliers, Unión Nationale des Restaurateurs, Unión Nationale des Débitants de boissons, Société Nationale des Chemis de Fer Francais, Compagnie Générale Transatlantique, Compagnie Air France, Unión Syndicale des Agences de Voyages, Comité National des Statons Francaises de Sports d'Hiver, Fédération Nationale des ogis de France, Caisse Nationale de Vacances, Unión Routière de France, Fédération Nationale des Transports Routiers.

Cada sección del Consejo está presidida por uno de los Vicepresidentes (el cargo de Presidente corresponde al Ministro). El cargo de Secretario está ejercido por un funcionario de la Dirección General.

El consejo comprende: a) Una Asamblea Plenaria de 45 miembros nombrados por orden ministerial; b) Un comité permanente de 15 miembros que resuelve los asuntos que no necesitan pasar a la Asamblea presidido por el Comissaire au Tourisme; y c) Comisiones especializadas: 1. Salvaguardia del patrimonio artístico, 2. Financiación, inversiones y créditos, 3. Organización de las estaciones turísticas, del turismo interior y del equipamiento colectivo, 4. Industrias receptoras, 5. Termalismo y Climatismo, 6. Turismo Social, 7. Agencias de Viajes y medios de

transporte, 8. Asociaciones Turísticas y Sindicatos de Iniciativa,
9. Propaganda.

Commissariat Général au Tourisme, tiene a su cargo la promoción del Turismo, tanto en Francia como en el extranjero. Está encargado de la aplicación de los términos legislativos y reglamentarios de carácter turístico y de la relación con los diferentes departamentos ministeriales de cuestiones que incidan en el turismo: de estudiar y regular los problemas que conciernen al equipo y desarrollo de las estaciones turísticas y del equipo y modernización de las industrias. Lleva también la propaganda nacional en todas formas, coordinando la regional y local, y dirige las oficinas francesas en el extranjero". (155)

Hemos visto de una manera general una breve reseña histórica del cambio que ha venido sufriendo los organismos oficiales franceses dedicados a dirigir el turismo, creemos pertinente señalar para entender el funcionamiento actual de la organización de dichos organismos.

Tocante al funcionamiento actual de los organismos dedicados a dirigir la política turística con todos sus inconvenientes nos dice el investigador español José Luis Febas lo siguiente: "Francia segunda potencia europea en cuanto a ingresos producidos por el turismo internacional, (156) su verdadera personalidad turística se sitúa, sin embargo,

(155) Luis Fernández Fuster. Ob. cit. Pp. 598-561.

(156) En el año de 1986 obtienen 10 327 7 millones de dólares, siendo sólo superada por Italia. The Economic Significance of Tourism within the European Community, P. 8.

más del lado de lo cualitativo que de lo cuantitativo.

Hasta 1979 la gestión del Turismo nacional correspondía al Secrétariat d'Etat au Tourisme, organismo que data de 1910 y cuya tutela ministerial se ha manifestado cambiante a lo largo de su historia. Su última reorganización correspondía al 22 de noviembre de 1971 y en ella se le hacía depender del Ministère de la Culture et de L'Environnement. Por decreto de 27 de septiembre de 1978 pasa a convertirse en la Direction du Tourisme, dependiendo del Ministère de la Jeunesse, des Sports et des Loisirs.

Actualmente la organización del turismo en Francia, así como la política nacional e internacional de turismo compete al Ministerio Delegado a cargo del turismo, que depende del Ministerio de Industria y Ordenación del Territorio. Contando todavía con los organismos de: Conseil Supérieur du Tourisme y Commissariat Général au Tourisme.

Las estructuras que ponen en práctica la política de ese ministerio son: La Dirección de Industria Turística, La Inspección General de Turismo y El Consejo Nacional de Turismo. Se complementan con tres servicios de estudios: El Servicio de Estudios y de Ordenación Turística del Espacio Rural, El servicio de Estudios y de Ordenación Turística de la Montaña y el Servicio de Estudios y de Ordenación Turística Litoral, y una agrupación de interés económico (GIE) "La Maison de la France".

1. La Dirección de Industria Turística. Sus misiones principales

son la de evaluación del peso económico del turismo, el diálogo con las demás entidades administrativas, la reglamentación y desreglamentación del Sector, el desarrollo del turismo gremial y familiar y la búsqueda de nuevos productos.

Consta de tres subdirecciones, un departamento "Imagen de Francia", (compañías de relaciones públicas) y Servicios Exteriores: las Delegaciones Regionales de Turismo, 22 en total.

2. La Inspección General de Turismo. Controla los órganos públicos y para públicos que desempeñan un papel en turismo y tienen a su cargo el Secretariado General del Consejo Nacional de Turismo.

3. El Consejo Nacional de Turismo. Es el organismo consultos del ministerio encargado de turismo y presidente del mismo. Consta de 200 miembros aproximadamente, representando a organismos y comités regionales, organizaciones turísticas y personalidades nombradas por cuatro secciones técnicas que abarcan los siguientes temas: Asuntos económicos, asuntos sociales, comités regionales de turismo y ordenación turística. Tienen un papel de consultor, una función de coordinación y una misión de prospección.

4. Los Servicios de Estudios y de Ordenación Turística del Espacio Rural y de la Montaña desempeñan un papel de reflexión y de prospección del turismo rural, montañes y costero y brindan apoyo y asesoramiento de expertos para el diseño de nuevos proyectos a la organización del turismo en las regiones consideradas.

5. La "Maison de la France". Es una "agrupación de interés económico", estructura privada más flexible que una empresa de derecho privado, creada en 1987 y abierta a los socios gubernamentales y profesionales del sector. Su papel es el de organizar la cooperación entre los diferentes actores del turismo, informar y promover los nuevos productos. Es el punto de convergencia del Estado, las Regiones, los Departamentos, los Municipios y los profesionales del turismo. Su consejo de vigilancia presidido por el Ministerio de Turismo, está compuesto por 21 miembros representativos de los medios turísticos. (157)

Ahora veremos brevemente cuales son los productos turísticos que tienen primordial importancia y a la vez se les ha dado especial interés por parte del Gobierno Francés y la iniciativa privada, respecto ha esto Aurelio Orensanz nos señala "Los productos turísticos que predominan en Francia son: La montaña, el turismo de negocios, turismo fluvial, artes y espectáculos, balnearios y fuentes termales, alojamiento al aire libre, nautismo y recreo.

Enseguida describiremos brevemente cada uno de estos productos turísticos.

1. La Montaña. 93 estaciones vacacionales de montaña invierno-verano, han sido identificadas como "estaciones turísticas clasificadas". Las áreas para esquiar cubren una superficie de 1 200 km², que represen-

(157) José Luis Febas. Ob. cit., Pp. 21-24.

ta el 30% del área mundial para esquiar. En este ámbito, Francia es el primer país del mundo. Cuenta con 1 062 000 camas turísticas, entre ellas 100 000 en hoteles y 470 000 en chalets o en departamentos arrendados. Asimismo, cuenta con el mayor número de skilift (20% del total mundial). Francia es el primer fabricante y exportador mundial de este tipo de instalaciones (así como de equipo para esquiar).(158)

2. El Turismo de Negocios. Para Francia, el turismo de negocios representa cerca de una tercera parte de la actividad turística total. - Se pueden considerar tres subsectores: Las Ferias y Salones: el volumen de actividad generada se evalúa en 3 mil millones de dólares; Los Congresos y seminarios: En los 6 742 congresos internacionales que se celebraron en el mundo durante 1986, 631 tuvieron lugar en Francia, que se colocó así en el segundo mundial después de los Estados Unidos.

3. El Turismo Fluvial. Con 8500 km de ríos y canales, Francia posee la red navegable más larga de Europa. Por lo tanto, este tipo de turismo se ha desarrollado ampliamente desde hace 10 años. Hay 250 empresas dedicadas a esta actividad, que arriendan embarcaciones habitables y operan barcos de paseo y de crucero por las vías fluviales y los grandes lagos. El turismo fluvial tiene un volumen de ventas calculado en 100 millones de dólares.

4. Artes y Espectáculos. la riqueza y la diversidad de espectáculos

(158) Esto representa 100 000 empleos directos en el turismo invernal. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Estudios Turísticos, P. 24.

musicales, escénicos y coreográficos franceses atraen a un sinnúmero de visitantes extranjeros. Además en Francia se registran: 360 000 monumentos protegidos, entre ellos 1400 castillos y abadías abiertos al público, 1200 museos entre ellos 33 nacionales.(159)

5. Balnearios y Fuentes Termales. con 60 000 empleos, mil millones de dólares de volumen de ventas, 1 200 fuentes termales, un centenar de estaciones y 145 establecimientos termales, Francia es el país termal que ocupa el primer lugar en Europa. El número de personas que acudieron a estos centros se evalúa en 650 000/año.

6. Alojamiento al Aire Libre. El sector de hotelería al aire libre, uno de los de mayor exportación de la industria turística, se encuentra en toda evolución. A nivel mundial, Francia tiene el segundo lugar en capacidad después de los Estados Unidos. Los campos de remolques constituyen la primera forma de alojamiento arrendado seleccionado por los Franceses. Estos campos están manejados por empresas comerciales, por organismos sin fines lucrativos o por las colectividades locales, se reparten en cinco categorías en normas mínimas de instalaciones y funcionamiento. A cada una de estas categorías corresponde un número de estrellas creciente de acuerdo con la comodidad de las instalaciones. Estas normas son principalmente técnicas (densidad de ocupación, saneamiento, caminos, alumbrado, equipo eléctrico, seguridad, instalaciones

(159) 20 Millones de visitantes en 1987, en 1988 ascienden a 25 millones de visitantes. - Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicación, Estudios Jurídicos, P. 25.

comunes, oficinas de recepción...)

7. Nautismo y Recreo. El modelo francés de puertos data de principios de los años sesenta. Está basado en el principio implícito de "un barco, un lugar en el puerto". El resultado en 20 años ha sido una capacidad homogénea de puertos de recreo, bien administrados, la mitad financiada con fondos prestados y el resto mediante subsidios del Estado de las Regiones o de los Municipios. Se calcula esta capacidad en 100 mil lugares y la construcción de puertos de recreo en 180 desde 1964.

El sistema francés ha contribuido ampliamente a lanzar una poderosa industria de protección de barcos de recreo, (160) muy concentrada y que ha conquistado una de las mayores participaciones en el mercado internacional. (161)

Ahora abordaremos brevemente la promoción turística que se efectúa en Francia que al igual que los países europeos le dan importancia especial, ya que pensamos que de la promoción del turismo dependerá el éxito que pueda tenerse en el mundo turístico.

Respecto a la promoción José Luis Febas nos señala "La Dirección de Turismo está presente en quince países con 25 representaciones. Su

(160) En Francia, todos los barcos considerados de recreo pueden entrar libremente en los puertos franceses sin mayores requisitos, siempre y cuando sus pasajeros tengan los documentos necesarios al desembarcar (pasaporte, tarjeta de identificación. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Estudios Turísticos, P. 27.

(161) Aurelio Oresanz. Promoción Turística e Imagen, Pp. 30-32.

radio de acción internacional se completa con las 32 oficinas (que las compañías aéreas Air France y UTA)⁽¹⁶²⁾ poseen en 21 países.

Cada una de estas representaciones lleva a cabo en su país la promoción turística de Francia o de determinadas regiones, departamentos o localidades francesas, con los que se entiende directamente o por medio de la sede central de París. A ellas corresponde la ideación de campañas específicas de publicidad para el país en el que operan. Las oficinas en el extranjero son, en realidad, la gran baza de que dispone la Dirección de Turismo, frente a entes regionales, departamentales o locales". (163)

Promoción Turística por parte del Gobierno en el interior del País, nos sigue diciendo José Luis Febas "En este contexto es preciso situar el informe encargado en 1977 a una Comisión presidida por el Dr. Jacques diputado de la Losere, y que ha sido publicado en el mismo año con el título "Choisir ses Loisiers". Una de las proposiciones concretas de dicho informe es la de procurar a los franceses una información lo más práctica y completa posible sobre sus posibilidades de vacaciones y de empleo del ocio en Francia. Para ello se ha creado el Centro de Información y Documentación turística designado bajo el nombre de France Información Loiser (FIL), cuya asamblea general constitutiva tuvo lugar el 20 de diciembre de 1978, regido por la ley de 1901, esto es, sin

(162) De este modo la Dirección impone una política de propaganda turística especialmente en lo que a los folletos se refiere, creando una imagen unificada del país, ella misma fija las normas a las que se deben atener necesariamente estos folletos. José Luis Febas. ob. cit. P. 37.

(163) Ibid. p. 69.

carácter lucrativo, su finalidad es la reducir las desigualdades en el acceso de los franceses a las vacaciones".(164)

Hemos mencionado en este trabajo los entes Regional, Departamental, y Local, consideramos importante anotar cual es su papel y que es cada uno de ellos en el mundo turístico francés.

Iremos describiendo cada uno de ellos, además de asomarnos brevemente hacia la labor que emprenden para esto recurrimos a nuestro y autor ya conocido José Luis Febas y nos señala lo siguiente:

Nivel Regional. Funcionan en el interior del país la acción de la Dirección de Turismo se canaliza por la Delegaciones de Turismo, cuya función es eminentemente administrativa. A su lado funcionan Comités Regionales de turismo, 22 para el país y uno en ultramar, a quienes compete la coordinación de los esfuerzos para el desarrollo del turismo en las regiones.

Organismos de finalidad lucrativa, su reglamentación está sujeta en la actualidad a revisión... Están compuestas de diecinueve miembros, siendo su secretario el propio delegado regional, el poder económico, así como su vitalidad promocional, varían enormemente de una región a otra.

(164) Ibid. p. 71.

El Comité Regional de Turismo de Riviera-Côte d'Azur, por ejemplo, es uno de los más dinámicos, correspondiendo ello a una región de gran importancia turística. Este Comité se encarga de la promoción de su región, realizando campañas de todo tipo, tanto en el interior (regiones de París, Lyon, Lille, Strasbourg, Dijon, Metz, Nantes y Reims, en 1977, de cara a desestacionalizar el turismo interior) como en el extranjero, por medio de acogida a periodistas y profesionales de viajes, de campañas de publicidad en la prensa (Holanda, Bélgica, Alemania, Gran Bretaña, España, Italia, USA y Japón) y de misiones especiales que les ha llevado a visitar en 1977 países como México, Suiza y Dinamarca, además de los anteriormente citados.

En general podemos afirmar que la actividad promocional de los comités regionales se canaliza más por sus campañas específicas y por acciones originales y directas, que por la recurrencia a los medios convencionales de folletos y carteles. Evidentemente, no son sólo los comités regionales los que monopolizan la promoción del espacio regional.

Nivel Departamental. El Departamento es la principal circunscripción administrativa de Francia. Dotado de una cierta autonomía, poseedor de recursos financieros propios y un ámbito territorial mínimo y suficiente, constituye el marco adecuado para todo tipo de acción.

Junto al Delegado o Director Departamental, la gestión turística compete a la Asociación o comité Departamental de Turismo, en quienes ha delegado el Consejo General para todo lo concerniente al desarrollo

del turismo y del ocio en su circunscripción. Su elevado número - 95 en Francia metropolitana y cuatro en ultramar - hace difícil toda síntesis. Nos limitaremos por ellos a la descripción de uno de esos organismos, la Association Départementale du Tourisme de Bouches-du-Rhône, al que consideramos suficientemente representativo.

Regida por la ley de 1901, como el resto de las existentes en el país, esta Asociación no posee carácter comercial ni puede obtener beneficios. en sus dos terceras partes está financiada por el Consejo General del Departamento y en la restante, por la Cámara de Comercio de Marsella. A ello se debe que su presidencia pase de uno a otro organismo cada dos años.

Nivel Local. Existe en Francia dos tipos de organismos locales de turismo: los Sindicatos de iniciativa y las oficinas municipales.

Los Sindicatos de Iniciativa constituyen las más antiguas asociaciones turísticas del país. El primero de ellos fue creado en Grenoble, en 1889.

En número de 1 500 a comienzos de 1978, estos sindicatos funcionaban como asociaciones regidas por la ley de 1901, sin carácter lucrativo por lo tanto, y su misión principal era la atención e información al público". (165)

(165) Ibid. Pp. 77-82.

Ya para concluir este apartado nos sigue diciendo José Luis Febas que "La política actual tiende hacia la homogeneización de ambos tipos de organismos locales y, tras la correspondiente homologación, muchos de los Sindicatos de Iniciativa están convirtiéndose en Oficinas de Turismo. Una sola Federación, la Fédération Nationale des Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative (FNOTS), los agrupa a todos". (166)

(166) Ibid. P. 84.

4.3 ESPAÑA

Es reconocida mundialmente como una de las potencias turísticas, ya que ocupa uno de los primeros lugares en la captación de divisas por concepto de turismo,⁽¹⁶⁷⁾ además de ser uno de los países en el mundo que más se identifica con el pueblo mexicano.

Aquí en este apartado, lo trataremos al igual que los anteriores de manera muy general, es pertinente conocer su historia turística por tal motivo recurrimos a nuestro multicitado tratadista español Luis Fernández Fuster que nos dice "en la temprana fecha de 1905 hallamos la primera disposición sobre turismo en forma de Real Decreto, creando una Comisión Nacional encargada de fomentar en España por cuantos medios estuvieran a su alcance, las excursiones artísticas y de recreo del público extranjero. El Decreto fue presentado al Rey por el entonces Ministro de Fomento, Conde de Ramanones, y firmado en Palacio el día 6 de octubre del citado año, apareciendo en la "Gaceta de Madrid", número 280, del día siguiente.

Es evidente que el órgano creado - presidido por el Ministerio de Fomento y formado por los vocales de libre designación - no podían

(167) Después de los Estados Unidos, España ocupa el segundo lugar en la captación de divisas por concepto de Turismo. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones. Estudios Turísticos, P. 30.

responder en el aspecto de dinámica empresarial que se necesitaba, y así vino a reconocerse posteriormente cuando en el 1911 fue creada la Comisaría Regia de Turismo. Desconocemos, en realidad, quiénes fueron las personas comisionadas, con qué presupuesto financiero contaron y cuáles fueron sus realizaciones. Ciertamente hay que reconocer que, dadas las circunstancias del país, la Comisión solamente presentaba un valor en cuanto a Organó rector de la alta política turística que se pretendía, y al crearse la Comisaría Regia ésta fue asistida por una Junta superior que, en definitiva, era heredera de la Comisión Nacional.

Esta Comisión Nacional es, pese a todo, la primera piedra fundacional del turismo español. Si no tan perfecta como quisiéramos, tiene, al menos, dos virtudes: su venerable antigüedad (pocos países pueden presentar una medida similar en fechas tan tempranas) y el haber sabido ver la trascendencia de un fenómeno que en la década de los sesenta permitiría a España levantarse de sus cenizas.

Una medida importante tomada en este período es la que puede considerarse como primera reglamentación de la profesión de Guías-Intérpretes de turismo. Y a ello no debió de ser ajena la Comisión Nacional. Se trata de una Real Orden Circular del Ministerio de la Gobernación de fecha 17 de marzo de 1909. Hasta veinte años más tarde (21 de noviembre de 1929), sin embargo, no llegaría el texto normativo del Patronato Nacional del Turismo. La circular que comentamos venía a unificar los diferentes criterios que las autoridades municipales o gubernativas adoptaban en cada caso.

Malos comienzos tuvo la labor de la Comisaría, si nos atenemos a las escasas noticias de los primeros tiempos. Por que, como es sabido, a los tres años de su existencia estallaba la Primera Guerra Mundial. Para ese organismo cuya misión - en el aspecto que nos interesaba - era el de atraer los visitantes extranjeros, una conflagración de este tipo significaba la pérdida total de la confianza en el trabajo y en el ideario que el mismo animaba.

El Patronato Nacional de Turismo (1928). Tuvo de vida once años, con un ligero eclipse de siete meses en el 1931. En este largo período, el P.N.T. estuvo sujeto, como el país entero a las graves situaciones políticas (caída del General primo de Rivera, advenimiento de la II República) y bélicas (guerra civil de 1936-1939), que se desencadenaron en España. No es extraño que su trabajo se viera entorpecido, pero, pese a ello, este organismo se asoma a nuestra historia con palmares espectaculares.

La Organización del Patronato Nacional de Turismo, como indica la exposición de motivos del Decreto de 25 de abril de 1928, cuatro argumentos importantes venían a reunirse para justificar la creación de un organismo apto para obtener el desarrollo turístico que el país necesitaba. Eran éstos los siguientes: a) Necesidad de una atención mayor a la organización turística, b) El éxito obtenido en los tres últimos años de actuación de la Comisaría Regia, c) La proximidad de las grandes exposiciones de Sevilla y Barcelona, d) La seguridad en las siguientes atracciones que ofrece España en el campo de arte, por la belleza de su territorio y por su historia.

El Patronato Nacional reflejaba la base del mundo turístico en su casi totalidad faltan, ciertamente, partes importantes (Agencias de Viajes, entre otras pero significa un paso adelante de excepcional importancia, el Patronato Nacional de Turismo surge como órgano dedicado a la realización de una obra cultural y patriótica a través del fomento del Turismo, dependía de la presidencia del Gobierno, y constaba de dos cuerpos: a) El Comité Directivo y Ejecutivo y b) El Consejo General.

Posteriormente se crearon también representaciones provinciales, incluso locales, luego mediante dos disposiciones adicionales se disponía la creación de otro Patronato que se consideraba debía funcionar separado del P.N.T., pero en colaboración con él, denominado de la Casa y Museo del Greco y del Tránsito de Toledo; Casa de Cervantes, en Valladolid, Museo Romántico, en Madrid, y Casa de los Tiros en Granada. Por el contrario se afectaban al P.N.T.

La República: Primera Dirección General de Turismo (1931), el cambio en el campo de su organización turística. Tres días después de la proclamación, el 17 de abril, aparecía una Orden Comunicada disolviendo la Junta del Patronato Nacional de Turismo y asignando al Director General de Turismo (hasta entonces Director General de Servicios) las facultades del Presidente y vocales de la misma. El 23 de abril se promulgaban dos nuevos Decretos: uno de ellos nombrando director General de Turismo a don Claudio Rodríguez Porrero, y el segundo, ordenando al nuevo Director y al Patronato, conjuntamente.

El 18 de julio de 1936 estalló en España la Guerra Civil, una guerra que duraría tres años, hasta el 1 de abril de 1939. No fueron, ciertamente, tiempos de turismo. Veremos sucesivamente las dos zonas en que se escindió el país. En la zona republicana intervinieron dos factores principales para anular la actividad del Patronato Nacional de Turismo. Fueron éstos: a) La cesantía de una parte de los funcionarios y empleados por aplicación del Decreto General del 22 de julio de 1936, que tuvo su ordenamiento jurídico en la Gaceta del 5 de agosto y que afectó a funcionarios; b) La ofensiva sobre Madrid y los subsiguientes traslados del Gobierno a Valencia y Barcelona se reflejaron en un éxodo del Patronato Nacional de Turismo Republicano que tuvo en estas dos poblaciones sedes temporales. Como en todo traslado se perderían archivos, expedientes y material que dejan esta época en oscuridad casi total.

Paralelamente a esta situación se inicia en Burgos la creación de un pequeño núcleo de funcionarios que dieron lugar a la continuación del Patronato Nacional de Turismo en época tan azarosa. La nucleación se debe a la presencia de Luis Antonio Bolín Bidwell que fue subdelegado regional del P.N.T. para Andalucía, Canarias y Protectorado Español de Marruecos, desde el 25 de abril de 1928 había sido cesado por la República. El año 1938, una organización administrativa estatal (ley de 30 de enero) creaba una serie de Servicios Nacionales, entre los cuales figuraba el Servicio Nacional de Turismo. Solamente diez días más tarde Bolín entraba en Málaga y trasladaba las oficinas del nuevo organismo al Castillo de Catalina.

La Dirección General de Turismo (1938-1951), Luis A. Bolín Bidwell fue Director General del Turismo hasta el mes de julio de 1952, en que fue sustituido por el Duque de Luna, al año de ser creado el Ministerio de Información y Turismo. Estuvo en su cargo no menos de catorce años, con lo que fue la persona que más tiempo rigió los destinos del Turismo español, después del Marqués de la Vega Inclán". (168)

Ahora veremos el Ministerio de Información y Turismo que jugaba un papel importantísimo en España, y al respecto nos sigue diciendo Luis Fernández Fuster que "la fecha del 19 de julio de 1951 la del Decreto Ley de creación del Ministerio de Información y Turismo, abre una nueva etapa en la historia del Turismo español y merecerá indudablemente una larga atención de los historiadores.

España le da gran atención a la información que se presta a los turistas tanto en el interior como el exterior, para su trabajo diario de la oficina de información tienen una regulación oficial, que dada su importancia es menester que la señalemos data del 27 de octubre de 1966. Y que sigue aplicándose hoy en día con algunas modificaciones"(169)

Su articulado es el siguiente:

Artículo 1.- Las oficinas de información turística tendrán por objeto específico cooperar al desarrollo del turismo, a través del ejercicio

(168) Luis Fernández Fuster. Ob.cit., Pp. 643-650.

(169) Ibid. Pp. 654-656.

de las actividades de carácter administrativo, prestadas directamente al público con carácter gratuito.

Facilitaran además, al Ministerio de Información y Turismo aquellos datos, relativos a su actividad, que les sean solicitados.

Artículo 2.- Tendrán su domicilio en territorio nacional, refiriendo principalmente a la actividad a la localidad y región en que se encuentre, sin perjuicio de que se opongan a facilitar información turística de carácter general sobre España.

Artículo 3.- Las Oficinas de Información Turística se clasifican en los siguientes grupos:

A) Oficinas Nacionales de Información de la Subsecretaría de Turismo establecidas y mantenidas exclusivamente por el Ministerio de Información y Turismo.

B) Oficinas de Información de la Subsecretaría de Turismo y otras entidades. Son las establecidas y mantenidas conjuntamente por el Ministerio de Información y Turismo y las Diputaciones, Ayuntamientos, Cabildos Insulares, Centros de Integración y Turismo y otras Corporaciones y Organismos provinciales y locales.

C) Oficinas Locales de Información Turística de las Diputaciones, Ayuntamientos, Cabildos Insulares, Centros de iniciativas y Turismo y otros Organismos. Son establecidas y mantenidas únicamente por dichas entidades, previa autorización del ministerio de Información y Turismo, que podrá igualmente retirarles la calificación de Información Turística cuando no cumplan adecuadamente su función.

En el rótulo de las Oficinas y en el material publicitario que éstas

editen se indicará la corporación u organismo de que dependan.

Artículo 4.- Corresponde a la Subsecretaría de Turismo la ordenación y vigilancia de las oficinas, sin perjuicio de las atribuciones especiales conferidas en el Estatuto a la Dirección General de Promoción del Turismo y de las específicas de las corporaciones y entidades a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 5.- En la adquisición o arrendamiento de locales para la instalación de las oficinas del grupo A, se observarán las normas de la ley de Patrimonio del Estado de 15 de abril de 1964, y de su Reglamento de 5 de noviembre de 1964.

Los locales para la instalación de oficinas del grupo B serán facilitados por las respectivas entidades. Serán de cuenta del Ministerio de Información y Turismo las obras de acondicionamiento y mejora de los locales, así como la decoración serán satisfechos por las entidades respectivas. Así como también los locales de las oficinas C serán facilitados por los organismos que las hayan establecido.

Artículo 6.- El personal de las oficinas será el necesario para la eficaz prestación del servicio, fijándose la plantilla por el Ministerio con las entidades respectivas, y en las del grupo C, será fijada libremente por las Corporaciones, Entidades u Organizaciones que las hayan establecido.

Artículo 7.- Las categorías del personal serán las de jefe de oficina, informador, personal auxiliar y subalterno.

Para desempeñar las funciones propias de las dos primeras categorías, será requisito indispensable estar en posesión del título expedido por

la Escuela Oficial de Turismo, así como el perfecto conocimiento de dos idiomas extranjeros, de los cuales uno de ellos debe ser necesariamente inglés o francés.

Artículo 8.- El nombramiento del personal de las oficinas del grupo A se hará por concurso de méritos, ajustándose a los establecido en la Ley de Funcionarios Cíviles de Estado de 7 de ferero de 1964 y disposiciones complementarias. Se dará preferencia a los funcionarios de cuerpos especiales del Ministerio de Información y Turismo.

Artículo 9.- En el ejercicio de su función informativa, las oficinas gozarán de un presupuesto preferente para la obtención de folletos impresos o circulares de la Subsecretaría de Turismo, Diputaciones, Ayuntamientos y otras entidades de carácter público.

La Subsecretaría de Turismo, directamente o a través de las Direcciones Generales de información y turismo, y de empresas y actividades turísticas, facilitará todos los datos y elementos de información precisos para el mejor desarrollo de su función.

De los artículo 10 al 19 se refieren a la administración de las oficinas de información".(170)

Ya vimos brevemente la evolución de los órganos dedicados a dirigir la actividad turística, además de su reglamentación oficial acerca de

(170) Ibid. Pp. 409-412.

las oficinas de información ahora veremos cuál es el órgano encargado actualmente de la dirección del turismo en España, recurriendo nuevamente a José Luis Fernández Fuster nos dice "desde la coronación de Juan Carlos, al finalizar el año 1975, pueden distinguirse dos períodos separados por las elecciones legislativas del 15 de junio de 1977. Esta fecha viene a liberar al sector turismo (al suprimir el Ministerio de Información y Turismo) de la rama de información con la que había permanecido unida durante veinticinco años. La Subsecretaría de Turismo con sus dos Direcciones, adscrita ahora al Ministerio de Comercio, alcanzará el rango de Secretaría de Estado, con tres Direcciones Generales, en la reorganización de octubre de 1977.

La Secretaría de Estado de Turismo se estructuró orgánicamente por Decreto de 6 de octubre de 1977, adscrita al Ministerio de Comercio y Turismo.

La Secretaría se compone de tres Direcciones Generales: 1. Dirección General de Promoción del Turismo, 2. Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas y 3. Dirección General de Servicios.

Directamente de la Secretaría de Estado dependen ciertos órganos no adscribibles a ninguna Dirección General, tales como la Intervención Delegada de Hacienda, la Asesoría Jurídica, la Asesoría Económica, un Gabinete Técnico, un Servicio de Relaciones Turísticas Internacionales, Protocolo, los Comisarios de Turismo y el Instituto Español de Turismo. El Secretario de Estado también preside la Comisión Interministerial

de Turismo y el Consejo Rector de la Administración Turística Española.

La Dirección General de Promoción del Turismo dispone de dos Subdirecciones: 1. Subdirección General de Promoción del Turismo y 2. Subdirección General de Comercialización Turística.

Adscritos a la Dirección General de Promoción del Turismo figura la Comisión de Vigilancia de Agencias de Viajes y el organismo autónomo Exposiciones, Congresos y Convenciones de España que realiza y promueve la Dirección General de los Palacios de Congresos de la Secretaría.

La Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas se estructura en: 1. Subdirección General de Infraestructura Turística y - 2. Subdirección General de Empresas y Actividades Turísticas.

La Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, que como se ve ejerce las funciones administrativas relativas a la ordenación de la oferta turística.

La Dirección General de Servicios lleva la coordinación entre las distintas unidades centrales, territoriales y exteriores de la Secretaría de Estado de Turismo. Se estructura en: 1. Subdirección General de Régimen Interior, co, 2. Subdirección General de Inmuebles y Obras y 3. Servicio de Inspección.

Dependen orgánicamente de la Dirección General de Servicios las

Delegaciones Provinciales de Turismo, las Oficinas de Información de turismo.

Ya para concluir este apartado veremos la organización autonómica del turismo en España y al respecto nos sigue diciendo Luis Fernández Fuster que "La organización autonómica prevista en la Constitución de 1977, inaugurará una nueva era en la concepción del turismo. Cada ente autonómico dispondrá de su órgano administrativo y resolverá los múltiples problemas regionales, zonales y locales por su propia iniciativa, liberados del centralismo anterior, e intentará enfocar los múltiples asuntos que no tuvieron solución desde la capital del Estado. Simultáneamente deberán proveerse otros órganos de coordinación central, y dejar la actuación de la Secretaría de Estado en justos límites supra-regionales".(171)

(171) Ibid. Pp. 681-683.

4.4 ESTADOS UNIDOS

Hemos llegado al último apartado de nuestro trabajo, antes de que lo abordemos brevemente, es de imperiosa necesidad mencionar que los Estados Unidos no cuentan con un órgano, como son los diversos ministerios o Secretaría de Estado que conduzcan el turismo como en algunos países que hemos tratado, aquí en este apartado únicamente mencionaremos el órgano creado para dirigir el turismo y a que Ministerio pertenece, además de la relevancia que tiene el Servicio Nacional de Parques.

Ya señalamos al inicio de este capítulo que se conoce generalmente en el mundo, en lo que respecta a la esfera territorial de los organismos turísticos oficiales una división de países federales y países no federales. Estados Unidos como país federal cada Estado posee su propia organización turística en su dominio territorial, por tal motivo veremos brevemente tres estados (California, Florida y New York) que dentro de los Estados Unidos ocupan los primeros lugares en la captación de ingresos por concepto de turismo.

En seguida nos asomaremos ligeramente al estudio de este apartado y al respecto nos señala José Luis Febas que "la industria turística, globalmente considerada, ocupa en este país el tercer puesto en volumen de negocio en dólares. Sin embargo, hasta 1961 se creó el llamado "United States Travel Service", dependiente del Ministerio de Comercio, que tiene por finalidad el desarrollo del turismo, desde el punto de vista de los poderes públicos.

Su principal misión en la actualidad es la promoción de viajes de los extranjeros por los Estados Unidos, para compensar el saldo negativo de la Balanza de Pagos. Medidas de sentido contrario, restringir la salida de sus nacionales, han hallado la oposición de Compañías de Transportes, Agencias de Viajes, etc., y la repulsa de los países europeos.

El United States Travel Service (USTS) fue creado por la International Travel Act en 1961, durante la administración de Kennedy, y remodelado en 1976 por una orden del Departamento de Comercio. Está financiado íntegramente por el Departamento de Comercio con un presupuesto, en 1980 de 10 millones de dólares. El USTS sufrió diversos avatares estructurales y presupuestarios durante la última etapa de la administración de Carter y en la primera fase de la administración Reagan. Intentos de encuadrar a dicho organismo en el servicio de comercio internacional encontraron fuerte oposición entre la industria turística por considerar que traería consecuencias negativas, sobre todo en su actuación nacional. (172)

Su organigrama es el siguiente: Consejo de Organización y Política y Assistant Secretary for Tourism (Deputy Assistant Secretary). Teniendo 5 oficinas: Oficina de Política e Investigación, Oficina de Administración, Oficina de Desarrollo de Mercados, Oficina de Operaciones

(172) En enero de 1981, se presentó al Congreso la National Turis Policy Act que proponía la transferencia de las funciones del USTS a una entidad autónoma de nueva creación. Del debate parlamentario surgió un compromiso por el que el USTS continuará, dentro del Departamento de Comercio. Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones. - Estudios Turísticos, P. 45.

Internacionales, Oficina de Asuntos Gubernamentales. A su vez estas oficinas se dividen en: División de Publicidad y Medios, División de Congresos y Exposiciones, Oficinas Regionales (Internacionales) y Oficina de Congresos Internacionales.

Su cometido específico consiste en la coordinación y evaluación de la publicidad internacional y la puesta en marcha de campañas, distribución de material a las oficinas en el extranjero y en el interior del país, la distribución de folletos, carteles, películas y fotos". (173)

Ahora hablaremos del Servicio Nacional de Parques y para ello recurrimos a la revista "Estudios Turísticos" donde nos señala que "National Park Service es un organismo nacional que goza de un estatuto muy peculiar dentro del panorama turístico de EUA. Pese a ser sus áreas de competencia objeto del preferente consumo de ocio de los norteamericanos, no está directamente vinculado a las estructuras convencionales de la gestión turística. Le está prohibido, por ley, hacer promoción explícita de esas áreas y de su patrimonio paisajístico y cultural y, más todavía, cualquier tipo de comunicación que pueda significar invitación o propaganda de viaje. Ella da una pauta de la especificidad y diversificación de las estructuras norteamericanas de gestión turística.

(173) José Luis Febas. Ob. cit. Pp. 25-27.

El NPS fue constituido como un organismo dentro del Departamento del interior por decreto del Congreso del 25 de agosto de 1916. En dicha acta se le asigna la tarea de "conservar el paisaje y los objetos naturales e históricos, así como la vida salvaje, poniéndolos a disposición del disfrute de las futuras generaciones. Desde finales del siglo XIX, la administración norteamericana ha venido publicando continuamente textos legislativos de enorme repercusión en la sensibilidad ecológica, histórica y estética del país e, indirectamente, en el sentido nacional del ocio y el turismo". (174)

A continuación trataremos someramente los Estados de California, Florida y Nueva York, dado que, ya lo mencionamos ocupan los primeros lugares en la captación de divisas por concepto de turismo en los Estados Unidos, y para ello recurrimos al multicitado autor José Luis Febas en su obra "Promoción Turística e Imagen" nos dice:

"CALIFORNIA

El estado de California ocupa el primer lugar en cuanto a ingresos por turismo en Estados Unidos con doce mil millones de dólares anuales, además de otros dos mil millones en concepto de impuestos. El turismo es la segunda industria del estado... Se trata, pues, de un estado que combina armónicamente un turismo muy evolucionado junto a uno de los niveles de desarrollo más altos del mundo. En líneas generales puede afirmarse que el Estado de California es el modelo más representativo

(174) Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones. Ob.cit. Pp. 48-49.

del sistema general turístico norteamericano ya que en ninguno de los estados de la unión americana muestra, los niveles público y privado que aparecen tan marcadamente además de definidos como el que muestra California". (175)

Nos sigue diciendo José Luis Febas "que lo más importante en este estado en lo que respecta al turismo es su promoción y se organiza en torno a un tripe nivel: estatal, local-metropolitano y local-urbano.

El nivel estatal está representado por el office of Visitor Services, Departamento of Economic and Busines Development, State of California, es un organismo público, dependiente de la administración estatal y responsabilizado de la promoción turística de todo el estado.

El nivel local-metropolitano está representado por 27 Convention and Visitor Bureaus repartidos por todo el estado, uno de los que es el más importante es el de San Francisco.

El nivel local-urbano corresponde a dieciséis ciudades, inferiores a las precedentes en número de habitantes, en las que la cámara de comercio local desempeña un activo papel promocional. Así como otras tres instituciones locales (long Beach Promotion and Services Corpotation) que son también de carácter privado pero con cometidos públicos en lo que hace a la promoción turística.

(175) José Luis Febas. Ob. cit. Pp, 63-65.

FLORIDA

El estado de Florida constituye al igual que el estado de California el área de atracción turística más importante de Estados Unidos y una de las más significativas a nivel mundial. El estado de Florida cuenta con 1,159 millas de playas, en un continuo costero de 20.336 millas, repartidas entre los estados de Georgia, Carolina del Sur y Virginia, además de un clima extremadamente benigno. Estas características básicas van acompañadas de una formidable infraestructura de aeropuertos, hoteles, restaurantes, instalaciones deportivas, festivales y otros centros de interés como Disney World, el Centro Espacial Kennedy, Sunken Garden, el Parque Nacional de Everglades, etc.

El turismo supone para Florida una aportación económica de once mil millones de dólares, así como medio millón de puestos de trabajo, lo que representa un 13,5 % de toda la población laboral del estado, con salarios del orden de tres mil millones de dólares. Aún dentro de su simplicidad, las estructuras de gestión y promoción turísticas de Florida son de las más antiguas y consistentes del país.

Florida es objetivo preferente de las grandes compañías aéreas norteamericanas y extranjeras, lo mismo que de una formidable red de empresas inmobiliarias, cadenas hoteleras. Todo ello supone la elaboración permanente y masiva de campañas promocionales de método, y se centra en el marco exclusivo de la promoción oficial o pública.

Al igual que el estado de California, Florida le da especial importancia a la promoción del turismo su marco estructural promocional del Departamento de Comercio del estado de Florida está organizado en torno a tres ejes que son:

El nivel estatal está representado por la Division of Tourism, State of Florida, Department of Commerce, organismo encargado de la promoción turística del estado tanto para el interior como para el exterior, tarea esta última que lleva a cabo mediante los servicios del USTS o directamente.

El nivel metropolitano corresponde al Department of Tourism, City of Miami/Dade Country, área integrada por 17 núcleos urbanos.

El nivel local finalmente, corresponde a los servicios de promoción turística de las Cámaras de Comercio de 50 núcleos urbanos importantes, así como a la labor de otras 150 Cámaras de Comercio en localidades más pequeñas.

NEVA YORK

En razón de su peculiar contextura urbana, el estado de Nueva York nos descubre su verdadero perfil turístico no tanto por su contingente de visitantes cuanto por el volumen económico que estas visitas suponen. El estado de Nueva York cuenta con una de las áreas metropolitanas más densas del mundo, y su contingente turístico aparece integrado a un consumo de ocio generalizado y masivo.

El desembolso económico que el turismo, en toda la amplia gama de dimensiones, lleva a cabo en el estado de Nueva York, se calcula en 6.417 millones de dólares, situándose tras los estados de California y Florida. El turismo proporciona otros 1.119 millones de dólares en concepto de impuestos a la Administración. Es importante además reseñar que la industria turística genera 450.000 puestos de trabajo.

El turismo en cuanto concepto económico ha hecho su aparición en las estructuras políticas y económicas del estado y de la ciudad de Nueva York, la pujante situación actual se debe precisamente a la tecnología promocional americana, basada en las grandes campañas, que ha encontrado aquí su expresión paradigmática. Desde el punto de vista de la infraestructura, el estado de Nueva York cuenta con la ciudad de Nueva York, asiento de buena parte de los más significativos estereotipos de la cultura, el turismo y el ocio, como Broadway y Lincoln Center para la música y el teatro, los grandes museos, el World Trade Center, las Naciones Unidas, la Estatua de la Libertad y Chinatown. Y en el territorio del estado figuran también atracciones mundialmente célebres como las Cataratas del Niágara, con cinco millones de visitantes anuales, o la región de Finger Lakes.

La gestión de turismo en Nueva York comprende tres niveles: el estatal, el regional y el local

Nivel Estatal le corresponde a la Division of Tourism, New York, New York State Department of Commerce, organismo oficial y estatal

responsabilizado de la promoción turística del estado tanto a nivel del propio estado como nacional e internacional, si bien, en lo que a éste último concierne, se realiza a través del USTS. Este organismo fue creado en 1954, con un servicio de dicha Comisaría Comercio. En la actualidad es una oficina dependiente de los negociados de Marketing y Publicidad. Tiene una doble central en Albany y Manhattan. Tradicionalmente su presupuesto ha sido el más bajo de todas las oficinas estatales de turismo.

Nivel Regional lo desempeñan cinco oficinas dependientes de la citada DTNY, situadas en las ciudades de Albany, Rochester, Syracuse, Rome, Utica, etc., con influencia sobre diez regiones turísticas del estado.

Nivel Local está representado por los Convention and Visitors Bureaus de una docena de ciudades mayores, las 155 Cámaras de Comercio de otras tantas localidades de tamaño medio y diversas asociaciones mercantiles, culturales y cívicas".(176)

Para concluir nuestro trabajo es conveniente señalar lo que nos dice José Luis febas que "El NYCVB fue creado en 1930 como servicio de promoción de la Asociación Hotelera de Nueva York, con el propósito de vender la ciudad como lugar de congresos, asegurando de este modo un consumo hotelero permanente. Pero sólo desde 1950 inicia actividades

(176) Ibid. Pp. 69-110.

de promoción más amplias y turísticas. En la actualidad está sostenida por mil socios miembros de todos los gremios de la industria". (177)

(177) Ibid. P. 106.

4.5 CONSIDERACIONES GENERALES

ITALIA

1. La encuadramos dentro de los países no Federales, por lo que no hay un organismo federal (Secretaría de estado) en la conducción del Turismo, pero sí tiene un organismo Superior con un ámbito de aplicación en todo el territorio, además de aparecer diferentes niveles en la dirección del turismo que son: regional, provincial, local.

2. El organismo federal que dirige el turismo es el Ente Nazionale Italiano per il Turismo, le corresponde la tarea esencial de promoción del turismo en el extranjero como en el interior apoyándose con Alitalia, Cámaras de Comercio, Institutos Italianos de Cultura y de la publicación trimestralmente de la revista L'Italia editada en cinco idiomas.

3. El nivel regional está representado por los Assessorati per il Turismo que se caracterizan por que abarcan varias provincias, formando zonas muy homogéneas. Italia está dividida en 21 regiones, en cada región representada por un Assessorati per il Turismo le compete la planificación, coordinación y supervisión del turismo.

4. El nivel provincial está representado por el Ente Provinciali per il Turismo, existiendo actualmente 91, dependen de la Dirección Nacional de Turismo, su estructura está compuesta por representantes

oficiales (perfetura, Consejo provincial o Diputación) además de la cámara de comercio.

5. El nivel local está representado por la Azienda Autonoma di Soggiorno, Cura e Turismo (Oficina Municipal de Turismo y el Sindicato de Iniciativa) son los organismos a quien les compete la dirección del turismo, son creadas en aquellas localidades que poseen atractivos turísticos, son alrededor de 347 cuyos fondos son similares a los del Ente provinciali per il Turismo.

6. El país italiano, en cuanto a la estructura jurídico-administrativa de los órganos principales encargados de la dirección del turismo y su distribución de dichos órganos en el país tienen comparación alguna con nuestro país (México).

FRANCIA

1. Lo encuadramos dentro de los países no Federales, por lo que no hay un organismo Federal (Secretaría de Turismo de Estado) en la conducción del Turismo, pero sí tiene organismos superiores con un ámbito de aplicación en todo el territorio (Conseil Supérieur du Tourisme y Commissariat Général au Tourisme) además con diferentes niveles en la dirección del turismo que son: regional, departamental y local.

2. El Conseil Supérieur du Tourisme depende del Ministerio de Industria y Ordenación del Territorio, asume la tarea técnica, práctica,

consulta y estudia los problemas relativos al turismo dividiéndose en dos sectores (actividades profesionales turísticas y organización de estaciones turísticas) donde tienen cabida representantes de diversas asociaciones y entidades.

3. El Commissariat Général au Tourisme depende del Ministerio de Industria y Ordenación del Territorio, asume principalmente la promoción del turismo en el extranjero como en el interior del país además de la aplicación de los términos legislativos en coordinación con los niveles regionales, departamentales, locales.

4. El Ministerio de Industria y Ordenación del Territorio a través del Commissariat Général au Tourisme pone en práctica la política turística con la creación de: Dirección de Industria Turística, la Inspección General de Turismo, el Consejo Nacional de Turismo así mismo complementando todo ello con tres servicios de estudios en el espacio rural, montaña, litoral y una agrupación de interés económico.

5. Los productos turísticos de mayor importancia en Francia y a los cuales se les da una especial importancia en lo que respecta a su promoción son: montaña, el turismo de negocios, turismo fluvial, artes y espectáculos, balnearios y fuentes termales, alojamiento al aire libre, nautismo y recreo.

6. El nivel regional, departamental y local tienen semejanza en cuanto a su estructura y manejo de los niveles Italianos, con la simple diferencia que el nivel provincial de Italia es llamado departamental en Francia.

7. El país Francia, en cuanto a la estructura jurídico-administrativa de los órganos principales encargados de la dirección del turismo y su distribución de dichos órganos en el país no tienen comparación alguna con nuestro país (México).

ESPAÑA

1. Lo encuadramos dentro de los países federales, por lo que si hay un organismo Federal (Secretaría General de Turismo) en la conducción del turismo, esta Secretaría de Estado depende directamente del Ejecutivo Federal y sus disposiciones tienen aplicación en todo el territorio, además que cada Estado posee su propia dirección de turismo.

2. La Secretaría General de Turismo conduce a nivel nacional - el turismo español y se compone por tres direcciones que son: Dirección General de Promoción del Turismo, Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, Dirección General de Servicios.

3. La Dirección General de Servicios se encarga de la promoción del turismo en el extranjero como en el interior del país y de la información en el interior como en el exterior del país a la cual le dan una importancia de primer orden llegando hasta regularla jurídicamente.

4. En este país resalta la organización autonómica que regula administrativamente, resuelve los problemas regionales, zonales, locales que no puedan resolverse en la capital del país, esta organización autonómica tiene semejanza con las Coordinaciones Regionales de Delega-

ciones de Turismo y las Delegaciones de Turismo distribuidas en el interior de nuestro país (México) por la Secretaría de Turismo (SECTUR) para el mejor desempeño de sus atribuciones.

5. España en cuanto al órgano turístico oficial en la dirección del turismo (Secretaría de Estado) tiene idéntica semejanza con nuestro país (México) ya que la Secretaría depende directamente del Ejecutivo Federal Presidente de la República.

ESTADOS UNIDOS

1. Lo encuadramos dentro de los países federales, este país no tiene una Secretaría de Estado encargada exclusivamente a la dirección del turismo como en España y en nuestro país (México) pero en los Estados Unidos cada Estado posee su propia organización turística en su dominio territorial.

2. El órgano encargado oficialmente de la dirección del turismo a nivel nacional es el United States Travel (USTS) que depende del Departamento de Comercio, este órgano se encarga de la coordinación y evaluación en lo que respecta al turismo en el interior del país como en el extranjero.

3. En los Estados Unidos importante es el rol que juega el Servicio Nacional de Parques este organismo que goza de un estatuto muy especial, ya que sus áreas de competencia son el objeto preferente de los norteamericanos.

4. Los Estados de California, Florida y Nueva York representan una combinación excepcional del turismo y niveles de desarrollo de los más altos del mundo, además de ser de los Estados de un país más visitado en el mundo.

5. Los Estados de California, Florida y Nueva York representan el sistema general turístico norteamericano a su excelente promoción, organización dentro de cada estado así como la promoción que realizan en el extranjero.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado las investigaciones referentes al tema: "Análisis Socio-Jurídico, Económico e Informativo del Turismo en México" he llegado a las siguientes conclusiones:

1. El turismo o sus equivalentes desde tiempos prehispánicos se manifiesta de alguna manera así, como también lo hace en el recorrido del tiempo hasta llegar a la Nueva España; no es algo reciente como muchas personas suponen; la regulación, por otro lado de él era competencia del Estado como lo demuestran los vestigios y documentos citados en la parte histórica del presente trabajo, lo que ha cambiado son sus formas, estructuras y sus diversas maneras de manifestarse en el ser humano.
2. Las cambiantes estructuras del turismo o sus equivalentes se manifiestan desde el año de 1821 y pasan posteriormente por un proceso de evolución, transformación y una cambiante revolución turística; ésta, la encuadramos a la luz del interés por parte de los prestadores de servicio y por otra del gobierno como se puede apreciar en las siguientes etapas: Nacimiento del Turismo (1920-1940), Evolución Progresiva (1940-1958), Revolución y Consolidación (1958 a nuestros días).

3. La capacitación del turismo en nuestro país es de relativo reciente interés por parte de nuestras autoridades (aproximadamente de 25 años), reglamentándola, frenando con ello las acciones de posible fraude educativo de ciertos pseudocentros de enseñanza turística. Hoy en día, la capacitación del turismo en sus diferentes ramas, es una necesidad de primer orden para la mejor administración de servicios turísticos y desarrollo socio-económico nacional.
4. La promoción e información turística influyen imperiosamente en la psicología del comportamiento humano, encaminando de un sitio a otro a las distintas corrientes turísticas logrando distintos efectos de índole económico, social, cultural.
5. La conciencia turística es la actividad mental que se manifiesta en un país o pueblo para normar actos individuales y colectivos operando en las relaciones y contactos con los turistas, por ello es necesario una verdadera campaña nacional de concientización turística, pero lo más importante que se llegue a la psicología del mexicano adoptando la frase "explotemos al turismo no al turista".
6. El sector privado se ha ocupado más por impartir la educación turística que el sector oficial, ocasionando con esto una arbitraria distribución de esa índole en todo el territorio nacional.
7. Algunas de las normas jurídicas existentes en nuestro país que

regulan el turismo de manera directa o indirecta son:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Federal de Turismo.
- Ley General de Población.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- Ley Aduanera.
- Ley de Vías Generales de Comunicación.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Plan Nacional de Desarrollo.

Del ordenamiento legal del turismo mencionado, elegí algunos artículos que revisten mayor importancia y que se relacionan con el tema tratado de este trabajo, todo esto nos conduce a decir que existe en nuestro país una legislación adecuada, la cual garantiza el turismo, contemplándolo desde diversos puntos.

8. El turismo es la segunda fuente de divisas para nuestro país después del petróleo, por lo que es necesario que se realice un trabajo arduo, un verdadero análisis profundo en todas las estructuras, formas y maneras de manifestación turística por parte de los sectores oficial y privado, para que se logre igualar la captación de divisas que se obtienen por el petróleo o, si es posible superarlas.

9. Se debe tomar las cosas buenas de otros países vgr.: Italia, Francia, España y Estados Unidos considerados potencias turísticas mundiales com lo demuestran los expertos en la materia, ya que

en estos países básicamente el éxito de su turismo se debe a la promoción, información y concientización turística que han adoptado sus nacionales, y en especial a la atención personal y humana que les dispensa a los visitantes.

BIBLIOGRAFIA Y LEGISLACION CONSULTADA.

1. Acerenza A, Miguel. Promoción Turística, (Un enfoque metodológico), Sexta Edición, Editorial Trillas, México, 1988.
2. Aleman, Miguel, Turismo, (Ideario Miguel Aleman), Ediciones Asociación Nacional de Abogados, México, 1965.
3. Aleman, Miguel, La Política Turística en la Planificación General del País, Ediciones Consejo Nacional del Turismo, México, 1965.
4. Aleman, Miguel, Turismo Labor de Miguel Aleman, Ediciones Asociación Nacional de Abogados, México, 1965.
5. Acosta Romero, Miguel, Teoría General del Derecho Administrativo, Primer Curso, Sexta Edición, Editorial Porrúa, S.A. México, 1984.
6. Carbajal Contreras, Máximo, Derecho Aduanero, Segunda Edición, Editorial Porrúa, S.A. México, 1988.
7. Cosío Villegas, Daniel, Historia Mínima de México, Décima Edición, Ediciones Colegio de México, México, 1987.
8. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
9. Cuéllar Salinas, Raúl Sergio, Del Arbol de la Noche Triste al Cerro de las Campanas, Tomo II, Décima Edición, Editorial Pueblo Nuevo, México 1987.
10. De la Torre Padilla, Oscar, El Turismo Fenómeno Social, Quinta Edición, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1987.

11. Febas, José Luis, Promoción Turística e Imágen, Tomo I y II, Instituto Español de Turismo, Madrid España, 1988.
12. Fraga, Gabino, Derecho Administrativo, Vigésima séptima Edición, Editorial Porrúa, S.A. México, 1988.
13. Fuster Fernández, Luis, Teoría y Técnica del Turismo, Tomo I y II, Vigésima novena edición, Editorial Nacional, Madrid España, 1985.
14. García, Ramón, Pequeño Larousse, Ediciones Larousse, México, 1985.
15. Gómez de Parada, Alejandro, Diccionario Porrúa de la Lengua Española, Editorial Porrúa, S.A., México, 1988.
16. González A. Alpuche, Rafael, Temática y Legislación Turística, Ediciones Asociación Nacional de Abogados, México, 1978.
17. Herrerías Tellerías, Armando, Una visión al Futuro Turístico, Ediciones Consejo Nacional de Turismo, México, 1969.
18. Herrerías Tellerías, Armando, La Industria Turística, Sus Factores Fundamentales, Ediciones, Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, México, 1964.
19. Herrerías Tellerías, Armando, Estructuras Administrativas del Turismo en México, Ediciones Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, México, 1966.
20. Herrerías Tellerías, Armando, Proyección Integral del Turismo, Ediciones Asociación Mexicana de Turismo, México 1958.
21. Herrerías Tellerías, Armando, El Turismo a la Vista de los Postula-

dos Políticos Doctrinales del Movimiento Revolucionario, Ediciones de la Comisión Técnica de Turismo del P.R.I., México 1964.

22. Ley Federal de Turismo.
23. Ley General de Población.
24. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
25. Ley Aduanera.
26. Ley de Vías Generales de Comunicación.
27. Ley Federal de Protección al Consumidor.
28. Memoria del VII Seminario de Cultura de Publicidad Turística, Ediciones, Consejo Nacional de turismo, México, 1973.
29. Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicación, Estudios Turísticos, Madrid España, 1989.
30. Mireles Vázquez, Alfredo, Concientización Turística, Editorial Limusa, México, 1988.
31. Oresanz, Aurelio, Promoción Turística e Imágen, Instituto Español de Turismo, Madrid España, 1989.
32. Palacios Luna, Manuel R. El Derecho Económico, Editorial Porrúa, S.A., México, 1986.
33. Plan Nacional de Desarrollo.

34. Ramírez Blanco, Manuel, Teoría General de Turismo, Tercera Edición, Editorial Diana, S.A. México, 1989.
35. Romero, Héctor Manuel, Enciclopedia Mexicana del Turismo, Tomo IV, V y VI, Primera Edición, Editorial Limusa, México, 1987.
36. Romero, Héctor Manuel, Sociopsicología del Turismo, Tercera Edición Editorial Daimon, México, 1985.
37. Romero, Héctor Manuel, Crónica Mexicana del Turismo I, (Un recorrido por sus circuitos prehispánicos), Editorial Manuel Porrúa, México, 1977.
38. Romero, Héctor Manuel, La Enseñanza del Turismo en México, Segunda Edición, Editorial Porrúa, S.A., México, 1980.
39. Selecciones de Reader's Digest, Gran Diccionario Ilustrado, México, 1985.
40. The Economic Significance of Tourism within the European Community, Londres, 1978.
41. Valdez, Rafael, Transporte Aéreo y Transporte Terrestre Turístico, segunda Edición, Editorial Limusa, México, 1987.
42. Witker V, Jorge, Derecho Económico, Segunda Edición, Editorial Harla, México, 1988.