



24
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**"LA PROMOCION TURISTICA PARA EL
FOMENTO DE LA INVERSION EN
IXTAPA - ZIHUATANEJO"**

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

**QUE EN OPCION AL GRADO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

PRESENTA

DANIELA VELAZQUEZ WONG

**DIRECTOR DEL SEMINARIO
L.A.E. y M.B.A. RENE SOLIS BRUN**

México, D. F.

**TESIS CON
ORIGEN**

1991.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

LA PROMOCION TURISTICA PARA EL FOMENTO DE LA
INVERSION EN IXTAPA - ZIHUATANEJO

C O N T E N I D O

<u>C O N C E P T O</u>	<u>Pág.No</u>
<u>INTRODUCCION</u>	1
<u>I. EL TURISMO EN MEXICO</u>	
1.1 Definición	6
1.2 Antecedentes del Turismo	10
1.3 Antecedentes del Turismo en México	12
1.3.1 Plan Nacional de Turismo	14
1.3.2 Plan Nacional de Desarrollo	15
1.4 Cronología del Turismo	17
1.5 Marco Legal del Turismo en México	20
1.6 Promoción Turística	23

**II. ORGANISMOS Y MECANISMOS PARA PROMOVER LA
INVERSION TURISTICA**

- | | | |
|-----|---|----|
| 2.1 | Secretaría de Turismo (SECTUR) | 33 |
| 2.2 | Fondo Nacional de Fomento al Turismo
(FONATUR) | 37 |
| 2.3 | Otros Organismos de Promoción | 41 |

**III. ALCANCES DE LA PROMOCION TURISTICA EN EL
DESARROLLO DE IXTAPA - ZIHUATANEJO**

- | | | |
|-------|---|----------|
| 3.1 | Descripción de la zona de Ixtapa -
Zihuatanejo | 46
49 |
| 3.2 | Antecedentes históricos | |
| 3.2.1 | Mecanismos de promoción
utilizados | 49 |
| 3.3 | Inversiones | 51 |

IV. EL MEGAPROYECTO TURISTICO DE MARINA IXTAPA

4.1	Antecedentes del proyecto	53
4.2	Características originales del Proyecto Ixtapa Náutico	54
4.3	Problemática	57
4.4	Propuesta del Megaproyecto Marina Ixtapa	58
4.5	La negociación con grupos de inversión	62

V. CONCLUSIONES

65

APENDICE A

APENDICE B

GLOSARIO

BIBLIOGRAFIA

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

El objetivo que la elaboración de esta tesis persigue es el de mostrar la importancia que tendría para la economía de México una adecuada promoción de sus zonas turísticas, tanto a nivel nacional como internacional, a fin de fomentar la inversión en estos lugares, contribuyendo de esta manera al desarrollo del país.

Desde el punto de vista administrativo considero importante prestar la debida atención al sector turismo, ya que este, después del petróleo, constituye una de las más importantes fuentes de ingresos para México.

México es un país que cuenta con abundantes recursos susceptibles de explotación turística. Sin embargo, es importante mencionar que, no obstante el crecimiento que México ha tenido en el sector turístico desde 1970 a la fecha, aún queda mucho por hacer. Por lo tanto es necesario darle la importancia que merece a este sector que, hasta 1989 contaba con tan solo un 0.03% del presupuesto federal. (1)

(1) Expansión, Enero 18, 1989 Vol. XXI No. 507 pp.31

La gran variedad de los atractivos turísticos y la naturaleza renovable de la mayoría, hacen del turismo una actividad que presenta múltiples facetas en su desarrollo; la historia, la geografía, el arte, la economía son, entre otros, algunos de los principales elementos que motivan la recreación y el esparcimiento creativo.

México se ha caracterizado desde hace muchos años por ser un país con un gran número de atractivos turísticos, lo que ha atraído a una cantidad considerable de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, por lo que se hace necesaria la obtención de recursos que permitan al país contar con la infra y superestructura necesaria para brindar un servicio adecuado al turista, ya se trate de hoteles, restaurantes, centros de diversión o de vías y medios de comunicación que faciliten el acceso a las diversas zonas del país. Es necesario inyectar recursos económicos a estas regiones, proveerlas de lo necesario para hacerlas atractivas a los visitantes, logrando con esto una importante fuente de ingresos para México.

La importancia del sector turismo en el desarrollo económico y social se explica por su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional, estimular a parte de los sectores económicos, así como fortalecer la identidad cultural.

La experiencia empírica demuestra que el Turismo es un alto generador de empleo, ya que se estima que por cada cuarto de hotel se crean 1.5 empleos directos y 2.5 empleos indirectos, asimismo la creación de una plaza de trabajo requiere menores montos de inversión que la de otros sectores. (2)

Con la industria turística se plantea una captación de divisas sana, toda vez que se fundamenta en un recurso renovable y estimula la diversificación económica, ya que amplía la demanda sobre otros sectores no directamente relacionados, como la construcción, manufacturas, pesca, producción de alimentos, entre otros. Incrementando con esto la productividad y el nivel de captación de los trabajadores, mejorando de esta forma su nivel de vida.

Debido a la diversidad de zonas turísticas que existen en el país y a lo extenso que la realización de una investigación sobre el tema representaría para una tesis, esta investigación se aboca específicamente al centro turístico de Ixtapa, Zihuatanejo, atendiendo a las facilidades otorgadas para obtener información y aprovechando la importancia que en este momento se ha dado al nuevo desarrollo turístico de Marina Ixtapa.

(2) **Marío Aníbal Jiménez Merino, Subdirector General de Desarrollo.
FONATUR**

I. EL TURISMO EN MEXICO

1.1 DEFINICION

Previo a la señalación de algunas de las definiciones más relevantes de este vocablo, conviene conocer su raíz etimológica:

La palabra "tur", de origen hebreo fue utilizada antiguamente como sinónimo de "viaje de vanguardia", "reconocimiento" o "exploración" y posteriormente fue incorporado al latín vulgar, durante la dominación romana, que ya latinizada se convirtió en "tornare" (girar) cuya connotación equivaldría a "viaje circular".

Al extenderse el imperio romano y llegar a Francia, el vocablo referido sufrió una modificación, llegando a convertirse en "tour", que significa viaje o excursión.

Los sufijos ISMO e IST, que completan los vocablos turismo y turista, respectivamente, equivalen a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas.

En su sentido moderno, turismo es la organización de los medios conducentes a facilitar los viajes de recreo; sin embargo, existen otras muchas definiciones, entre ellas:

Organización Mundial del Turismo: desplazamiento afuera del lugar de residencia habitual, por un período mínimo de 24 horas (una pernoctación, cuando menos) y un máximo de 90 días. En cualquier caso, la motivación para el desplazamiento tiene que ser de carácter no lucrativo.

Oscar de la Torre Padilla: "el Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que, fundamentalmente por motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro, en el cual no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (3)

El señor Francisco De la Torre en su libro "Introducción al Estudio del Turismo", define al turismo como "el conjunto de turistas, pero a la vez, el complejo de fenómenos y relaciones que, en masa, produce como consecuencia de sus viajes: transporte, hoteles, agencias, espectáculos, guías, intérpretes, organizaciones privadas o públicas que fomentan la infraestructura y la expansión de los servicios; campañas de propaganda, oficinas de información y escuelas especializadas". (4)

- (3) De la Torre, Oscar. El Turismo: Fenómeno Social. Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1980.
- (4) De la Torre, Francisco. Introducción al Estudio del Turismo. C.E.C.S.A., 1a. ed., 1989, México, p.p. 33

Dentro de los mercados turísticos se conceptualiza al Turismo como: los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socio-económicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocio, deportes y cultura.

Estas definiciones pueden llegar a ser diferentes entre sí, sin embargo, existen elementos que son comunes a todas, con los cuales obtuve una definición más objetiva del turismo:

"El turismo es una actividad motivada principalmente por la ocupación del tiempo libre, con fines no lucrativos; representada por un desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, por un período no menor de 24 horas ni mayor de 90 días, conformado por un conjunto de actividades, bienes y servicios ofrecidos a la sociedad con fines de consumo".

1.2 ANTECEDENTES DEL TURISMO

Aunque ha existido desde tiempos inmemoriales, el fenómeno del turismo entendido como el desplazamiento de volúmenes considerables de personas dentro de su propio país y fuera de él, con propósitos de utilización del tiempo libre, se manifiesta en la historia del hombre con el advenimiento del Siglo XX y cobra mayor fuerza a partir de la segunda mitad del mismo, impulsado principalmente por la revolución tecnológica en las vías de comunicación y transportes; apoyado en forma paralela por el incremento en los niveles de vida registrados en los campos económico, social, cultural y educacional de las grandes masas de población, de un creciente número de países que se fueron incorporando al proceso de industrialización y modernización de sus sociedades, y desde luego, en consecuencia a los importantes avances sociales de la población trabajadora organizada, en la legislación laboral de los países del mundo.

Hasta hace unos años el turismo se asociaba exclusivamente con el uso del tiempo libre. Esta idea ha cambiado y en la actualidad, debido a la evolución estructural de las sociedades, es reconocido como un

fenómeno de masas. Y se le concibe dentro de nuevas dimensiones que rebasan, en mucho, el simple marco vacacional en el que se había desenvuelto. De esta forma, aparte de la habitual connotación económica propia del turismo, ha cobrado vigencia el enfoque socio-político que otorga a esta actividad una categoría prioritaria en el esquema de desarrollo económico-social de muchas naciones.

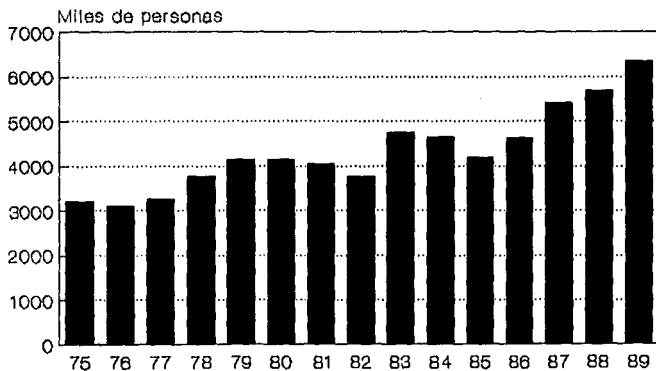
Por lo anterior, en los planteamientos de desarrollo del turismo que en forma general se han adoptado, se distinguen dos grandes vertientes:

- El turismo nacional, que posee una orientación eminentemente social y
- El turismo receptivo, cuya connotación básica es económica.

El esfuerzo que realizan las naciones para equilibrar los aspectos mencionados, que no son excluyentes o competitivos entre sí, permite a la actividad turística ser considerada en el proceso de planeación del desarrollo socio-económico como un instrumento apropiado de desenvolvimiento regional.

TURISMO RECEPTIVO

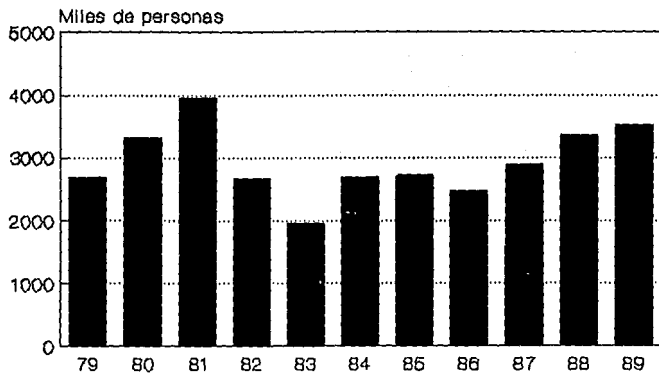
Número de Turistas a México



FUENTE: Banco de México

TURISMO EGRESIVO

Número de Turistas que salen de México



FUENTE: Banco de México

1.3 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN MEXICO

Período Prehispánico

Se ha considerado que el Turismo en México existe desde el Período Prehispánico, cuando peregrinos de diferentes zonas de la República llegaban a visitar el centro ceremonial que existía en el Cerro del Tepeyac. Se conoce que Malintzin, doncella de origen Náhuatl, llegó a convertirse en la primera guía trilingüe de México, ya que podía entender el Náhuatl, Maya y Español; de esta manera, Malintzin sirvió como intérprete a Hernán Cortés con el pueblo Mexica y con los Mayas, y ayudó a Cortés en su viaje a la Gran Tenochtitlan, al realizar traducciones simultáneas.

Epoca Virreinal

En esta época, antes de la Revolución de 1810, el turismo permaneció rezagado, ya que la gente no viajaba ni alternaba con viajeros, hasta que los cambios que trajo la Revolución hicieron salir a la gente y movilizarse a otros lugares, y empezaron a surgir

las primeras corrientes turísticas que permitirían al mexicano salir de su país para admirar nuevos panoramas e incorporarlo a otras poblaciones.

La actividad turística juega un papel de importancia en la descentralización de la vida nacional; la política de creación de centros turísticos integrales que lleva a cabo el Gobierno Federal ha hecho posible la instauración de polos de desarrollo regional, que en su fase inicial, hubiera sido más difícil construir apoyado en otras actividades económicas. Se obtienen así efectos favorables y a menor costo sobre la captación de divisas, la generación de empleos y la elevación de los índices de bienestar social.

En México, el turismo se concibe como un factor motriz de primera importancia dentro de la estrategia para alcanzar metas para el desarrollo nacional, ya que requiere la participación de todos los sectores productivos y de servicios que necesariamente tienen que confluír para el buen funcionamiento del sector. Entre los múltiples proyectos e iniciativas oficiales de las últimas décadas, (ver 1.4 Cronología del Turismo), cabe destacar las más recientes:

El gobierno del Lic. José López Portillo (1976-1982), por medio del sector turismo, replanteó las bases para el desarrollo de la actividad turística en México, y formuló en febrero de 1980, el Plan Nacional de Turismo, en el cual se señalan los objetivos, metas, políticas, estrategias y programas que permitan desarrollar y cumplir las acciones públicas y privadas para alcanzar el desarrollo turístico nacional, y coadyuvar a la integración socio-económica del país. (Ver apéndice A)

1.3.1 Plan Nacional de Turismo

En 4 de febrero de 1980 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto que aprobaba el Plan Nacional de Turismo y disponía su ejecución.

Este Plan contenía tres objetivos básicos:

1. Racionalizar el desarrollo turístico de México, integrando las fuerzas que en él intervienen a un sistema de planificación sistemático y coherente, obligatorio para el sector público federal;

2. Asegurar la coherencia entre los propósitos y las acciones, haciendo de la planificación la herramienta fundamental para la toma de decisiones y logrando la integración plena de las fases que conforman la planificación: planeación, programación, presupuestación y evaluación.

3. Lograr que la planificación se convierta en una práctica cotidiana y en una preocupación básica de todos los que trabajan en el sector.

1.3.2 Plan Nacional de Desarrollo

Otro hecho de trascendental importancia fue la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo (1983-1988), durante el régimen gubernamental del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. (Ver apéndice A)

Cabe señalar que el Plan Nacional de Desarrollo fue elaborado en el contexto de la crisis económica más seria que haya enfrentado en país en los últimos años.

El Plan está estructurado en tres grandes apartados:

- En el primero se establece el marco de referencia para el diseño de una estrategia general.
- El segundo contiene los lineamientos para la instrumentación del Plan en los distintos ámbitos de la vida nacional, y es aquí donde aparecen los lineamientos relativos al sector turismo.
- El tercero plantea las formas en que los diferentes grupos sociales pueden participar en su ejecución.

1.4 CRONOLOGIA DEL TURISMO

- 1923 Creación de la "Alta Comisión de Turismo" por Don Alberto Pani, titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- 1925 Asociación de Propietarios y Administradores de Hoteles
Reglamentación de la categoría jurídica de "Turista"
- 1926 Celebración en México de la Convención del Club de Rotarios
- 1929 Fundación de la primer Agencia de Viajes autorizada en la Ciudad de México (Wagons-Lits/Cook)
- 1935 Establecimiento de la Institución Financiera de Crédito Hotelero, de la Comisión Nacional del Turismo (dependiente de la Secretaría de Gobernación) y de una Oficina de Turismo.
- 1936 Transformación de la Oficina de Turismo en Departamento de Turismo; reglamentación de los servicios de los guías y de los agentes de viajes.
Inauguración en la Ciudad de México del Hotel Reforma.

- 1938 Existen en México 16 agencias de viajes.
Trabajo coordinado de las empresas con el Departamento de Turismo.
Publicidad oficial a un grupo seleccionado de centros arqueológicos.
- 1945 Creación de la Sociedad Mexicana de Agencias de Viajes.
- 1950 Introducción del turborreactor, contribuyendo al desarrollo de la actividad turística.
- 1956 Constitución del Fondo de Garantía y Fomento al Turismo, con apoyo de los financiamientos otorgados por la banca privada para la construcción y ampliación de hoteles.
- 1959 Creación del Departamento del Turismo como órgano auxiliar del Ejecutivo Federal, sustituyendo a la Dirección General del Turismo de la Secretaría de Gobernación.
- 1961 Promulgación de la Nueva Ley Federal del Turismo.
Establecimiento del Consejo Nacional del Turismo como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades, dependiente del Ejecutivo Federal.

- 1973 Inauguración del Centro Cultural y de Convenciones de Aca-
pulco.
- 1974 Promulgación de la nueva Ley Federal Nacional de Fomento al
Turismo.
Institucionalización del Turismo social y de las empresas
turísticas ejidales y comunales.
Constitución de la Comisión Intersecretarial Ejecutiva del
Turismo y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR),
absorbiendo a los Fondos de Promoción de Infraestructura
Turística y de Garantía y Fomento al Turismo.
Transformación del Departamento de Turismo en Secretaría de
Turismo.
- 1980 Publicación en el Diario Oficial del decreto que apoyaba el
Plan Nacional de Turismo y disponía su ejecución.
- 1982 Elaboración del Plan Nacional de Desarrollo, que en su
segundo apartado marca algunos lineamientos relativos al
Turismo.

1.5 MARCO LEGAL DEL TURISMO EN MEXICO

En referencia al marco legal del Turismo en México cabe destacar que, en nuestro país, al igual que en otros países receptores y emisores del turismo, se estableció una legislación con objeto de reglamentar en forma adecuada el movimiento migratorio.

Al hablar de Derecho Turístico se debe recordar que, en términos generales, el Derecho es un conjunto de normas jurídicas que tienden a regular la vida del hombre en la sociedad, y se encuentra en estrecha relación con la Filosofía, la Moral, la Sociología y la Economía Política, es decir, se relaciona con todo lo que hace la actividad humana, en la cual está implícita la actividad turística.

Por su parte, el Derecho tiene dos ramas principales que son: el Derecho Público y el Privado.

El Derecho Público es el que reglamenta la organización y actividad del Estado y demás organismos dotados de poder público, y las relaciones en que participan con ese carácter, y el Derecho Privado es aquel que rige las instituciones y relaciones en que

intervienen con carácter de particulares; de estas dos ramas se ha abierto una tercera clasificación denominada Derecho Social, en virtud de que el Derecho Turístico, proveniente del Derecho Civil, que es a su vez una subclasificación del Derecho Privado, comparte características tanto del Derecho Público como del Privado. Derecho Turístico: es la rama del Derecho Social que regula las relaciones entre el turista, el Estado y los prestadores de Servicios Turísticos.

Dentro de las principales normatividades que rigen la actividad turística en México, se encuentran:
(Ver apéndice B)

- 1) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
Capítulo I, Artículo 25, 26, 27, 28
Capítulo II Artículo 30
Título III
Capítulo II, Artículo 73 fracciones XVI, XVII, XXIX-Z, XXIX-F y XXIX-G

LEYES

- 2) Ley General de Población
Capítulo I, Artículo 3, fracción VII y VIII
Capítulo III, Artículo 33, 48, fracción II

- 3) Ley de Nacionalidad y Naturalización
Artículos 32, 33, 34

- 4) Ley Federal del Turismo
Capítulo I Artículos 2, 5, 6
Capítulo II Artículos 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Capítulo III Artículos 14, 15, 16 y 17

- 5) Ley Orgánica de la Administración Pública
Federal
Título II
Capítulo II, Artículo 42, fracción I, II,
V, IX, XIII y XIX

REGLAMENTOS

- 6) Reglamento de la Ley para Promover la In-
versión Mexicana y Regular la Inversión
Extranjera

- 7) Reglamento de Establecimientos de Hospedaje,
Campamentos y Paradores de Casas Rodantes

- 8) Reglamento de Operadores de Marinas Turis-
ticas

- 9) Reglamento Interior de la Secretaría de
Turismo

1.6 PROMOCION TURISTICA

Promoción:

La promoción es uno de los elementos que forman la Mercadotecnia; asimismo, es parte integral del programa o mezcla promocional, que es una combinación de publicidad, venta personal, promoción de ventas, así como otros apoyos promocionales que se utilizan para alcanzar los objetivos del programa de Mercadotecnia.

En ocasiones ha llegado a considerarse a las ventas y a la promoción como un mismo elemento, sin embargo la promoción incluye la publicidad, la venta personal y cualquier otro apoyo para las ventas.

Esencialmente, la promoción es un acto de información, persuasión y comunicación.

Los dos métodos de promoción más utilizados son: la venta personal y la publicidad. Otras formas de promoción son:

- La promoción de ventas, diseñada para reforzar y coordinar las ventas personales con los esfuerzos publicitarios. La promoción de ventas incluye actividades como la colocación de exhibidores en las tiendas, celebrar demostraciones comerciales y distribuir muestras, premios y cupones de descuento.

- Publicidad indirecta es una forma impersonal de estimular la demanda y que no es pagada por la persona u organización beneficiada con ella. La inserción se hace en la prensa, la radio o la televisión, o por cualquier otro medio público.

- Las relaciones públicas constituyen un esfuerzo planificado por una organización para influir sobre la opinión y actitud de un grupo hacia dicha organización.

PROMOCION TURISTICA

Se define como una actividad destinada a la información, persuasión e influencia sobre el cliente en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, relaciones públicas; todo esto encaminado a hacer más atractiva la compra y venta de un servicio. Tiene la característica de ser impersonal, oral o visual, las características propias del producto o servicio, el servicio o idea que se está vendiendo.

El desencadenamiento de la corriente turística hacia un centro receptor se debe indudablemente a múltiples factores motivacionales que tienden a más que nada a ser fijados por la promoción turística del propio centro, particularmente para inducir los desplazamientos realizados por motivos de tiempo libre vacacional.

La promoción turística es, en su más amplio concepto, una actividad 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 que

la aprovecha con fines de explotación económica. Su función cumple dos cometidos:

- Uno referido a la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas con base en inversiones de capital y uso de equipo y técnicas administrativas.
- El otro está encaminado a activar el desplazamiento turístico con medios de comunicación y difusión más idóneos.

Los instrumentos de que se vale la promoción turística para activar el desplazamiento humano temporal, son:

- a) La publicidad y propaganda y
- b) Las relaciones públicas.

a) La publicidad y propaganda constituyen un hecho unificado dado que no se puede propagar sin publicar, ni publicar sin propagar; por lo que se entenderá como la técnica basada en los medios de difusión masiva para hacer notorio y deseable el consumo o disfrute de algún bien y/o servicio, y en el caso del turismo, de los atractivos y servicios turísticos.

Los medios de difusión a los que recurre la publicidad para su realización son: prensa (periódicos, revistas, folletos y libros, posters), cine, radio, televisión, correo, aparadores y stands en ferias y exposiciones permanentes o eventuales. Su grado de utilización y combinación depende del tipo y magnitud de la campaña publicitaria, ambos derivados del grupo social al que ésta se dirige.

b) Las relaciones públicas. Como actividad organizada, corresponden a una función ejecutiva de carácter permanente que permite, a través de la información personal, oral o escrita, la comunicación propicia para lograr:

- la difusión de los atractivos y servicios turísticos,
- la colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y entre éstos y las autoridades gubernamentales turísticas

El detalle de su labor abarca principalmente los siguientes aspectos:

- Organización de conferencias de prensa, recepciones, cocteles, seminarios, congresos y convenciones.
- Organización de viajes y eventos especiales para la promoción de recorridos, atractivos y servicios turísticos.
- Establecimiento y operación de oficinas públicas o privadas de promoción e información al público en general.
- Distribución de comunicados, artículos o fotografías a la prensa y a las radiodifusoras.
- Distribución de reportajes filmicos y películas de propaganda turística.
- Distribución por correo de sugerencias e informaciones solicitadas para el desplazamiento turístico, acompañadas o no de material publicitario.

La promoción turística puede clasificarse, con base en cuatro patrones principales:

- 1) Dirección: en atención a quien va dirigida, se clasifica en

- 1.1 Directa; es la que se dirige hacia un sector de población turística, perfectamente identificado y localizado.

- 1.2 Indirecta; es la que promueve a un núcleo de población general sin atender intereses, preferencias o cualidades, con incentivos de imagen e información general.

- 2) Realización: en atención a quien la realiza y como la realiza, se clasifica en

- 2.1 Pública; la que realizan uno o varios organismos de carácter público, como las de la Secretaría de Turismo, FONATUR, Ferrocarriles Nacionales, etc.

2.2 Privada; la que realizan empresas particulares, asociaciones civiles, como el Consejo Nacional de la Publicidad, las asociaciones de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.

2.3 Institucional; la que se realiza en forma organizada y sistemática, por ser éstas las características de toda institución.

2.4 No institucional; a pesar de observar lineamientos definidos, no se realiza en forma permanente, programada ni sistemática, ya que corresponde a intereses particulares de la empresa.

3) Objeto: en atención a la materia de conocimiento a promover, se clasifica en

3.1 General; aquella donde el objeto a promover es un país, zona o localidad determinada, o la generalidad de sus atractivos o servicios turísticos.

3.2 Específica; la que promociona el disfrute de un atractivo en particular o servicio turístico concreto.

4) Efectos esperados: en atención a los resultados que se esperan lograr en el tiempo, se divide en

4.1 Inmediata; produce beneficios a corto plazo.

4.2 Mediata; permite aumentar a largo plazo los desplazamientos turísticos.

**II. ORGANISMOS Y MECANISMOS PARA PROMOVER LA
INVERSION TURISTICA**

En México, como ya se ha explicado, compete tanto al Estado como a los inversionistas privado el realizar las actividades de promoción turística; el gobierno, como regulador de la misma a través de la Comisión Intersecretarial Ejecutiva del Turismo (Ver apéndice B), centra sus actividades promocionales en las siguientes dependencias:

2.1 SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR)

La Secretaría de Turismo es un organismo nacional que tiene sus antecedentes en la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, promulgada el 24 de diciembre de 1958, estableció la creación del Departamento Autónomo de Turismo como órgano dependiente del Poder Ejecutivo. El Departamento de Turismo fue transformado en Secretaría de Turismo por Decreto el 30 de diciembre de 1974, cuya sede se localiza en la Ciudad de México.

A la Secretaría de Turismo corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

1. Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional;
2. Promover en coordinación con las entidades federativas las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología la declaratoria respectiva;
3. Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes;
4. Promover y opinar sobre 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;

5. 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;

6. Estimular la formación de asociaciones, comités y patronatos de carácter público, privado o mixto, de naturaleza turística;

7. Emitir opinión ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en aquellos casos en que la inversión extranjera concorra en proyectos de desarrollo turístico o en el establecimiento de servicios turísticos;

8. Formular y difundir la información oficial en materia de turismo; coordinar la publicidad que en esta materia efectúen las entidades del Gobierno Federal, las autoridades estatales y municipales y promover la que efectúan los sectores social y privado;

9. Promover, coordinar y, en su caso, organizar los espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos de carácter oficial, para atracción turística;

10. Promover y apoyar la coordinación de los prestadores de servicios turísticos;

11. Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística y estimular la participación de los sectores social y privado;

12. 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;

13. Los demás que le fijen expresamente las leyes y reglamentos.

2.2 FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)

Debido a la importancia que el Turismo ha representado para México como actividad de alta prioridad para su desarrollo económico y social dada la necesidad de coordinar en forma efectiva los esfuerzos encaminados a su desarrollo integral, el Gobierno Federal constituyó en Abril de 1974 el Fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

FONATUR tuvo su origen en dos instituciones. La primera fue el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR), constituida en Noviembre de 1956 bajo el control de Nacional Financiera S.A., con el objeto de otorgar créditos para estimular la inversión turística nacional, principalmente en el campo de la construcción y remodelación de cuartos de hotel.

La segunda institución fue el Fideicomiso Fondo de Infraestructura Turística (INFRATUR), que fue instalado en el año de 1969, bajo el control de Banco de México y cuyas funciones se orientan a la promoción y realización de obras de infraestructura, relacionadas con un programa diseñado por el Gobierno Federal, para desarrollar nuevos centros turísticos de impor-

tancia y la mejora substancial de otros que habian demostrado su potencialidad como focos de atracción.

FONATUR fue creado con fundamento en la Ley Federal de Fomento al Turismo y formalizado mediante contrato de fideicomiso celebrado entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Nacional Financiera S.A., como fiduciaria encargada de manejar el patrimonio fideicomitado, fusionándose de esta forma, los dos fideicomisos creados con anterioridad.

FONATUR nace con el objeto de asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de promoción, fomento y desarrollo de la actividad turística en el país, a efecto de robustecer y diversificar la oferta.

Sus objetivos se han cumplido mediante tres acciones fundamentales: la primera de carácter crediticio, consiste en apoyar las inversiones de los sectores público, privado y social en materia de alojamiento turístico y de otros servicios complementarios; la segunda de carácter promocional, es la de crear nuevos polos de desarrollo turístico, y radica en la construcción de infraestructura para promover la inversión; y la tercera, es la de realizar inversiones en empresas públicas o mixtas que operan servicios turísticos.

La acción del Fondo ha experimentado una notable evolución en los últimos años, y es posible afirmar que se ha constituido en un verdadero instrumento de desarrollo del sector turismo, ya que su campo de acción abarca desde la promoción y financiamiento de la obra turística nacional, hasta la planeación, ejecución y operación de nuevos destinos turísticos.

En síntesis, la acción del Fondo se ha consolidado en los siguientes aspectos:

- Promover el desenvolvimiento de la oferta turística mexicana, especialmente la de alojamiento (hotelería convencional, albergues paradores de casas rodantes y campamentos) así como otros servicios conexos en toda la República.

- Impulsar la formación y desarrollo de empresas mexicanas con inversión de los sectores Público, Privado y Social, dedicadas a la actividad turística, básicamente de alojamiento, entre ellas de manera especial a Nacional Hotelera S.A.

- Fomentar y construir un sistema de instalaciones de alojamiento de turismo sociocultural para asegurar el derecho al descanso de los trabajadores.

2.3 OTROS ORGANISMOS DE PROMOCION

Además de los organismos de promoción ya mencionados, existen otros organismos que, de manera indirecta, contribuyen a la promoción turística, como son:

2.3.1 SECRETARIA DE GOBERNACION

Esta Secretaría está estrechamente vinculada a la actividad turística, en virtud de que es la encargada de regular y vigilar el movimiento migratorio. Tiene autoridad para permitir la entrada y salida de nacionales y extranjeros en el país; organiza y coordina los servicios migratorios y al personal involucrado en los mismos.

2.3.2 SECRETARIA DE SALUD

Es una sociedad que tiene como principio la justicia social y persigue ser más igualitaria; la protección de la salud es un derecho ,social, por lo que esta Secretaría se encarga de conservar las condiciones propicias de salud pública que todo país receptor de turismo debe poseer.

2.3.3 SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

Este organismo tiene una intervención determinante en el fenómeno turístico, desde el punto de vista fiscal, ya que determina los criterios y montos globales de los estímulos fiscales y proyecta sus efectos en los ingresos de la Federación, evaluando sus resultados conforme a sus objetivos.

2.3.4 SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO

Este organismo público analiza y favorece la autorización para el desarrollo de polos turísticos, creación de empresas y, en general, el incremento de la actividad turística, en virtud de que se ocupa de proyectar la planeación nacional del desarrollo, coordinar las actividades de planeación nacional de desarrollo, autoriza los programas de inversión pública de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, verifica que se efectúe en los términos establecidos la inversión de los subsidios que otorgue la Federación, así como la aplicación de las transferencias de fondos en favor de Estados, Municipios, Instituciones o particulares, etc.

2.3.5 SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y
TRANSPORTES

Esta Secretaría atiende los diversos aspectos de las comunicaciones; asimismo, regula la existencia y desarrollo de los medios de transporte, y le compete el despacho de los siguientes asuntos:

Otorgar concesiones y permisos para establecer y operar servicios aéreos en el territorio nacional, fomentar, regular y vigilar su funcionamiento y operación, así como negociar convenios para la prestación de servicios aéreos internacionales; regular y vigilar la administración de los aeropuertos nacionales, administrar la operación de los servicios de control de tránsito, así como de información y seguridad de la navegación aérea; contruir las vías férreas, patios y terminales de carácter federal para el establecimiento y explotación de ferrocarriles, y la vigilancia técnica de su funcionamiento y operación; regular y vigilar la administración del sistema ferroviario; otorgar concesiones y servicios para la explotación de servicios de autotransportes en las carreteras federales y vigilar técnicamente su funcionamiento y operación así como el cumplimiento de las disposicio-

nes legales respectivas; realizar la vigilancia en general y el servicio de policía en las carreteras federales; fijar normas técnicas del funcionamiento y operación de los servicios públicos de comunicaciones y transportes y las tarifas para el cobro de los mismos, así como otorgar concesiones y permisos y fijar las tarifas y reglas de aplicación de todas las maniobras y servicios marítimos portuarios, auxiliares y conexos relacionados con los transportes o las comunicaciones y transportes por agua; cuidar el apoyo a la SEDUE de los aspectos ecológicos en los derechos de vía de las vías federales de comunicación, entre otros.

**III. ALCANCES DE LA PROMOCION TURISTICA EN EL
DESARROLLO DE IXTAPA - ZIHUATANEJO**

3.1 DESCRIPCION DE LA ZONA DE IXTAPA - ZIHUATANEJO

ZIHUATANEJO

Está situado 237 Km. al noroeste de Acapulco. Es puerto de cabotaje, además de contar con un aeropuerto internacional; su nombre proviene del vocablo náhuatl Cihuatlán, que quiere decir, "Tierra de Mujeres" por haber existido en este lugar un matriarcado en épocas prehispánicas.

Su bahía fue utilizada durante mucho tiempo como puerto de embarque para maderas finas y minerales; también era escala de navíos en ruta hacia Europa, ya que su estratégica ubicación lo hacía refugio de navíos contra el mal tiempo.

Los habitantes de la región se dedican - además de servir al turismo - a la pesca y a la agricultura, especialmente en cultivos de mango, papaya, limón y tamarindo. También explotan la copra.

El principal atractivo del sitio son sus hermosas playas, entre las que sobresalen La Madera, La Ropa - llamada así por haber quedado esparcido en sus arenas un cargamento de prendas de vestir que transportaba un nao de China que naufragó cerca de ahí, - y Las Gatas, que debe su nombre a la profusión de una especie de tiburones, inofensivos pues carecían de dientes y con bigotes parecidos a los de los gatos, que poblaban sus aguas.

IXTAPA

Se ubica 10 Km. al oeste de Zihuatanejo. Consiste en un moderno desarrollo turístico proyectado por FONATUR en los años 70, conocido también como El Dorado Pacífico por la hermosura de su paisaje, que reúne transparentes aguas azules y una exuberante vegetación tropical donde abundan los plantíos de palma.

Sus playas alcanzan más de 60 Km. de un tramo de 24 Km. de litoral, y emergen lo mismo de la espesa selva que de imponentes acantilados, formando caletas, bahías y ensenadas.

Inesperadas perspectivas son dibujadas en esa costa por numerosas islas entre las que destacan la llamada De a Pie y la de Ixtapa, así como farallones y morras como el de Los Pericos, donde anidan pelicanos y gaviotas. El conjunto cuenta también con formaciones rocosas como Punta Ixtapa y Punta Carrizo, y en cuanto a las playas más populares están las denominadas Quieta, Hermosa, Don Juan, Don Rodríguez, Las Cuatas y la Bahía del Palmar, esta última con dos Km. de longitud.

En el trayecto hacia Playa Quieta puede verse una laguna costera poblada por preciosa flora y variada fauna, y existe un mirador, situado entre las playas Cuota y Casa Blanca, desde el que se contempla una fabulosa vista salpicada de pequeñas islas, acantilados y farallones. La ya mencionada Isla Ixtapa es un parque natural y reserva ecológica de cientos de aves silvestres y muchos animales.

3.2 ANTECEDENTES HISTORICOS

El desarrollo turístico de Ixtapa - Zihuatanejo en el Estado de Guerrero, se levanta como un acierto del Gobierno Federal y de su política de creación de centros turísticos integrales, inscrita esta última en los objetivos de desarrollo socio-económico del país.

Este polo de desarrollo turístico y regional, primero en su tipo que obtuvo financiamiento del Banco Mundial, es resultado del esfuerzo para desarrollar nuevas zonas turísticas que permiten diversificar la oferta turística del país y competir sólidamente en el mercado internacional del turismo.

3.2.1 MECANISMOS DE PROMOCION UTILIZADOS

A partir de 1969, cuatro misiones de preparación del proyecto visitaron México por parte del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF). Paralelamente, dentro del Banco de México, S.A. se creó un fideicomiso especial al que se denominó Fondo

de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR), creado para preparar, coordinar y llevar a cabo proyectos de infraestructura turística en México, aprobándose el proyecto en diciembre del mismo año y firmandose el préstamo con el BIRF en el año de 1972.

El sector turismo, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), realiza las inversiones tendientes a lograr el acondicionamiento, comunicación y promoción de este centro turístico en el Pacífico Mexicano. Asimismo, también por medio del Fondo, se otorga apoyo crediticio a empresas nacionales para incrementar la oferta hotelera, estimular la inversión y propiciar la generación de empleos.

El Desarrollo de Ixtapa Zihuatanejo es junto con Cancún, Huatulco, Loreto y Los Cabos, uno de los centros turísticos planeados integralmente por FONATUR, que como parte de sus objetivos fundamentales, han propiciado el desarrollo de nuevas zonas que diversifican la oferta de atractivos y permiten al país competir en el mercado internacional del turismo.

3.3 INVERSIONES

La inversión total por FONATUR en el Desarrollo Ixtapa asciende a 610,901 millones de pesos de 1969 a 1989. En 1969 se iniciaron los estudios preliminares y proyectos de infraestructura, la construcción del Desarrollo se inició en 1972 y entró en operaciones en 1975, registrando un crecimiento anual sostenido en la oferta de cuartos de hotel hasta llegar a aproximadamente 3,500 en 1989. Esta cantidad está distribuida en 12 hoteles, uno de gran turismo, uno de categoría especial, 7 de cinco estrellas y 3 de cuatro estrellas. (5)

(5) Fuente: Fondo Nacional de Fomento al Turismo

IV. EL MEGAPROYECTO TURISTICO DE MARINA IXTAPA

4.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Con el fin de colaborar al logro de las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo (1989-1994), el Comité Técnico de FONATUR presentó hace algunos meses un documento denominado "Cambio estructural y políticas generales", en el cual se hacía un análisis de las nuevas fórmulas a desarrollar por FONATUR para mantener su acción rectora, reducir el volumen de sus inversiones en infraestructura y, al mismo tiempo multiplicar la acción promotora de la inversión privada en función de los requerimientos y necesidades de cada uno de los centros turísticos.

Como primera estrategia, se propuso el establecimiento de Megaproyectos, política consistente en la programación y proyecto de una oferta masiva de tierra, con identidad y características propias, dentro de un centro turístico ya existente, para ofrecerla a la inversión privada, nacional y extranjera, para que esta desarrolle, en forma garantizada, la infraestructura y superestructura planeadas, fortaleciendo la imagen del centro turístico, multiplicando la acción de promoción y desarrollo de inversiones y generando el volumen de empleos y desarrollo regional, contenidos en la metas del Sector Turismo.

4.2 CARACTERISTICAS ORIGINALES DEL PROYECTO IXTAPA NAUTICO

El Proyecto Turístico Ixtapa Náutico originalmente estuvo planeado como la segunda etapa del Plan Maestro Ixtapa Zihuatanejo y fue suspendido en 1988 dejando ejecutadas las obras de apertura. Los costos de estas obras actualizados a Julio de 1989, ascienden a 11,423 millones de pesos. (6)

El concepto original de Ixtapa Náutico involucra la utilización de 104 has. de tierra y 71 has. de agua, con una capacidad soportante de alojamiento temporal de 1,375 cuartos de hotel, 2,474 villas y condominios y 325 lotes residenciales. Los usos del suelo recomendado para el desarrollo incluían los siguientes aspectos: turístico (hotelero y residencial), comercial (concesiones y restaurantes), recreativa náutica (clubes) y servicios, vialidades, reservas y otros conceptos de menor superficie.

(6) Fuente: Fondo Nacional de Fomento al Turismo

Actualmente, el megaproyecto Marina Ixtapa se realizará en una superficie de 173.5 hectáreas, con una inversión de 500 millones de dólares, con una promoción tripartita (Federal-Estatal-Particular). Una vez en funcionamiento, se espera una población de 18 mil turistas.

Coordinado por la Secretaría de Turismo, Marina Ixtapa busca incrementar y promover la afluencia de turistas, de regular el transporte aéreo y marítimo, y facilitar la inversión extranjera y la tenencia de bienes raíces en zonas costeras.

La arquitectura es de tipo mediterránea arraigada y enriquecida con las condiciones ambientales locales, con influencia mexicana.

Marina Ixtapa está ubicada en la Bahía del Palmar, limitando con la zona urbana de Ixtapa y la zona hotelera ya existente.

Los servicios de hospedaje que ofrecerá Marina Ixtapa serán hoteles de Gran Turismo, para más de 5,300 huéspedes, en seis hectáreas; veinte hectáreas para la construcción de villas en condominio, condohoteles, condominios y un centro comercial, éste con-

centrará tiendas de lujo, galerías de arte y restaurantes; ahí se realizarán actividades cívicas y culturales de Ixtapa.

El lugar tendrá un club náutico, un club de golf, un club de playa y de tenis, una casa club. El club de golf será de 18 hoyos.

También habrá un cocodrilario, un canal de drenaje pluvial, un embarcadero y una planta de tratamiento de aguas. El embarcadero tendrá 500 espacios para embarcaciones de hasta 145 pies de eslora.

Esta magna obra generará 6 mil empleos directos y 14 mil indirectos. (7)

4.3 PROBLEMATICA

El Proyecto Ixtapa Zihuatanejo fue planeado y dimensionado para albergar 15 mil cuartos de hotel y una población permanente de 250 mil habitantes, con un aeropuerto internacional capaz de alimentar el flujo turístico esperado y destinado a diversificar la oferta turística mexicana para llegar a captar un 10% de la corriente de visitantes de Norteamérica a Hawaii, fundamentalmente de la Costa Oeste de los Estados Unidos pero con penetración en Texas, Arizona y Nuevo México.

Además, por su cercanía con México, D.F. y Guadalajara, se estimó que la composición del flujo de visitantes sería de un 45% de turismo nacional y de 55% de turismo extranjero.

Sin embargo, el desarrollo se encuentra con un bajo crecimiento de oferta y de demanda desde hace cuatro años, los motivos son diversos:

- Se abandonó la promoción de inversiones hoteleras con penetración en los mercados internacionales;

- Se perdieron servicios de transporte aéreo, derivado ésto de la quiebra de Aeroméxico;

- Las crisis económicas y macrosismos de 1985;

todo esto tuvo un considerable impacto en el crecimiento, el cual con 3,500 cuartos de hotel, registra niveles de ocupación aceptables, pero requiere un detonante que lo oriente en lo inmediato y en lo estratégico a romper con el estancamiento que el proyecto registra en los últimos años.

4.4 PROPUESTA DEL MEGAPROYECTO MARINA IXTAPA

Con el objeto de romper el estancamiento del Proyecto Ixtapa Zihuatanejo, se están promoviendo las siguientes acciones:

- 1) Promover la construcción en los lotes ociosos ya vendidos y en los que presentan edificaciones parciales; en función de la normatividad establecida por FONATUR.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- 2) Atraer inversiones y operadoras hoteleras de penetración en los mercados internacionales. Para esto se introducirán los servicios de infraestructura necesarios para la Marina Ixtapa, Punta Ixtapa, Playa Las Cuatas y Playa Don Juan, y además se ampliarán algunos de los servicios existentes.

- 3) Desarrollar el Megaproyecto Marina Ixtapa, que significa aprovechar un área de 178 has. ubicada en la parte media de la Bahía El Palmar; terminando las obras marítimas de la escollera, dragando los canales interiores de navegación, creando los malecones del Pueblo Náutico de Ixtapa y abriendo nuevas áreas hoteleras y residenciales.

- 4) En lo que se refiere a la población de Zihuatanejo, su imagen, servicios y su desarrollo turístico, FONATUR apoya los programas del Fideicomiso Bahía de Zihuatanejo (FIBAZI) y colabora con el Gobierno Estatal y las Autoridades Municipales en el programa, diseñado por SECTUR, de remodelación urbana, que convertirá al poblado de Zihuatanejo en el pueblo turístico modelo de la República Mexicana.

El objetivo de Marina Ixtapa es agregar a la identidad del proyecto Ixtapa Zihuatanejo, el concepto de turismo náutico tal como se ha hecho en la Marina Vallarta, en la Marina de Cabo San Lucas y tal como ha tenido un éxito extraordinario en las Marinas de California, dentro de las que destacan Newport y Marina del Rey.

La inversión proyectada por FONATUR en la infraestructura de la Marina Ixtapa rebasa la suma de 125 mil millones de pesos, sin contar el valor de la tierra y de la infraestructura ya existente. El valor de las superestructuras requeridas, una vez que se encuentre desarrollado el proyecto en un 100%, superará la cifra de 500 millones de dólares.

El desarrollo del proyecto de la Marina Ixtapa significa la creación de cerca de 19 mil empleos directos y de más de 34 mil empleos indirectos, una corriente de turistas extranjeros de más de 375 mil visitantes anuales que derramarán 140 millones de dólares y una corriente de visitantes nacionales anual de más de 300 mil turistas que derramarán más de 150 mil millones de pesos.

Coordinado por la Secretaría de Turismo, Marina Ixtapa busca incrementar y promover la afluencia de turistas, al regular el transporte aéreo y marítimo y facilitar la inversión extranjera y la tenencia de bienes raíces en zonas costeras. (8)

(8) Novedades, Sección C, Pág. 7, Abril 6, 1990.

4.5 LA NEGOCIACION CON GRUPOS DE INVERSION

Una vez determinado el concepto y dimensionado el proyecto de Marina Ixtapa, FONATUR hizo contacto con diversos grupos de inversión privada, entre los cuales se cuenta la empresa Ingeniería y Puertos S.A. de I.C.A. y con el grupo Aurrerá, las cuales no se interesaron lo suficiente para hacerse cargo del proyecto en su conjunto.

El grupo italiano Societa Escercizio Cantieri, propietaria de astilleros y con experiencia en desarrollos turísticos en Italia manifestó gran interés en el proyecto, pero las conversaciones no pudieron llegar a feliz término, porque el grupo exigía el aval de FONATUR para el financiamiento del grupo promotor y ponía como condición que la empresa constructora y los materiales fueran predominantemente italianos.

El grupo SIDEK S.A. de C.V., creador del desarrollo de Marina Vallarta, de la cadena hotelera Plaza las Glorias y de varios establecimientos hoteleros y desarrollos turísticos en la República Mexicana, apoyado por Hanover Manufacturers Bank, ha decidido adquirir el terreno propiedad de FONATUR y ejecutar la

Infraestructura del proyecto en un plazo no mayor de 4 años, al mismo tiempo que promover la inversión hotelera y de servicios dentro del concepto, especificaciones, densidades, restricciones y criterios de carácter arquitectónico diseñados por FONATUR.

V. CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

El sector turismo ha sido por muchos años un factor decisivo en la economía de nuestro país, ya que constituye, después del petróleo, la segunda fuente de ingresos para México, además de que representa la oportunidad de aprovechar la gran variedad de recursos naturales con que cuenta y que no han sido explotados para beneficio nuestro.

Actualmente la promoción turística juega un papel de vital importancia en el campo de las inversiones. Su principal objetivo es atraer a los inversionistas a las zonas de interés, a fin de que éstos puedan apreciar las posibilidades de desarrollo del lugar y evalúen la alternativa de invertir en la actividad turística.

Como muestra de apoyo y fomento a la inversión, las autoridades, a través de su nuevo Reglamento de Inversiones Extranjeras, promueven la participación de inversionistas extranjeros en la actividad nacional. Aunado a esto, y en cumplimiento a los objetivos fijados por el Plan Nacional de Desarrollo, el Estado participa activamente en la promoción turística

de Ixtapa Zihuatanejo, proporcionando los terrenos donde será construida la nueva Marina de ese lugar y ganando con ello la confianza de los futuros inversionistas.

El Megaproyecto Turístico Marina Ixtapa, representa una atractiva alternativa de inversión no sólo para quienes se interesan en la actividad hotelera, sino también para aquellos que prefieren invertir en actividades comerciales o deportivas, siendo éstas predominantes en el área de Ixtapa.

Es importante mencionar que, la promoción de un proyecto de la magnitud de Marina Ixtapa, tendrá una gran repercusión en el desarrollo económico y social de México, ya que la construcción de un centro como este generará una gran cantidad de empleos tanto directos como indirectos y mejorará notablemente el nivel de vida de la población de la zona.

Es pues, la promoción turística un elemento que permitirá que México incremente la captación de divisas a través de desarrollar lugares turísticos, que puedan ser posteriormente opciones de viaje para el turismo internacional (norteamericano y europeo).

Es conveniente mencionar que bajo las condiciones que puede ofrecer el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, y el ingreso de México al Convenio de la Cuenca del Pacífico, la promoción turística en proyectos, como el de Marina Ixtapa, puede convertirse en una alternativa más para el desarrollo del país, a través de la participación de mayor número de inversionistas, tanto extranjeros como nacionales.

APPENDICE A

A P E N D I C E A

Plan Nacional de Desarrollo

Apartado C. Recuperación Económica con estabilidad de precios.

Capítulo 5. Acuerdo Nacional para la Recuperación Económica con Estabilidad de Precios.

5.3 Modernización Económica

5.3.6 Modernización del Turismo

En el turismo, a pesar del desarrollo alcanzado, la comparación con otros países que, como México, cuentan con grandes atractivos, muestra que no se alcanza aún el nivel de actividad acorde con las potencialidades del sector. Esta actividad requiere, para generar más empleos y divisas, de la modernización del servicio y del impulso a su infraestructura. El turismo se ha convertido en una actividad cada vez más sofisticada al incorporar los avances de la técnica en la competencia mundial por el mercado.

Para hacer frente a la creciente inversión que requiere la expansión del sector, se propiciará la

creación de fondos estatales y de sociedades de inversión para la promoción y el desarrollo de la oferta turística, con aportaciones de los gobiernos federal y estatal, de la iniciativa privada y del sector social, dirigidos a financiar obras de infraestructura y mantenimiento de las mismas en el marco de un comité mixto estatal.

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 y otras de carácter complementario, así como impulsando la operatividad y mayor eficiencia de las acciones del Fondo. Conjuntamente, se diseñarán mecanismos para involucrar la participación de inversionistas privados, nacionales y extranjeros, con el financiamiento de los programas de desarrollo de infraestructura y operación turística.

Dentro del marco de la nueva reglamentación de la Ley para promover la Inversión Mexicana y regular la Inversión Extranjera, se fomentará la participación extranjera directa, buscando que ésta se acomode a las estrategias prioritarias del sector, al mismo tiempo que se estimule su presencia con esquemas normativos claros y simples, que precisen las reglas de la compe-

tencia, así como las garantías de la inversión. Se buscará que la inversión extranjera contribuya con tecnología y estándares operativos de eficiencia que mejoren nuestra competitividad internacional en la materia.

5.3.6 Inversión Extranjera Directa

Con la apertura comercial, los beneficios potenciales de la inversión extranjera aumentan considerablemente y se convierten en un complemento natural de la inversión nacional.

Mediante la inversión de capital al país, la inversión extranjera puede contribuir a que la economía mexicana participe con mayor eficacia y competitividad en los mercados mundiales. La promoción de la inversión extranjera se ha convertido en un elemento común de las políticas económicas de los países industrializados o en rápida industrialización, independientemente de su organización política y económica.

Con el objeto de fomentar la inversión extranjera directa en forma conveniente para el país, los reglamentos y procedimientos aplicables deben orientarse a:

- hacer que los procedimientos de autorización de las nuevas inversiones permitidas por la Ley sean automáticos, expeditos y transparentes;

- simplificar trámites, definir requisitos con precisión, y dar fluidez institucional a los procedimientos;

- aprovechar al máximo la aportación tecnológica y el acceso a los mercados de exportación de la inversión extranjera; y

- crear los mecanismos para la nueva inversión extranjera no genere presiones adicionales sobre los mercados financieros nacionales.

Plan Nacional de Turismo

1.8 Comercialización

A través de los esfuerzos de promoción y fomento, se ha logrado crear una imagen positiva de nuestro país, difundiendo valores históricos y culturales, así como la planta turística y atractivos, lo que ha contribuido a recuperar la corriente de visitantes con origen en el exterior.

Tradicionalmente, los esfuerzos de promoción se han concentrado principalmente en los atractivos de playa, centros arqueológicos y grandes ciudades. Sin embargo, se ha observado que ciudades de menor interés turístico han carecido de apoyo promocional, mismo que ha propiciado el estancamiento de la demanda y la contracción del ritmo de inversiones en la planta turística.

El sector realiza una importante promoción institucional, en el ámbito nacional y extranjero, en donde se han diversificado políticas, promoviendo a ciudades del interior que requieren de este apoyo, con el fin de desarrollarse turísticamente; como complemento a esta acción, las líneas aéreas, empresarios y orga-

nismos especializados, realizan campañas promocionales que coadyuvan al impulso turístico de las regiones.

La actividad promocional se apoya en campañas especialmente dirigidas a segmentos de la población y a regiones específicas, con reportajes en televisión, revistas y periódicos así como en la distribución de folletos, guías, carteles, mapas y materiales diversos. Esta actividad tiene el complemento de catálogos y guías, para proporcionar al turista información y orientación especializada.

La comercialización que se realiza por cadenas y mayoristas internacionales, en favor de establecimientos de categorías que demandan el extranjero, resulta positivo para México, pues complementa los esfuerzos que se requieren para dar a conocer la planta turística disponible.

El papel que juegan los mayoristas y agencias de viajes en la comercialización de los servicios turísticos es de gran importancia, ya que buena parte de los visitantes son inducidos por sus acciones. Esta influencia orienta la demanda hacia los principales destinos turísticos del país, con menor atención a otros sitios que no conjuntan las características para una adecuada venta de sus servicios. Se puede señalar

que el éxito en la comercialización de los servicios turísticos depende también de las condiciones de precio, calidad y servicio que ofrecen los empresarios mexicanos.

Capítulo IX. Proyectos Estratégicos.

Los proyectos estratégicos complementan los propósitos del Sector y señalan los programas prioritarios expresados especialmente en diversos centros turísticos. El criterio para su selección se basa en la calidad como destino turístico internacional, el volumen de afluencia de nacionales, la capacidad instalada y las comunicaciones. Asimismo, su selección se determina en función de la ubicación geográfica dentro de las zonas que el Plan Nacional de Desarrollo considera prioritarias para instrumentar la estrategia de desarrollo regional. Por sus características y el grado de acción del sector se agrupan en "Centros Turísticos Integralmente Planeados" y "Centros Turísticos Tradicionales". La consolidación del desarrollo en dichos centros permite ofrecer beneficios a la inversión, propiciar el empleo y, especialmente, augurar un crecimiento sostenido de la actividad turística.

9.1 Centros Turísticos Integralmente Planeados

Estos proyectos responden al propósito de consolidar la actividad turística en aquellas zonas estratégicas del territorio nacional con posibilidades de captar turismo y mayores posibilidades de desarrollo en comparación con otras actividades económicas. En este sentido, los centros integralmente planeados tienen la participación directa del Gobierno Federal a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), en la creación y diversificación de la oferta turística nacional, para inducir la inversión en regiones rezagadas del desarrollo nacional. De esta forma, Cancún, Ixtapa, Loreto, Puerto Escondido, Los Cabos y ahora Huatulco, representan el esfuerzo oportuno del Estado en la corrección de los desequilibrios regionales del desarrollo económico y social.

9.1.2 Ixtapa-Zihuatanejo

Localización: municipio José Azueta, Guerrero

Ixtapa-Zihuatanejo es un centro estratégico para el turismo nacional y las corrientes de viajeros internacionales que se trasladan al Pacífico. En el cor-

to plazo, con una comunicación terrestre desde el Distrito Federal y otras diversas zonas urbanas del centro del país, será una opción importante para el turismo doméstico.

La superficie del proyecto, de acuerdo al plan maestro, tiene posibilidad de expansión para cerca de 20 mil habitaciones de hospedaje. Además tiene capacidad de crecimiento urbano para el asentamiento de la población permanente.

Inversiones

En lo que se refiere a inversiones, para apoyar el desarrollo de la actividad turística en nuestro país, los centros integralmente planeados requieren de diversos esfuerzos dentro de los que destaca el rubro de inversiones.

La canalización de la Inversión Pública a estos destinos pretende servir como detonador de su auge turístico, a la vez que busca atraer la participación de los inversionistas privados quienes, al final, serán de los que dependa el éxito del centro turístico y generar un efecto en cadena para inducir mayores inversiones privadas potenciales. En ello se han logrado importantes éxitos.

En esta materia, la Inversión Pública canalizada a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), ha permitido iniciar y sostener un crecimiento constante que permita alcanzar las expectativas de desarrollo concebidas para cada uno de los centros turísticos integralmente planeados.

Sin embargo, este proceso debe seguir reforzándose con la participación del Sector Público a efecto de promover una mayor confianza de la iniciativa privada en los proyectos de desarrollo turístico futuros que se programen.

En los centros de nuevo inicio los inversionistas públicos se dedican a la urbanización de predios, creación de infraestructura de servicios urbanos básicos, delimitación de los usos del suelo de los terrenos y otras acciones, mientras que para aquellos en actual operación las inversiones seguirán apoyando la ampliación de la capacidad de alojamiento, las instalaciones complementarias y la terminación de etapas subsiguientes del proyecto.

De esta manera, se estima que al finalizar el período 1985-1988 se habrá invertido un total aproximado de \$462,500 millones de pesos, correspondiendo

22% a la inversión pública y el resto a la inversión privada generada.

Por otra parte cabe destacar que Cancún representa el 19.6% de la inversión estimada, tanto pública como privada, en relación al total de los centros turísticos integralmente planeados, mientras que Ixtapuzihuatanejo, el 13.6%, constituyendo entre ambos el 33.2% del total de inversiones para todos los centros durante el período 1984-1988.

APPENDICE B

1) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Título Primero.

Capítulo I De las garantías individuales.

Artículo 1. En los Estados Unidos Mexicanos todo individuo gozará de las garantías que otorga esta Constitución; las cuales no podrán restringirse ni suspenderse sino en los casos y con las condiciones que ella misma establece.

Artículo 5. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad solo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de terceros, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

Artículo 9. No se podrá coartar el derecho de asociarse o reunirse pacíficamente con cualquier objeto lícito; pero solamente los ciudadanos de la República podrán hacerlo para tomar parte en los asuntos políticos del país. Ninguna reunión armada, tiene derecho a deliberar.

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, salvo-conducto u otros requisitos semejantes.

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

Artículo 25. Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral, que fortalezca la soberanía de la nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta constitución.

Artículo 26. El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación. Habrá un Plan Nacional de Desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal.

Artículo 27. La propiedad de las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional corresponde originalmente a la Nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ellas a los particulares constituyendo la propiedad privada.

Las expropiaciones sólo podrán hacerse por causa de utilidad pública y mediante indemnización.

La Nación tendrá en todo tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el de regular, en beneficio social, el aprovechamiento de los elementos naturales susceptibles de apropiación, con objeto de hacer una distribución equitativa de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y urbana. En consecuencia, se dictarán las medidas necesarias para ordenar los usos, reservas y destinos de tierras, aguas y bosques, a efecto de ejecutar obras públicas y de planear y regular la fundación, conservación, mejoramiento y crecimiento de los centros de población, para preservar y restaurar el equilibrio ecológico.

Artículo 28. En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes.

El Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las mismas prevengan. Las leyes fijarán las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público.

Título III

Capítulo II

Artículo 73. El Congreso tiene facultad:

Fracción XVII. Para dictar leyes sobre vías generales de comunicación y sobre postas y correos, para expedir leyes sobre el uso y aprovechamiento de las aguas de jurisdicción federal;

Fracción XXIX. 2. Para establecer contribuciones sobre el aprovechamiento y explotación de los recursos naturales comprendidos en el Artículo 27.

Fracción XXIX. F. Para expedir leyes tendientes a la promoción de la inversión mexicana, la regulación de la inversión extranjera, la transferencia de tecnología y la generación, difusión y aplicación de los conocimientos científicos y tecnológicos que requiere el desarrollo nacional.

Fracción XXIX. G. Para expedir leyes que establezcan la concurrencia del Gobierno Federal, de los gobiernos, de los Estados y de los municipios, en el ámbito de sus respectivas competencias, en materia de protección al ambiente y de preservación y restauración del equilibrio ecológico.

2) Ley General de Población

Artículo 3. Para la finca de esta Ley, la Secretaría de Gobernación dictará y ejecutará o en su caso promoverá ante las dependencias competentes o entidades correspondientes, las medidas necesarias para:

Fracción VII. Sujetar la inmigración de extranjeros a las modalidades que juzgue pertinentes, y procurar la mejor asimilación de éstas al medio nacional y su adecuada distribución en el

territorio.

Fracción VIII. Restringir la emigración de nacionales cuando el interés nacional así lo exija.

Capítulo III.

Artículo 33. Los servicios de internación se otorgarán preferentemente a los científicos y técnicos dedicados o que se hayan dedicado a la investigación o a la enseñanza en disciplinas no cubiertas o insuficientemente cubiertas por mexicanos, así como a los inversionistas a que se refiere el Art. 48, fracc. II de esta Ley. A los turistas se les proporcionarán facilidades para internarse en el país.

Artículo 48. Las características del inmigrante son:

Fracción II. Inversionistas. Para invertir su capital en la industria, de conformidad con las leyes nacionales, y siempre que la inversión contribuya al desarrollo económico y social del país.

3) Ley de Nacionalidad y Naturalización

Artículo 32. Los extranjeros y las personas morales extranjeras están obligados a pagar las contribuciones ordinarias o extraordinarias y a satisfacer cualquiera otra prestación pecuniaria, siempre que sean ordenadas por las autoridades y alcancen a la generalidad de la población donde residen. También están obligados a obedecer y respetar las instituciones, leyes y autoridades del país, sujetándose a los fallos y sentencias de los tribunales, sin poder intentar otros recursos que los que las leyes conceden a

los mexicanos. Solo pueden apelar a la vía diplomática en los casos de denegación de justicia o retardo voluntario y notoriamente malicioso en su administración.

Artículo 33. Los extranjeros y las personas morales extranjeras, así como las sociedades mexicanas que tengan o puedan tener socios extranjeros, no pueden obtener concesiones ni celebrar contratos con los ayuntamientos, gobiernos locales, ni autoridades federales sin previo permiso de la Secretaría de Relaciones, el cual podrá concederse siempre que los interesados convengan ante la propia Secretaría en considerarse como mexicanos respecto de dichos contratos, y en no invocar, por cuanto a ellos se refiere, la protección de sus gobiernos, bajo la pena que en cada caso establecerá la Secretaría de Relaciones.

Artículo 34. Las personas morales extranjeras no pueden adquirir el dominio de las tierras,

aguas y sus accesiones, sin tener concesiones para explotación de minas, aguas o combustibles minerales en la República Mexicana, salvo en los casos en que expresamente lo determinen las leyes.

4) Ley Federal del Turismo

Capítulo I

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 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 y de los reglamentos que de ella emanen.

Capítulo 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 de acciones y programas a su cargo y de

las entidades paraestatales de la administración 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 federales 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 2 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.

Capítulo 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 la presidirá y por los Subsecretarios que designen los titulares de las Secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Marina, Hacienda y Crédito Público, Comercio y Fomento Industrial, Comunicaciones y Transportes, Desarrollo Urbano y Ecología, Educación Pública, Salubridad y Asistencia, Trabajo y Previsión Social, Reforma 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.

Capítulo 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 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 obtenga por cualquier otro concepto.

5) Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas

El Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas, contenido en la Ley Federal del Turismo, tiene por objeto regular el registro de los operadores de marinas turísticas, y la operación y promoción de éstas como servicios turísticos en los términos de la ley de la

materia.

6) Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Título Segundo, Capítulo II

Artículo 42. A 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 Desarrollo Urbano y Ecología la declaratoria respectiva.
- 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.

IX. Emitir opinión ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en aquellos casos en que la inversión extranjera concorra en proyecto de desarrollo turístico o en el establecimiento de servicios turísticos.

XIII. Formular y difundir la información oficial en materia de turismo; coordinar la publicidad que en esta materia efectúen las Entidades del Gobierno Federal, las autoridades estatales y municipales y promover la que efectúan los sectores social y privado.

XIX. Proyectar, promover y apoyar el desarrollo de la infraestructura turística y estimular la participación de los sectores social y privado.

7) Reglamento de Inversiones Extranjeras

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

El Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera fue expedido considerando, entre otras cosas:

- Que para reiniciar el proceso de crecimiento en forma estable y sostenida, debe propiciarse la inversión productiva que conlleve a la generación de más y mejores empleos;
- Que los flujos de inversión extranjera, sumados al capital nacional, asegurarán la expansión de nuestra capacidad exportadora al abrir los mercados del exterior para los productos mexicanos;
- Que es conveniente propiciar aquella inversión extranjera directa que evite incrementar el nivel de endeudamiento externo de México y que contribuya de manera positiva al balance con el exterior;

- Que el presente Reglamento constituye un instrumento jurídico que coadyuva a actualizar la rectoría del Estado sobre los procesos económicos en el país, al desarrollar una regulación eficiente, moderna y adecuada sobre la inversión extranjera y al establecer las bases para promover la inversión privada en general.

Título séptimo.

De la promoción de la inversión.

Artículo 39. La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras podrá expedir reglas, mediante Resoluciones Generales, que establezcan instrumentos o mecanismos especiales para el financiamiento de nuevas inversiones que estén asociados a la adquisición por inversionistas mexicanos o extranjeros de participaciones en el capital social de sociedades.

Artículo 40. La Secretaría de Comercio y elaborará un directorio nacional de inversionistas mexicanos interesados en realizar inversiones en asociación con otros inversionistas mexicanos o extranjeros.

Asimismo elaborará un catálogo de propuestas o proyectos de inversión extranjera a realizarse en el país, para identificar a inversionistas potenciales mexicanos o extranjeros que

tengan interés en participar en la realización de tales proyectos o en proveerles materia prima, partes, componentes o servicios.

Artículo 41. Se crea el Comité para la Promoción de la Inversión en México como un Organó consultivo de la Secretaría y de concertación de acciones en materia de promoción de la inversión en el país con los sectores público, social y privado.

El Comité estará presidido por el titular de la Secretaría y lo integrarán representantes de las organizaciones relacionadas con esos fines, a los que el titular del Ejecutivo Federal invite al efecto.

G L O S A R I O

Actividad turística: son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son el objeto de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

Atractivo turístico: es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables.

Copra: es la médula del coco.

Demanda turística: es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca, por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual.

Divisa: es dinero en moneda extranjera.

Dragar: limpieza de fango y arena que se hace a los puertos de mar, ríos, etc., con una máquina llamada draga.

Escollera: dique de defensa que se forma en el mar contra el oleaje.

Eslora: es la longitud de un buque y se mide de proa a popa.

Farallón: roca alta que sobresale en el mar y algunas veces en tierra firme.

Fideicomiso: Donación testamentaria hecha a una persona encargada de restituirla a otra o ejecutar alguna voluntad del testador. Depósito de una cantidad en un banco para que éste la entregue posteriormente a una tercera persona o la invierta en un proyecto preciso.

Infraestructura turística: está constituida por los ser vicios urbanos y el sistema de vías de conexión, incluidas las terminales aéreas, marítimas y terrestres.

Migración: es la acción y efecto de pasar de una región a otra de un mismo Estado, o de un Estado a otro diferente.

Oferta turística: es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado.

Patrimonio turístico: es la disponibilidad mediata e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determi-

nado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turística a las que se puede agregar la infraestructura.

Planta turística: conforma la estructura de producción del sector que comprende los servicios turísticos y las instalaciones y equipos necesarios para producirlos (equipamiento turístico), más los recursos básicos que motivan aquella producción (atractivos turísticos). Además requiere, para poder operar, de una infraestructura ajena a él, consistente principalmente en los sistemas de transporte y comunicaciones.

Producto turístico: es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor llamado turista.

Servicio turístico: es el producto de la planta turística que en definitiva consume el turista,

pero como la planta está orientada a la facilitación de las actividades turísticas, el servicio turístico es un medio más un fin, lo cual debe tenerse en cuenta en el momento de programar inversiones.

Sitio turístico: es la denominación que se aplica al lugar preciso en el que se van a construir las instalaciones, equipos y obras generales necesarias para la explotación de un atractivo turístico.

Superestructura turística: es el conjunto de los organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística.

Turismo Social: El turismo social se define en un esquema de cooperación entre sindicatos y patrones. La vinculación entre el esparcimiento, la capacitación y la productividad del trabajador mediante un sistema de incentivos representa una alternativa viable para el incremento y consolidación del turismo social.

BIBLIOGRAFIA

1. DE LA TORRE, Francisco, Introducción al Estudio del Turismo, 1a. ed. México: Compañía Editorial Continental, 1989. 279 pp.
2. BOULLON, Roberto; Molina, Sergio y Rodríguez Woog, Manuel, Un nuevo tiempo libre, 1a. ed. México: Editorial Trillas, 1984.
3. CARDENAS Tabares, Fabio, Comercialización del Turismo, Determinación y análisis de mercados. 1a. reimpresión. México: Editorial Trillas, 1986. 150 pp.
4. HERNANDEZ Díaz, Edgar A., Proyectos Turísticos, formulación y evaluación. 2da. reimpresión. México: Editorial Trillas, Serie Turismo, 1988. 211 pp.
5. Ley Federal del Turismo. 3a. ed. México: Editorial Porrúa, 1989. 275 pp.
6. Antología de la Planeación en México. Primera parte. Planes y Programas. 1a. ed. México: Ed. Secretaría de Programación y Presupuesto, Palacio Nacional, 1985.
7. SALINAS de Gortari, Carlos. Primer Informe de Gobierno, 1989. México: Poder Ejecutivo Federal.
8. Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994. México: Poder Ejecutivo Federal.

9. REYES Romero, Eric. El Turismo en la crisis económica actual.
10. HERNANDEZ Díaz, Edgar. Biblioteca del Turismo. Planificación Turística: Un enfoque metodológico. 1a. reimp. México: Editorial Trillas, 1983. 58 pp.
11. NOVO Valencia, Gerardo. Diccionario General de Turismo. 4a. reimp. México: Editorial Diana, 1983. 150 pp.
12. FERNANDEZ Fuster, Luis. Enciclopedia del Turismo. Vol. 1, 4 y 5. 1a. reimp. México: Editorial Interamericana, 1985.
13. REYES Romero, Eric. El turismo en la crisis económica actual. 1983.