



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

FACULTAD DE DERECHO
SECRETARIA GENERAL DE
EXAMINOS PROFESIONALES

El Turismo como Medida de
Recuperación Económica en
México

T E S I S

Que para obtener el Título de:
LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

MARIA DEL PILAR MARTINEZ CORONA

FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D.F.

1989



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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

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

El presente trabajo: "El turismo como medida de recuperación económica en México", contempla la relevancia económica de dicha industria como generador de ingresos para el país.

El turismo es actualmente una de las industrias que tienen mayor importancia para México, si se saca provecho del desarrollo económico y cultural, promoviendo eficazmente su desarrollo, ya que para fortuna de los mexicanos, nuestro país cuenta con una extraordinaria riqueza patrimonial, cultural y natural. Por consiguiente hay que atraer gente extranjera al país y movilizar a los nacionales a que conozcan nuestra país

Considero que debe alentarse a todos los países para que destinen mayores recursos a su desarrollo y fundamentalmente a la concientización y capacitación de los prestadores de servicios turísticos.

En México, el valor del turismo trasciende a nivel nacional, ya que genera empleos y atrae inversiones, es una actividad de primera magnitud para la captación de divisas y puede constituirse en apoyo para el desarrollo económico y social del país.

Por lo anterior nació mi inquietud porque nuestra industria - TURISTICA alcance mejores metas en su desarrollo y fomento, al igual que ocurre en otros países.

EL TURISMO COMO MEDIDA DE RECUPERACION
ECONOMICA EN MEXICO

I N D I C E

Pag.

CAPITULO I.

ANTECEDENTES DEL TURISMO

1.1.	Orígenes y evolución del turismo	1
1.1.1.	Etimología	4
1.1.2.	Antecedentes históricos del turismo	4
a)	Antecedentes remotos	4
b)	En el siglo XVI	7
c)	En el siglo XIX	9
d)	El turismo moderno (A partir del siglo XX)	11
1.2.	Antecedentes del Turismo en México	
a)	Referencias correspondientes a la época Precolombina	16
b)	Referencias correspondientes a la época Colonial	19

c) Avances en las comunicaciones y en los Transportes.	20
I.3. Ambito de acción del Turismo	
1.3.1. Importancia del turismo desde el punto de vista económico.	22
1.3.2. Importancia del turismo desde el punto de vista sociológico	24
1.3.3. Importancia del turismo desde el punto de vista jurídico	26
a) Antecedentes jurídicos del -- turismo en México.	
1.4. Causas originarias del turismo	29
1.4.1. Raíces biológicas y Psicosociales del turismo.	30
1.4.2. Causas del turismo	32
1.4.3. Causas subjetivas o necesidades Turísticas.	32
1.4.4. Causas objetivas o bienes turísticos.	34

CAPITULO 2.

DEFINICION, CARACTERISTICAS Y CLASIFICACION DEL TURISMO

2.1. Concepto de turismo por diversos autores	37
2.2. Diversificación de conceptos.	37
2.2.2. Los fines económicos del turismo	40

2.3.	Clasificación del turismo	
2.3.1.	Por el número de personas	40
2.3.2.	Por su composición social	41
2.3.3.	Por su duración	42
a)	Turismo inferior a veinticuatro horas	42
b)	Turismo de fin de semana	43
c)	Turismo vacacional	43
d)	Turismo esporádico	44
2.3.4.	Por la nacionalidad	44
a)	Turismo nacional	44
b)	Turismo internacional	45
2.3.5.	Por el objeto de viaje	46
a)	Turismo vacacional o de tipo convencional	46
b)	Turismo especializado	46
c)	Turismo de afinidad o de interés común	46
2.3.6.	Por el modo de viajar	47
2.3.7.	Por su reflejo en la balanza de pagos	48
2.4.	Empresas básicas para la práctica del turismo	49
2.4.1.	Empresas Transportistas.	49
2.4.2.	Empresas de hospedaje y alimentación	53
2.5.	Campos turísticos.	57
2.6.	Empresas organizadoras y promotoras de viaje.	59

CAPITULO 3.

MARCO JURIDICO DEL TURISMO

3.1.	Bases Constitucionales del turismo	61
3.2.	Ley Orgánica de la Administración Pública Federal	63
3.3.	Ley Federal del Turismo	64
3.4.	Ley General de Población	67
3.5.	Otros ordenamientos relacionados con la actividad turística.	69
	3.5.1. Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo.	69
	3.5.2. Reglamento para restaurantes, cafeterías y similares.	70
	3.5.3. Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas.	71
	3.5.4. Reglamento de Agencias de Viajes.	72
	3.5.5. Reglamento de Arrendadoras de automóviles.	73
	3.5.6. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, Campamentos y Paradores de casas rodantes.	75
3.6.	Autoridades gubernamentales que intervienen en el fenómeno turístico.	76

CAPITULO 4.

EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO NACIONAL

4.1.	Importancia y efectos del turismo	78
4.2.	Problemas del turismo en México	80
4.2.1.	Promoción turísticas	80
4.2.2.	Fases de la Promoción	83
4.2.3.	Análisis de la situación actual del turismo en México.	84
a)	Promover el turismo	84
b)	Incremento del turismo Nacional e Interno.	85
c)	Disminución del turismo Nacional egresivo	85
d)	Promover la inversión	86
e)	Política eficaz de precios	87
f)	Vigilancia y protección turística	87
4.3.	Panorama Global	87
4.4.	Anotaciones finales	89
4.5.	Análisis de la actividad turística en los últimos años.	
	Evolución del turismo en 1983	90
	Evolución del turismo en 1984	92
	Evolución del turismo en 1985	92
	Evolución del turismo en 1986	93
	Evolución del turismo en 1987	95
	Evolución del turismo en 1988	96
	Evolución del turismo en 1989	97

CONCLUSIONES.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL TURISMO (Génesis y Desarrollo)

1.1.- Orígenes y evolución del turismo.

La afición del hombre por viajar, tiene antecedentes remotos, cuyo estudio nos permitirá comprender la importancia que tiene actualmente en la vida social, económica y cultural del país.

Consideramos importante hacer una somera referencia a los viajes, que, si bien es cierto, en la mayoría de los casos no fueron efectuados con motivos turísticos, sí guardan relación con el origen y el desarrollo de los desplazamientos de esta índole.

En épocas remotas piadosos peregrinos y romeros, impulsados por sentimientos religiosos, o bien viajeros atrevidos, por espíritu de aventura o curiosidad, o por otras razones, emprendían andanzas en las que con frecuencia debían desafiar los peligros y fatigas que iban aparejados. (1)

Existe también un caso singular digno de mencionarse, el cual se refiere: " A los viajes, que en el siglo VIII a.c. se acostumbraba en todo el mundo helénico, para participar o solo para presenciar las competencias deportivas, que tenían lugar cada cuatro años en Olimpia. Se llegaban inclusive a pactar treguas en las guerras, que frecuentemente sostenían entre sí las Ciudades-Estados, a fin de facilitar y garantizar, en algunos casos con salvoconducto, en el tránsito de concurrentes a los eventos olímpicos." (2).

También se menciona a Herodoto (484 - 425 a.c.) quien practicó viajes, entre otras razones, con el fin de cerciorarse más a fondo de costumbres, forma de vivir y organización política de otros pueblos.

(1) Oscar de la Torre Padilla, " El turismo, Fenómeno Social. " Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1984.

(2) Ibid. p. 12

Después del caos que siguió a la caída del Imperio Romano de Occidente, se tuvo conocimiento de que algunos viajeros, los mercaderes de la liga Hanseática (3), los Arabes y algunos -- otros, procedentes del orbe-románico, recorrían por tierra -- desde el Báltico en fin de intercambios comerciales.

Asimismo, algunos grupos de peregrinos Hindúes, Budistas, Cristianos y Musulmanes, viajaban con regularidad a lugares santos, los cuales legaron crónicas y narraciones que en su tiempo constituyeron una fuente de importantes informaciones, así como guías para emprender esos viajes.

Fue hasta el siglo XVII cuando empezó a incrementarse el número de personas que visitaban los centros culturales y las grandes poblaciones, notándose ya un movimiento migratorio entre los países de Europa, estos grupos llegaron a ser de tal consideración sobre todo en Francia, que el señor De Saint -- Morice, publicó en el año de 1672, la Guía Fiel de los Extranjeros en viajes por Francia. En ella daba detalles de los caminos y sitios de interés, así como información sobre las modalidades de la lengua y los dialectos. También describió los atractivos y sitios de interés y diversión de París y sus alrededores. A esos recorridos los designó con las expresiones de " Le grand y le petit tour." (4).

En el siglo XVIII ya se empleaba en Inglaterra la frase de -- origen Francés " Faire le grand tour." para referirse a aquellas personas que viajaban por diferentes países de Europa, -- con el fin de completar su educación escolar o por motivos de cultura. A éstas personas se les denominó Turistas, término que se utilizó después en Francia para designar a toda persona que viajaba por placer o curiosidad, o por motivos culturales.

En otros países, fue adoptado el término Turista, en el sentido de viaje hecho sin objeto lucrativo, y tan solo para distraerse, para descansar, o satisfacer una curiosidad.

(3) Ibid. p. 13

(4) Ibid. p. 14

En el siglo XIX, aparecía el ferrocarril y modificó de manera importante la situación del turismo, ya que como medio de transporte incrementó el número de viajeros.

A mediados de éste siglo, el inglés Thomas Cook, organizó el primer viaje colectivo, fue con motivo del Congreso Antialcohólico de Leicester, movilizándolo a 570 personas en viaje redondo en ferrocarril. Este acontecimiento marcó una época de transición bien definida, y que señaló el surgimiento de los viajes en grupos organizados, sin fines lucrativos.

A fines del siglo XIX, los viajes adquirieron mayor relevancia, ya que se realizaban primero en el ámbito de un país y luego fuera de él, siendo éste el antecedente de los que hoy se conoce como turismo nacional y turismo internacional.

En la segunda mitad del siglo XX, la expansión del turismo se hace posible gracias a los siguientes factores:

- a) El adelanto Industrial alcanzado por algunos países y el consiguiente incremento en los ingresos económicos de amplios sectores populares.
- b) La promulgación de leyes más equitativas, que contenían el derecho a los trabajadores a disfrutar vacaciones pagadas.
- c) El aumento en el índice del nivel educativo, que despertó el interés por conocer otros lugares y sus manifestaciones culturales.
- d) Los avances en la técnica aplicada a los transportes, que permitieron recorridos cómodos, a mayores distancias y en menor tiempo.
- e) Las facilidades de crédito, que permitieron a los individuos de los sectores sociales más extensos las posibilidades de viajar.

I.I.I.- ETIMOLOGIA.

Antes de iniciar el estudio del turismo, es necesario conocer su raíz etimológica. Encontramos que las raíces "tour y turn" proceden del Latín, ya sea del sustantivo tornus (torno) o del verbo tornaré (girar, en latín vulgar), cuya connotación resultaría sinónima de " viaje circular " (1)

Arthur Haulot (2) advierte que el vocablo "tour" tiene posiblemente un origen Hebreo, ya que la biblia menciona que Moisés envió a la tierra de Canná a un grupo de representantes, para visitarla y recabar la información necesaria respecto de las características generales del lugar. La palabra tur, que se usaba en el Hebreo moderno, fue utilizada antiguamente como sinónimo de viaje de vanguardia, reconocimiento o exploración.

Los ingleses llamaron a quien viaja por placer, "Tourist" y por ello se debe la propagación de dicho vocablo en todo el mundo. "Tourist" pasó en igual forma al francés, dando origen a " Touris y Touristique ", de Turista, en Español y en Italiano, se originaron igualmente " Turismo y Turístico ".

1.1.2.- ANTECEDENTES HISTORICOS DEL TURISMO

A) Antecedentes remotos.

Existen antecedentes de los viajes realizados por los griegos quienes concurrían a fiestas de carácter religioso, en las cuales se celebran simultáneamente competencias atléticas, -- tanto en Atenas como en Delfos, Corinto y Olimpia, pero de acuerdo a lo que en la actualidad se conoce como turismo, encontramos similitud en las actividades realizadas bajo la misma denominación hasta el Imperio Romano.

(1) Ibid. p. 13

(2) Ibid. p. 13

La historia cuenta que durante el apogeo del Imperio, en los meses de verano se producían considerables movimientos de personas que desde Roma se dirigían hacia el campo y hacia los sitios de veraneo situados a las orillas del mar.(3) Fernández Fuster, señala que las villas vacacionales situadas en Bahías, era un lugar considerado como verdadero antecesor de los centros vacacionales de playas actuales.

Los Romanos visitaban, templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Los relatos indican que al principio, en sus grandes viajes, la gran meta era Grecia, pero que posteriormente, con la adopción del cristianismo, numerosos grupos de peregrinos comenzaron a viajar a Tierra Santa. Ya en esta época, según los historiadores, se disponía de itinerarios y guías, en los cuales se especificaban las rutas, los nombres de los caminos, las distancias y los tiempos requeridos, para viajar entre los distintos puntos del Imperio.(4).

Los Romanos no llegaron a ésta actividad turística, sin embargo es el antecedente más remoto que hay en el turismo moderno. Sirviendo como base y posteriormente como pilar básico, la disponibilidad de un sistema de comunicaciones adecuado para la época, a través de las calzadas construidas por los Romanos; la paz y la prosperidad, los subsidios de cierto nivel.

A la caída del Imperio Romano, y la invasión de los bárbaros la mayoría de los pueblos decayeron, las grandes obras viales se fueron destruyendo y viajar era peligroso, ya que había pocos caminos transitables y los viajeros se encontraban en peligro de ser asaltados.(5).

Los viajes se vieron afectados hasta la Edad Media, donde la gente por razones de seguridad, comenzó a viajar en grupos, especialmente de peregrinos que recorrían grandes trayectos para visitar lugares como Canterbury, Santiago de Compostela y la Tierra Santa.

-
- (3) Ibid. 44
(4) Ibid. 44
(5) Ibid. 44

H. Robinson, (6). cita que en el siglo XIV, existía una guía - del viajero, la cual ofrecía a los peregrinos información detallada sobre los países y las regiones que cruzarían y el tipo de hospedaje que podrían encontrar por el camino.

Posteriormente, con las cruzadas tuvieron un nuevo ímpetu los viajes, que a su vez contribuyeron al comercio, como consecuencia del movimiento de soldados, peregrinos y mercaderes - que transitaban por Europa Medieval. El movimiento de viajeros comenzó a ser de tal magnitud, que en el año de 1282, los propietarios de las principales posadas de la ciudad de Florencia se reunieron para formar el primer gremio de posaderos con el propósito de transformar al hospedaje, que hasta esta época constituía una acción caritativa, en una acción de comercio.

Las posadas comenzaron a tener licencia de funcionamiento, -- les fue permitida la importación y reventa de vinos, y la explotación del negocio pasó a ser una facultad de la ciudad, - la cual en subasta pública, adjudicaba los permisos de operación a particulares por períodos de tres años. (7)

Con esto la actividad del hospedaje comenzó a dejar significativas ganancias, y el gremio se fortaleció de tal forma que - en 1290 ya había 86 posadas.

La competencia entre las ciudades por la atracción de los viajeros se intensificó y en ellas se organizaban eventos que -- atrajeran y festejaran a los mercaderes, con el fin de lograr su preferencia.

A final de la Edad Media, Venecia ya destacaba por su belleza natural, su riqueza y los atractivos que ofrecían a los viajeros. En el renacimiento se comenzaron a emprender viajes por razones distintas de las que motivaban a los mercaderes y peregrinos.

Hubo grandes expediciones marítimas realizadas a fines del siglo XV y principios del siglo XVI y fueron estas las que ampliaron el horizonte de la época, y las que despertaron la curiosidad por conocer otros pueblos y lugares, que fue lo que dió origen a una nueva era en la historia de los viajes.

(6) Ibid. p. 44

(7) Ibid. p. 45

b) En el siglo XVI.

Las bases del turismo moderno, se iniciaron en el período que comprende del siglo XVI al siglo XIX. Durante éste tiempo tuvo su origen el denominado Grand Tour, término del cual se derivó posteriormente el vocablo turismo, también se desarrollaron en ésta época los centros vacacionales.

En el siglo XVI, se comenzó a recomendar a los jóvenes de la nobleza y de la clase media inglesa, viajar al continente a fin de completar sus conocimientos y ganar, de este modo experiencia personal. En 1670 en la segunda mitad del siglo XVII se identificó ésta actividad como Grand Tour.(8).

En el siglo XVII, los médicos comenzaron a recomendar las propiedades curativas de los baños termales. En las termas se organizaban entretenimientos para los pacientes y, pronto aumentó el número de personas que viajaban con éste fin.

A mediados del siglo XVIII, se publicó una tesis sobre el uso de agua de mar y esto generalizó una nueva moda en los viajes. (9).

El lapso transcurrido entre la segunda mitad del siglo XVIII, y la primera mitad del siglo XIX, marcó otro de los momentos significativos en la evolución del turismo. La transformación económica y social ocurrida como consecuencia de la Revolución Industrial y el consiguiente surgimiento de una clase media grande y próspera, con nuevos gustos y necesidades, especialmente en lo que se refiere a vacaciones, aunado a las mejoras ocurridas en los transportes provocó el incremento de los viajes por placer.

Esto mismo provocó que los balnearios registraran mayor índice en el aumento de población. En Londres se empezaron a desarrollar hoteles, muelles y diversiones publicas, con objeto de atraer más visitantes y beneficiarse así con la nueva industria.

Suiza se transforma en el primer centro vacacional de Europa, en el cual a pesar de las incomodidades del viaje, las restricciones en las fronteras y las revisiones en las aduanas, eran visitados por Ingleses, Franceses, Alemanes e Italianos. 10.

(8) Ibid. p. 45

(9) Ibid. p. 45

(10) Ibid. p. 45

En Estados Unidos de Norteamérica, se fundó Atlantic City, - centro turístico situado en la Costa Atlántica, cercano a la ciudad de Nueva York, el fue desarrollado y planificado desde su inicio en 1824, como centro vacacional de playa y punto terminal de la Compañía Camden And Atlantic Railroad, por el ingeniero de la empresa. Richard B. Osborne. (11).

Atlantic City experimentó un rápido crecimiento y a mediados del siglo, en 1854, se incorporó a la administración estatal.

A mediados del siglo XIX, se establecieron las bases del turismo moderno, siendo evidentes ya en esta época los efectos del turismo en la economía.

Del siglo XVI a mediados del siglo XIX, se observan los factores básicos que propiciaron el desarrollo del turismo.

- a) adecuadas comunicaciones
- b) Paz y Prosperidad
- c) Disponibilidad de tiempo libre
- d) Avance Tecnológico.

El interés y la admiración por las bellezas naturales, también contribuyeron notablemente al desarrollo del turismo en la segunda mitad del siglo XIX.

c) En el siglo XIX.

Existen datos en la historia del Turismo, de que en el año de 1841, fue importante para el desarrollo del mismo, por un lado Thomas Cook y por otro Henry Wells, en Inglaterra y en Estados Unidos de Norteamérica respectivamente, comenzaron sus actividades:

Se reconoce a Thomas Cook, como un fundador de la empresa -- Thomas Cook and Sons como el primer agente de viajes profesional dedicado de tiempo completo al ejercicio de ésta actividad. En 1841 Cook, arrendó un tren, en el que trasportó a 570 personas, en un viaje de 22 millas. A partir de 1845, -- Thomas Cook se dedicó a organizador de excursiones, y dio relevancia al uso en las excursiones del itinerario y las guías de turismo, que llegan a ser de tal manera importantes, que -- pasan a formar parte del turismo moderno.

En 1856 organizó la primera excursión al continente; en 1866 la primera excursión a Estados Unidos de Norteamérica, en -- 1872 la primera vuelta al mundo con grupo de 9 personas y en 1878 llevó a 75,000 personas a visitar la exposición de París.

En 1867, Cook creó el cupón de hotel, que hoy se conoce como Voucher y en 1874 de lo que se llamó en aquel entonces la -- Circular Note, antecesora del actual Traveler's Check, puesto que dicho documento era aceptado en bancos, hoteles, restaurantes y casas comerciales en distintas partes del mundo. También es importante mencionar que el Money Order, creado -- por la American Express, tuvo su origen en 1822 y que fue -- adoptado por los Bancos Británicos y por las agencias de viajes, como reemplazo de la Circular Note. El Money Order se identificaba como Traveler's Check, denominación que tuvo su origen en la Banca Británica. El traveler's Check actual -- fue creado por la American Express en 1891. (12).

(12) Ibid. p. 52

La aportación más importante que hizo Cook al Turismo, fue el manejo de la excursión organizada, lo que hoy se conoce como paquete turístico.

Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del siglo XX, hasta el inicio de la primer Guerra Mundial (1914-1918) se observa un rápido crecimiento de la actividad turística no sólo en Inglaterra, sino también en el continente Europeo, - donde debe mencionarse como hecho relevante el auge experimentado por la Costa Azul, en la Riviera Francesa, lugar en que sitios como Niza, Mónaco y Cannes, se convirtieron en los -- principales focos de atracción del Mediterráneo y a los que además de los Franceses, durante el invierno concurrían familias de las sociedades Inglesas y Rusas a disfrutar de su - clima. (13).

En gran medida, éste auge se vio favorecido por el traslado - de los Casinos a la Costa Azul, luego de que a fines de 1872, el juego de azar quedó definitivamente prohibido en los centros de aguas termales alemanes situados en la región de ---- Rhin, pero fueron en realidad los avances ocurridos en materia de transportes, así como en lo que se refiere a la pre-- sentación de servicios, los que facilitaron la evolución de la actividad turística durante todo este período, tanto en Europa como en los Estados Unidos de Norteamérica. (4).

Se crea el Motimer Pullman, el coche salón que también reportó grandes beneficios al desarrollo del turismo.

En este período también se desarrollaron las comunicaciones - marítimas, lo cual contribuyó a incrementar aún mas la actividad turística. En 1867, se realizó el primer crucero oceánico concebido especialmente para turistas, el cual fue descrito por Mark Twain en su obra The Innocent Abroad; (15) y en - 1869, se abrió el canal de Suez, con lo cual el tráfico marítimo recibió un gran impulso.

(13) Ibid. p. 52

(14) Ibid. p. 53

(15) Ibid. p. 54

d) El Turismo Moderno (A partir del siglo XX)

En los inicios del siglo XX (1900-1905), comenzó el desarrollo de Pocitos, en Uruguay; Entre 1910 y 1912, se desarrolló a iniciativa de Francisco Piria, en una playa cercana a la ciudad de Montevideo, el balneario de Piriápolis, que al igual que Atlantic City, fueron planificados y desarrollados desde su inicio para fines vacacionales, por lo que constituyó el primer desarrollo turístico que se creó en Iberoamérica con este propósito.

En esta época el turismo de Estados Unidos de Norteamérica y el de los países del Sur del continente, fundamentalmente Argentina, Chile y Uruguay, tienen un grado de desarrollo importante.

En el tiempo transcurrido entre el final de la Primera Guerra Mundial y el inicio de la segunda, entre 1918, se verificó un nuevo progreso en la evolución del turismo. Se generalizó el transporte automotor. Los vehículos sobrantes de la guerra se fueron adaptando para el transporte de pasajeros y entre 1919 y 1920, los Ingleses organizaron excursiones, en autobús a los campos de batalla de Francia y Flandes, extendieron gradualmente su radio de acción a la Costa Azul, España y posteriormente a toda Europa. En 1924, las excursiones en autobús a Leningrado y Moscú.

Se estima que en 1939, sólo en Inglaterra fueron transportados en autobús unos 37 millones de pasajeros, entre aquellos que hicieron uso de los servicios regulares y de excursión.

En 1924, se creó la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística, que fuera antecesora del UIOOT, y a cuyo primer congreso celebrado en la ciudad de la Haya en 1925, concurrieron 14 delegados de las organizaciones oficiales de turismo de los distintos Estados Europeos.

Ya en esta época algunas Naciones captaban ingresos por concepto de turismo, superiores al valor de sus exportaciones, y su importancia económica en este período pasó a tener amplio reconocimiento no solo en los países Europeos, sino también en Estados Unidos de Norteamérica.

El turismo adquirió un gran desarrollo en 1929, Austria registró 1'950,000 Visitantes, Inglaterra 331,000; Italia 1'250,000; Suiza 1'500,000; Canadá 9'705,484.

El turismo adquirió cada vez mas importancia en la economía - de un País, se denominó como una " exportación al interior " ya que se consideró como una exportación en la balanza comercial, no obstante que es un valor que no sale del país.

El Departamento de Comercio de Estados Unidos de Norteamérica publicó bajo el título de Promotion Travel By Foreign, un libro destinado a justificar ciertos gastos de nacionales para los cuales el turismo se había convertido en una importante - fuente de ingresos, lo que demuestra la importancia del turismo en la economía.

La paz que sobrevino después de la guerra, influyó para el desarrollo, así como el aumento del nivel de vida de la clase - media y trabajadora, la generalización de las vacaciones pagadas y la devaluación sufrida por las monedas de algunos Países Europeos, entre ellos Alemania e Italia, estimularon aún más los viajes vacacionales.

Surge en este periodo un hecho de suma importancia, que es el surgimiento de la aviación civil, la cual en sus inicios tuvo que ser subsidiada por la mayoría de los países, y llegó a -- ser tan extensa la red de transporte Aéreo que en 1939, ya se contaba con vuelos regulares en servicios trasatlántico entre Inglaterra y Estados Unidos de Norteamérica, los cuales fueron inaugurados por las empresas Imperial Airway y la Pan --- American Airway. (16)

(16) Enciclopedia Universal Ilustrada, Europeo Americana,
Ed. Espasa Calpe, S.A. Madrid Barcelona, 1930.p.T11

En 1922, se creó en América Latina, la Sociedad Brasileira de Turismo, la cual adoptó posteriormente, el nombre de Touring Club de Brasil.

Poco después se desarrolló el turismo de aguas termales en el Estado de San Pablo y, casi simultáneamente, se desarrolló el turismo en el Estado de Río Grande Do Sur, fronterizo con Uruguay, Datan de esta época una serie de centros turísticos localizados en otros puntos del continente, entre los que por su importancia a nivel internacional merecen ser destacados: Punta del Este, en Uruguay, cuyo proceso de desarrollo se produce a lo largo de los veinte y Acapulco, en México, a partir de la década de los treinta.

Acapulco, fundado por Fernando de Santa Ana, en 1550, se proclamó como ciudad por el entonces Rey de España, el 10. de -- Noviembre de 1799, y hasta el año de 1933, se comenzó a desarrollar turísticamente. Después de que el puerto se dotó de agua potable y de que se terminó la carretera que une a la -- Ciudad de México con Acapulco.

Acapulco junto a Punta del Este, reciben un impulso que los -- proyectó internacionalmente, a mediados de la década de los -- cuarenta. Punta del Este en 1945, por Mauricio Litman, y Acapulco en 1946 durante la presidencia del Lic. Miguel Alemán -- Valdés.

Como se ha podido apreciar, antes de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), el turismo era una actividad ampliamente desarrollada, no sólo en Europa, sino también en el propio -- continente Americano, donde se contaba con centros turísticos que mostraban para su época, un importante grado de desarrollo. Sin embargo hasta después de la Segunda Guerra Mundial -- es cuando el turismo se transformó en un fenómeno masivo, que comenzó a causar interés en la mayoría de los países en el -- mundo.

Tras la guerra hubo nuevas ideas, una economía más elástica, los niveles de vida se mejoraron, los aviones tuvieron un proceso técnico considerable, los aeropuertos mejoraron su equipamiento y disposición, el derecho aéreo se hace más flexible mediante una serie de conferencias internacionales, se presento más viva la necesidad de ocupar el tiempo libre, y todo esto repercutió en el auge del turismo. (17)

(17) Teoría General del Turismo. Mario Rodríguez López, Scott, Foresman and Company 1900. E. Lake Ave. Glenview. IL 60025, USA.

Estos aspectos: la paz, el tiempo libre y el desarrollo tecnológico (especialmente en el transporte y la comercialización) hicieron que el turismo se convirtiera en uno de los fenómenos sociales más importantes de las últimas décadas. A partir de 1950, su evolución comenzó a generar altos índices de crecimiento, de tal forma que al término de la década de los setenta los ingresos totales generados por la actividad turística en todo el mundo se situaban en un 5.5% del valor total de las exportaciones mundiales. (18).

Muchos otros Países Europeos, entre ellos Francia y Yugoslavia y algunos del norte de África, como Marruecos y Túnez también tuvieron un importante desarrollo turístico. Se dice que el más importante desarrollo turístico en este período fue el de Languedoc-Roussillon en el mediterráneo --- Francés, cercano a la frontera con España.

En Iberoamérica, el hecho más relevante después de finalizada la Segunda Guerra Mundial, fue el desarrollo turístico en Cuba, en la región del Caribe. País que de 31,605 turistas que recibió en el año de 1945, pasó a recibir al año siguiente, la cantidad de 114,885 turistas. A partir de entonces el turismo en la Isla, comenzó a experimentar altos índices de crecimiento, recibiendo 272,000 turistas, en el año de 1957. En este período se destacaron como principales centros receptores, las ciudades de la Habana y Varadero, las cuales a mediados de los cincuenta tenían alrededor de 2,300 habitaciones.

(18) Teoría y Técnica del turismo, Fernández Fuster, Luis. Ed. Nacional Madrid, 1971. p. 215.

En los países de Argentina, con sus centros turísticos Villa Gesel y Pinamar; en Brasil con los centros turísticos Torres Tramandai y Guarujá, dan un gran impulso a la industria turística.

En Colombia el turismo impulsó el desarrollo de las ciudades de Santa Martha y Cartagena, desarrollándose las Islas de San Andrés y Providencia, en el Caribe, a mediados de los cincuenta; en Chile, se produjo el despegue definitivo de Viña del Mar, luego del gran impulso que le imprimiera en los treinta el entonces presidente Ibáñez de Salinas y en Uruguay se desarrollaron Atlántida y la Paloma.

El turismo continuó su avance a nivel mundial, al inicio de los ochenta la Organización Mundial del Turismo estimó que el total de llegadas del turismo Internacional, en todo el mundo era de 280 millones y el total de ingresos por este concepto (excluidos los ingresos obtenidos por el transporte turístico internacional) en una cifra cercana a los 92 millones de dólares (de Estados Unidos de Norteamérica). (19)

En el caso específico de América Latina, se estimó que, para 1980 el total de desplazamientos con fines turísticos llegó a 175 millones, de los cuales el 70% correspondió a las llegadas del turismo nacional. Y según las mismas estimaciones, las llegadas del turismo internacional al continente ascendieron a los 52.5 millones y el ingreso total por el mismo concepto, a los 18,500 millones de dólares (de Estados Unidos de Norteamérica). (20)

(19) Miguel Angel Acerenza, ob.cit. pag. 66

(20) Ibid. pag.66

1.2. Antecedentes del turismo en México.

a) Referencias correspondientes a la época Precolombina.

Antes de iniciar el estudio del presente inciso, consideramos importante mencionar las riquezas con que cuenta México, para explotar la actividad turística.

Nuestro país cuenta con una gran variedad de climas, tiene de siertos, selvas exuberantes, montañas nevadas, regiones tropicales, kilómetros de playas agradables, paisajes y demás atractivos turísticos, flora y fauna variadas, lo que hace posible que haya existido y exista el fenómeno turístico.

México, junto con Brasil y Perú, es uno de los países con mayor atractivo turístico en América Latina, motivo por el cual ha sido necesario, que exista una política turística diversificada, la cual contenga varios aspectos. Descentralización de polos turísticos, captación de divisas, creación de empleos directos e indirectos, fomento a artesanos y artistas nacionales. (1).

Hecho el comentario anterior, a continuación mencionamos los antecedentes del turismo en México.

Al parecer en estricto sentido no puede hablarse de turismo o algo semejantes con anterioridad a la conquista, en cambio existen abundantes testimonios de que existieron actividades parecidas a lo que hoy se conoce como turismo, como son ciertas instalaciones, una infraestructura, actitudes, comportamientos y condiciones semejantes a las que hoy en día se conocen como actividades turísticas, por lo que se consideran estos los antecedentes directos de esta actividad.

Un ejemplo es la fundación de Tenochtitlan, que entraña en sí misma el final del viaje de un pueblo. Huitzilopochtli, el colibrí Zurdo, numen tutelar de los aztecas, ordenó al gran sacerdote de la tribu que se pusiesen en movimiento. Partieron de un lugar mítico con otros compañeros tribales y fueron los últimos en llegar al valle de México; después de establecerse en el cerro de Chapultepec, fundaron Tenochtitlan en el corazón de una laguna; era el año de 1325, había terminado la peregrinación y con ello los peligros del camino., (2). configurándose así el primer asentamiento propiamente dicho.

Igual que muchos de los turistas de nuestros días, los viajeros que no obstante perseguían objetivos de comercio, comunicación mensajería o políticos, no podían sustraerse de los atractivos turísticos.

" El comercio de Tenochtitlan con ciudades muy lejanas, la mayoría denominada por el arte de la guerra, hizo indispensable durante el gobierno de Tizoc (1481-1486) establecer un sistema de mensajes con jóvenes corredores especialmente entrenados, que formaban parte de la organización militar del señorío. Bajo el reinado de Moctezuma Xocoyotzin, los comerciantes y viajeros mexicas, llegaron hasta las tierras de Yucatán y Guatemala; a los litorales del Golfo y del Pacífico, a Michhuacán y la Huasteca. 3.

El mundo Náhuatl conoció tres tipos de viajantes de los " Pochtecas", los "Paynani" y los "tamenes". Los pochtecas o mercaderes; salían de Tlatelolco a los confines del Imperio apoyados en una vara que era sosten, símbolo de insignia con atributos religiosos y caminaban llevando su mercancía al lomo de los tamenes o cargadores, además de sus actividades meramente comerciales, servían como avanzada en las exploraciones a manera de espías, viajaban siempre en grupos pequeños y bien organizados, los Paynani o correos, eran mensajeros que se desplazaban con diferentes insignias según noticias o negocios de que eran portadores.

En relevos de casi diez kilómetros marcados por torrecillas - de piedra o postas, transitaban los caminos prehispánicos comunicando verbalmente mensajes o códigos pictográficos. Así fue posible consumir hazañas como la de llevar pescado fresco a Moctezuma, recorriendo distancias de 200 a 300 kilómetros diarios entre el altiplano y el golfo.4

Dioses tales como: Yacatecutli y Tlatlahuugui Tezcatlipoca, - eran conocidos como protectores de peregrinos y viajeros en - el mundo Nahuatl y entre los Mayas Ek Chuan, el Dios de gran nariz que tenía como símbolo el cacao, común de las transacciones comerciales.

Todos estos Dioses eran identificados por los tributes de comerciantes y viajeros: " el mecapan, el bastón lanza y el calabazo con tabaco" de hojas como alas era muy importante porque ayudaba a los caminantes a reducir el cansancio y a mantenerse despiertos. (5).

Fray Bernardino de Sahagún recogió en los Huehutlatolio " pláticas de los ancianos", los consejos que éstos daban a un joven viajero que estaba a punto de emprender su caminata: "..... ya que de viaje para lejanas tierras y dejáis vuestro pueblo y vuestros parientes y amigos... habréis de ir por largos caminos, por cuevas y valles y despoblados, es menester que os esforcéis y tengáis ánimo para sufrir los trabajos que os están aparejados, que son hambre, sed cansancio y falta de mantenimiento; habéis de comer el pan duro y los tamales mohosos y habréis de beber agua turbia y de mal sabor habréis de llegar a ríos crecidos, que van impetuosos, con avenidas y -- que hacen ruido y que no se puede vadear.... probecito mancebo andaréis lleno de polvo, fatigos ha el mecapan, iréis limpiando el sudor de la cara con las manos " (6).

Es un antecedente válido y significativo, estas notas de Sahagún, ya que en una población de solamente 10'000,000 habitantes y la posibilidad de cada uno de ellos de relacionarse, de vivir directamente con sus dirigentes, con sus creencias, en contacto con la naturaleza, era un ambiente propicio para el turismo.

-
- (1) Jorge Witker V., Derecho Economía, Colección Textos Jurídicos Universitario, México 1985.
 - (2) Los aztecas según sus tradiciones partieron de Aztlán -- (lugar de garzas) en el año 13 caña: 1168 de nuestra era; región situada al sur del Edo. de Guanajuato.
 - (3) S.C.T.-S.O.P. " México a través de los informes presidenciales." 1976. México 500 p.
 - (5) Mac Donald, Eugenio, "Evolución de la Hotelería Mexicana de 1519 a nuestros días" I.MIT. México, 1964 p.8.
 - (6) México a través de Informes presidenciales op. cit.p. XIII.

En México Precortesiano no existió lo que hoy se conoce como hotel, aunque los viajeros ya iban de un lugar a otro para ejercer sus actividades. Sin embargo la falta de caminos trajo como consecuencia la falta de viajes entre la población casi exclusivamente a viajes con fines comerciales.

En el Popol Voh- la biblia mesoamericana- se les deseaba a -- los caminantes " ...Caminos Hermosos "; los Scabeooh o caminos blancos de los mayas, atravesaban las planicies calcáreas del Mayab y llegaban por las junglas Chiapanecas hasta Honduras (la antigua Hibueras); estas arterias además de rutas comerciales tenían importancia ceremonial, pues tenían a los viajeros que los recorrían bajo la protección de sus dioses -- como el Narigudo Ek Chiah.

Los Scabeooh estaban contruidos sobre el nivel del suelo, la anchura era variable y tenían una base de piedra caliza, en la que colocaban piedras de grande y mediano tamaño; después se recubrían de arena y se remojaban formando una superficie dura y lisa, verdadero pavimento "macadam" precursor de la -- cinta asfáltica." (7).

b) Referencias correspondientes a la época colonial.

La conquista y colonización de México trae como consecuencia que viajeros nacionales y extranjeros vengan a explorar nuestro país con el afán de satisfacer anhelos de conocimientos en relación a su geografía, lo original y típico de su sociedad hábitos y costumbres criollas, en resumen todas las características que hacían entonces tan singular y atractivas esta región del mundo.

Un ejemplo típico de estos hechos, era Zurutuza, un hombre emprendedor de negocios que por el despliegue de sus actividades aparece en la historia del turismo mexicano como el más importante empresario de viajes de esos tiempos.

(7) Ibid. p. XVI

c) Avances en las comunicaciones y en los transportes.

Con la conquista de México, nos incorporamos a la civilización hasta entonces europea, y surge así la necesidad de -- construir caminos que puedan transitar los carruajes y las -- bestias de carga y tiro.

La idea de abrir caminos en la Nueva España, nació al mismo -- tiempo que la conquista, según afirmación del Ing. José R. Benítez, en su obra Historia de la Nueva España.

Eran conocidas entre los turistas las obras de Lucas de Palacio, en las que narraba que " En los primeros tiempos de la -- colonia el transporte de mercaderías entre la capital y el -- puerto de Veracruz, se hacían a lomo de mula y en pesadas carreteras tiradas por bueyes que atravesaban planicies y montañas en las que se abrieron caminos a fuerza de tesón, en un -- terreno áspero y casi inaccesible, el gran esfuerzo de los -- conquistadores y de los primeros inmigrantes, arrieros y carreteros españoles, como cuenta el historiador Arroniz, y así se logró señalar el camino de Veracruz a Aculcingo, después de -- grandes y costosas pruebas, pues sin más que el buen sentido práctico de los primeros que se ocuparon en el transporte de -- mercancías, pudo crearse a través de las empinadas montañas.

Terminada la conquista y establecido el régimen Virreinal se crearon los ayuntamientos (1521-1579) a cuyo cargo y promoción estuvieron los caminos que se extendieron a lo largo y -- ancho del territorio de la Nueva España.

En el siglo XIX se ampliaron y abrieron nuevas rutas, principalmente por razones llamadas longitudinales, que eran de muy difícil conservación.

(8) Ibid. p. XXI

Desde México hasta Sta. Fé, podían circular carruajes. Desde la mesa central se viajaba en coches de cuatro ruedas en todas direcciones, desde la capital hasta Guanajuato, Durango, Chihuahua, Valladolid, Guadalajara y Perote; de esta clase eran los viajes de México a Veracruz y Acapulco, de Zacatecas al Nuevo Santander, de Guadalajara a San Blas, de Veracruz al puerto de Colima y de Durango a Mazatlán pasando por la cordillera occidental de la Sierra Madre.

La lucha armada de la Guerra de Independencia agravó la situación de los ya deteriorados caminos reales. Fernández de Lizardi nos proporciona la imagen de las comunicaciones camineras hacia o sobre la América Septentrional.

"Se ha estimado que a fines del período colonial, formaban el sistema caminero del país 55 rutas de carretera y 105 de herradura. Su longitud era de 27 mil 325 kilómetros correspondientes a los caminos que solo permitían el paso de bestias y peatones, y 7 mil 605 kilómetros de los que admitían el paso de bestias y peatones, y 7 mil 605 kilómetros de los que admitían el tránsito rodado." (9).

Los transportes:

Como se mencionó en el inciso anterior, durante la época colonial los caminos estuvieron en mal estado y por lo mismo la evolución de los transportes destinados a circular en ellos fue muy lenta.

Una imagen representativa de los transportes de esa época y de las vivencias que se registraban a su alrededor, se narra de la siguiente manera:

"En el viaje que de Veracruz hizo a México al Virrey Diego López Pacheco, Marqués de Vilena, hubo de alterar la cabalgata con el transporte en carroza, lo que pudo hacer hasta perote, por fragosidad del camino." (10).

Desde 1805, corrían entre México y Puebla coches llamados diligencias, en vez de los antiguos de dos ruedas, que destruían los caminos, disponiendo el Virrey que se establecieran casas de diligencias, a las que también le llamaron la Corrida o Posada de Diligencia o Casa de Postas. Las diligencias hacían el servicio rápido entre México y Veracruz vía Jalapa.

Por los años cincuenta aun había diligencias y fueron desapareciendo a medida que se construían ferrocarriles.

1.3.- Ambito de acción del turismo.

1.3.1.- Importancia del turismo desde el punto de vista económico.

La importancia del turismo es tal desde el punto de vista económico, que en la actualidad se presenta como un instrumento eficaz del desarrollo socioeconómico y cultural de México.

El turismo, desde una perspectiva económica se integra con todas las prestaciones que implica el satisfacer las necesidades que conlleva todo desplazamiento temporal de personas por consiguiente es necesario que el turismo se desarrolle a través de procesos que, deben enmarcarse en cuadros que afectan directamente a diferentes sectores productivos de la población.

El turismo como desplazamiento humano genera gastos capaces de ser captados como ingresos, los cuales son susceptibles de administrarse y explotarse racionalmente. Se origina además un mercado turístico que habrá de regirse por las leyes de oferta y demanda, en relación directa con los recursos y servicios turísticos, y las corrientes de turistas. Su característica es que la producción es intangible o inmateral, se refiere a servicios, por ejemplo, el alojamiento, la transportación, etc.

Existe una variada gama de actividades que están relacionadas a las básicamente turísticas, las cuales comprenden bienes y servicios que adquieren los turistas extranjeros y el turista nacional, y que proviene de diversas ramas de la producción. Muchos de esos bienes y servicios son de consumo directo por parte del turista. Otros, se destinan a distintas formas de demanda final o usos intermedios.

El turismo forma parte de la economía nacional, y de una manera importante contribuye a la captación de divisas para el país, es un sector económico no considerado como rama de la producción y es importante considerarlo como el conjunto de actividades industriales y comerciales de bienes y servicios para satisfacer la demanda derivada del desplazamiento turístico, siendo también importante mencionar que, no solo el turista tiene acceso al disfrute de esos bienes y servicios, sino también los miembros de la comunidad donde se establezcan las empresas turísticas.

La industria turística está conformada por tres ramas de actividad:

- a) Empresas de hospedaje con servicios de alimentación.
- b) Agencias de viajes y guías de turistas
- c) Empresas transportistas.

Siendo el complemento de estas actividades los servicios específicos de recreación, esparcimiento, comercio especializado (artesanías y productos típicos), servicios bancarios, financieros y seguros para el turista. Analizando dichas actividades en el capítulo 2, última parte.

La finalidad de esta industria turística es la explotación y aprovechamiento económico, en beneficio de comerciantes y del Estado. Dicha explotación produce beneficios a nivel de la economía en su conjunto y de la economía privada. El país se ve económicamente favorecido, en razón directa del turismo, por el ingreso de divisas, el desarrollo regional y la creación de fuentes de trabajo. También las empresas privadas se benefician en el ámbito de su propia relación empresarial o intersectorial, misma que se traduce en beneficios para el país.

Los desplazamientos turísticos traen consigo la demanda directa de una variedad de servicios que a su vez, originan necesidades adicionales y accesorias de otros sectores de producción, mismos que los abastecen a través de inversiones, productos y servicios.

El gasto directo del turista beneficia, en primera instancia, a las empresas de hospedaje y alimentación, a los establecimientos que venden mercancías diversas, como por ejemplo los productos artesanales, bebidas y artículos típicos propios del lugar receptor; también favorece a los sectores dedicados a ofrecer diversión y espectáculos; y a la transportación local.

La inversión pública se orienta fundamentalmente a generar la infraestructura necesaria, al desarrollo del fenómeno turístico y la inversión privada se preocupa por una mejor implementación de los servicios turísticos.

Así la industria turística impulsa notablemente el desarrollo regional del país, en particular aquellas regiones que no poseen otra posibilidad de expansión económica, como por ejemplo Cancún.

Dentro de este mismo marco la industria turística propicia la generación de empleos por variados conceptos:

- Construcción de infraestructuras (carreteras, aeropuertos vías férreas, puertos marítimo, etc.)
- Prestación de servicios turísticos: Hoteles, restaurantes agencias de viajes, guías de turistas, comercios especializados y transportación turística.
- Actividades agropecuarias e industria proveedoras de la actividad turística: mueblera, aparatos eléctricos, línea blanca, loza cristalería, cubiertería, etc.

Son cuantiosos los beneficios económicos que originan la exportación del turismo, por lo que se refiere a la aportación de ingresos nuevos no generados en el proceso económico interno, dichos ingresos " divisas extranjeras ", constituyen una fuente de financiamiento para la adquisición de bienes y servicios extranjeros, necesarios para el crecimiento económico de toda nación. 1

(1) Rodríguez López, Mario, " Teoría General del Turismo ", - 1982 Scott, Foresman and Company.

I.3.1.- Importancia del turismo desde el punto de vista sociológico.

Partiendo de la base que el turismo es un fenómeno eminentemente social, por generarse de desplazamientos humanos, ha tenido desde sus inicios una estrecha interdependencia contra otros fenómenos sociales y ha estado íntimamente ligado al progreso de algunos países, resultando imposible analizar al turismo desde un punto de vista estático o permanente.

El turismo está íntimamente ligado a las formas y a los valores existenciales, a las concepciones políticas, a las situaciones económicas, a los conflictos sociales, en definitiva a las ideas que los hombres tienen de sí mismo y a los problemas de todo orden que tiene el hombre.

En la base de los trabajos de la escuela sociológica del turismo, se sitúan hechos y actividades que venían desplegando se poco a poco en el tiempo, en el espacio. Desde hace más de diez años funciona en Europa un Comité de Turismo Social. Las estadísticas y los informes elaborados por este comité -- son de enorme interés general, expresan la rápida y creciente incorporación de las masas al disfrute y al uso de los bienes turísticos.

Menciona Manuel Ortuño (1), que Francia es sin duda el país donde se ha llevado a cabo el análisis sociológico más completo del tema, y menciona que para Dumazedier, director de un Centro de Estudios Sociológicos especializado, la definición funcional más completa es ésta: "Conjunto de ocupaciones a las que pueda entregarse al individuo gustosamente, para descansar, para divertirse, para ampliar su información, su educación o su participación social, voluntariamente y al margen de las obligaciones profesionales, familiares y sociales.

Hordin (2), dice a su vez: "En una sociedad muy racionalizada, es el tiempo de que se dispone como se quiere, legítima, legal y libremente, una vez que se ha llevado a cabo con entera satisfacción, las tareas profesionales y sociales a las que cada cual está obligado".

Como se puede observar de la definición de Manuel Ortuño y -- Hordin se desprende la voluntariedad del individuo por realizar una actividad distinta a todas las obligaciones en el -- tiempo libre. Pienso que es el ejercicio de una libertad que tenemos los individuos para la satisfacción de una necesidad social. Y como afirma acertadamente Manuel Ortuño el individuo puede ocupar su tiempo libre en entregarse gustosamente -- al descanso, a la diversión, al margen de las obligaciones.

(1) Manuel Ortuño Martínez.- Introducción al Estudio del Turismo, Colección Textos Universitarios, Joaquín porrúa, S.A. de C.V.

(2) Ibid. o. 25

1.3.3.- Importancia del turismo desde el punto de vista jurídico.

Es muy importante la relación que existe entre Turismo y Legislación turística, ya que el desarrollo de dicha actividad debe regirse de acuerdo a las normas jurídicas de cada país, así como el sistema normativo del país receptor y emisor de turismo, debe adecuarse para reglamentar debidamente el desplazamiento temporal.

El derecho actual tiene que estar acorde a situaciones y relaciones que surgen debido al turismo, garantizado la seguridad en los turistas, debe ser flexible para favorecer el desarrollo del mismo.

El derecho también reglamenta los contratos de transportación nacionales e internacionales, el contrato de hospedaje, etc.

La legislación nacional regula y reglamenta los desplazamientos temporales de personas dentro de la denominación de movimiento migratorio, entendiéndose como tal: " El tránsito Internacional de personas que salen y entran a un país, así como el tránsito local fronterizo o el de extranjeros de una a otra población de la República " De la anterior definición se desprende la idea de que todo desplazamiento humano de extranjeros o nacionales, en un país, región, estado o población implica un movimiento migratorio.

Las legislaciones sociales entre las cuales la mexicana ocupa un sitio predominante, han dado la posibilidad de que todas las categorías sociales puedan acceder al turismo, dado lo cual los gobiernos intervienen en forma decisiva para recabar toda clase de informaciones exactas que determinan las corrientes políticas a seguir. Dichas atribuciones de fomento que el estado posee según Gabino Fraga, son aquellas actividades de carácter administrativo, encaminadas a satisfacer ciertas necesidades catalogadas como de interés público.

a) Antecedentes jurídicos del turismo en México.

Cita el autor Manuel Ortuño Martínez (3), que en México, aparecieron las primeras decisiones del legislador incluidas en la regulación de extranjerías, en las Leyes Generales de Población, entre otras la de 1937 y 1949. En 1947, siendo presidente de la República el Lic. Miguel Alemán creó un organismo especial al que se le llamó Comisión Nacional de Turismo, y a

través de él se reglamentó el funcionamiento de diversas actividades. Posteriormente, desapareció este organismo, y la oficina que veía los asuntos relacionados con el turismo pasó por dos secretarías, la de Relaciones Exteriores y la de Gobernación, hasta llegar a 1960, cuando fue creado el Departamento Autónomo de Turismo, como entidad descentralizada y que dependía del Ejecutivo Federal.

La primera labor del nuevo departamento, como organismo autónomo fue la elaboración de una Ley Federal de Turismo, aprobada y promulgada en enero de 1961. La primera labor del nuevo departamento, como organismo autónomo fue la elaboración de una Ley Federal de turismo, aprobada y promulgada en enero de 1961. La ley establecía que la máxima autoridad en la materia era el Departamento de Turismo y dependientes de él las delegaciones y oficinas del mismo en las Entidades Federativas -- (Los Estados). Junto al departamento, se estableció la creación de la Organización Nacional del Turismo y la formación, organización y mantenimiento del Catálogo Turístico Nacional.

También se autorizó la creación en toda la República de las Cámaras Nacionales de Turismo, y de las Comisiones Locales de Turismo.

Las atribuciones del Departamento de Turismo eran las siguientes:

Fomentar el turismo mediante programas federales, supervisar los servicios turísticos, establecer en el interior del país, así como en el extranjero, las oficinas de Turismo que fueren necesarios, proveer, controlar y supervisar los servicios de información y auxilio a los turistas, autorizar el funcionamiento y los servicios de las agencias de viajes y de los guías y choferes de turistas, promover y dirigir las campañas de propaganda en el extranjero, así como aprobar la publicidad privada; aprobar las tarifas de los servicios turísticos controlar la aplicación de los precios y de las tarifas que rigen legalmente para los servicios turísticos.

La ley contenía varios capítulos dedicados a sanciones y responsabilidades. La organización oficial turística del país, se completó con la creación del Consejo Nacional de Turismo, mediante un decreto del 8 de diciembre de 1961.

(3) O.c. Manuel Ortuño Martínez, Introducción al estudio del Turismo.

De acuerdo al Autor R. Palacios Luna (4), la historia del turismo en México, comienza con la Ley de Migración en 1926, en la cual se precisaba el concepto de turista: "al extranjero que visita la República por distracción o recreo, y cuya permanencia en territorio nacional no será superior a los seis meses.

El 11 de julio de 1929 por acuerdo, se creó la Comisión Pro Turismo se crearon Comisiones Pro turismo en los Estados. El propósito de dicha comisión fue el de incrementar los recursos del país con los rendimientos del turismo y estrechar las relaciones económicas y los vínculos de solidaridad económica nacional.

El Poder Ejecutivo, promovió la participación de las empresas particulares. Por acuerdo, se creó la Comisión Mixta Pro Turismo formada por funcionarios oficiales y representantes de las empresas. Tuvieron representación las Cámaras de Comercio, La Asociación de Hoteleros, Las Cámaras de Industriales y otras del sector privado y social. El considerado decía: "Es de forzosa protección por las autoridades, todo esfuerzo encaminado a promover el desarrollo del turismo."

En el acuerdo mencionado, se tuvo en consideración, la función integradora de la nacionalidad, por medio de la información histórica y cultural a favor de las presentes y nuevas generaciones. En diciembre de 1949, se expidió la primera Ley Federal de Turismo y se instituyó una política turística al través del Consejo Nacional de Turismo, organismo que se integraba con representantes del sector oficial, el social y el privado.

Se expidió una nueva Ley Federal de Turismo en enero de 1980, De acuerdo con la reforma Administrativa del Gobierno Federal la Secretaría de Turismo estableció un sistema Nacional de Desarrollo. En 1959 se creó el Departamento de Turismo.

El 5 de diciembre se creó el Instituto de Investigaciones Turísticas con el objeto de investigar en forma sistemática y permanente el fomento turístico.

(4) Manuel R. Palacios Luna, " El derecho Económico en México." Ed. Porrúas, S.A. México, 1986. 2. ed.

El 8 de diciembre de 1961, se creó el Consejo Nacional de Turismo para atender las actividades turísticas en el extranjero. En 1974, el Departamento de Turismo se elevó a la categoría de Secretaría de Estado.

En 1979, se expidió un decreto de estímulos fiscales al turismo.

1.5. Causas originales del turismo.

Es importante mencionar las causas que dan origen al turismo, ya que a pesar de que parece connatural al hombre, en algunas ocasiones intervienen otros factores.

El profesor Krapf, fue el primero en estudiar los motivos que a su juicio impulsan al hombre a viajar, y los agrupa de la siguiente manera: a) conocer otros países de diversas civilizaciones otros pueblos con culturas diferentes; b) proporcionarse reposo o curación; c) disfrutar paisajes de belleza singular; d) concurrir a centros de devoción religiosa, e) asistir a lugares de manifestaciones políticas. (1)

La clasificación anterior puede ser completada con otros motivos, que desempeñan un papel importante en la práctica del turismo moderno. Basta tan solo mencionar entre otros, los viajes que realizan por placer quienes disponen de un vehículo, quienes recorren grandes distancias sólo para experimentar la simple satisfacción de alcanzar objetivos que generalmente quedan fuera de los habituales itinerarios turísticos, realizando por así decirlo, excursiones de explotación.

Es importante mencionar que, en el proceso del advenimiento del deseo de viajar, desempeña un papel decisivo la idea preconcebida que se tenga de la localidad que va a visitarse. Esta idea se forma previamente a través de imágenes filmadas o reproducidas en carteles, o de folletos ilustrados que llevan la información correspondiente; y en general a través de los medios que la publicidad moderna utiliza, cuya penetración, en algunos casos notable, nos obliga a pensar en la importancia que tiene el que todas las acciones turísticas promocionales se difunda la idea que con mas eficacia pudiera mover el

I.- O.c. De la Torre Padilla Oscar, El Turismo, Fenómeno Social.

interés por el lugar, la religión o el país en cuestión. Por otra parte, cuando el sujeto del turismo encuentra todo como él había esperado, se convierte en un instrumento motivador para el turista, puesto que participa su satisfacción a quienes lo rodean.

En conclusión, los esfuerzos que se dirijan a gestar la idea acerca de un lugar turístico, deben ser siempre veraces y corresponder con exactitud a los atractivos y servicios que se ofrecen debe acentuarse los positivos. (2)

1.4.1.- Raícesbiológicas y Psicosociales del turismo.

De acuerdo al autor Héctor Manuel Romero, (3) es en dicha raíces donde se halla el motor de todo sistema que aspira a motivar al hombre para que se transforme en hombre turista y a satisfacer la necesidad de viajar.

El autor menciona que: "El hombre debe considerar la responsabilidad que tiene de dignificar la oportunidad y responsabilidad viajar, en vez de la simple búsqueda de placer, el turista debe tener otro concepto: Conocer a sus semejantes y comunicarse con ellos porque, aquí radica la raíz biológica, y debe responder a ella, para establecer así un intercambio más fecundo y benéfico para todos. El concepto de turismo debe ser elevado a punto de tal, que todos los hombres tengan un alto sentido de responsabilidad moral y social al actuar como turistas, para compartir, participar y contribuir en el fenómeno de emigración temporal para beneficio de toda la humanidad."

Desde este punto de vista, el turista cumple el papel de embaajador, aunque no sean consistentes sus actitudes y ni siquiera su conducta personal.

(2) Ibid. p. 14

(3) Ibid. p. 15

(4) Ibid. p. 16

interés por el lugar, la religión o el país en cuestión. Por otra parte, cuando el sujeto del turismo encuentra todo como él había esperado, se convierte en un instrumento motivar para el turista, puesto que participa su satisfacción a quienes lo rodean.

En conclusión, los esfuerzos que se dirijan a gestar la idea acerca de un lugar turístico, deben ser siempre veraces y corresponder con exactitud a los atractivos y servicios que se ofrecen debe acentuarse los positivos.²

1.4.1.- Raíces biológicas y Psicosociales del turismo.

De acuerdo al autor Héctor Manuel Romero, ³ es en dicha raíces donde se halla el motor de todo sistema que aspira a motivar al hombre para que se transforme en hombre turista y a satisfacer la necesidad de viajar.

El autor menciona que: "El hombre debe considerar la responsabilidad que tiene de dignificar la oportunidad y responsabilidad viajar, en vez de la simple búsqueda de placer, el turista debe tener otro concepto: Conocer a sus semejantes y comunicarse con ellos porque, aquí radica la raíz biológica, y debe responder a ella, para establecer así un intercambio más fecundo y benéfico para todos. El concepto de turismo debe ser elevado a punto de tal, que todos los hombres tengan un alto sentido de responsabilidad moral y social al actuar como turistas, para compartir, participar y contribuir en el fenómeno de emigración temporal para beneficio de toda la humanidad."

Desde este punto de vista, el turista cumple el papel de embaajador, aunque no sean consistentes sus actitudes y ni siquiera su conducta personal.

-
- (2) Ibid. p. 14
 - (3) Ibid. p. 15
 - (4) Ibid. p. 16

1.5.2.- Causas del Turismo.

La participación de la sociedad en el turismo da origen a toda una serie de actividades: Transporte, alojamiento, alimentación, distracción y amenidades, las cuales generan a su vez toda una serie de efectos sobre el medio ambiente en el cual se desarrollan.

Estos efectos, y de manera muy especial los de índole económico, son los que han predispuesto a que exista el turismo y no solo eso sino también han contribuido a que este se convierta en un derecho adquirido por la sociedad para su expansión física, moral e intelectual.

Existen factores directos e indirectos que determinan las causas que dan origen al turismo; entre los factores directos están los recursos, los servicios y la promoción. Y los factores indirectos se relacionan indirectamente con el fenómeno turístico porque cumplen con la función de producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades materiales y culturales de una comunidad. Su existencia puede ser independiente, máximo si no se presentan los factores directos.

1.5.3.- Causas subjetivas o necesidades turísticas.

Depende dicha causa de la formación individual y social de los miembros de la comunidad receptora del turismo, y responde a un proceso a través del tiempo. Es el ambiente turístico que se forma, es la actitud de un conglomerado social hacia la recepción de turistas, propiciando un clima de seguridad, armonía, amabilidad y hospitalidad, cuyo resultado habrá de traducirse en el comportamiento ideal de los habitantes del centro receptor.

El Licenciado Mario Rodríguez López 5, habla de comportamiento humano; de una conducta que asume no quien está directamente relacionado con el fenómeno turístico, sino todo miembro de la sociedad que recibe corrientes de viajeros. Hay variantes, depende de la idiosincrasia de cada pueblo, determinadas por la investigación sociológica.

Menciona el autor citado: "Las resultantes que trae implícito el desplazamiento turístico, a partir del análisis cultural, se aglutinan en el fenómeno denominado "Aculturación", que -- significa el proceso de adaptación de una cultura, o de recepción de ella, de un pueblo por contacto con la civilización -- de otro más desarrollado; El anterior significado, tomado del diccionario Larousse, brinda una idea del referido fenómeno; muchas culturas entran en contacto con las comunidades receptoras de turismo, sin corresponder tales civilizaciones a pueblos más desarrollados, necesariamente; sin embargo, se advierte claramente la interacción cultural que se presenta (6)

Para que el ambiente turístico pueda existir, en cualquier lugar, ha de generarse una conciencia turística, causa subjetiva entendida como la comprensión y aceptación que una comunidad receptora de turistas tenga, en base al conocimiento y -- trascendencia de los beneficios económicos, sociales y culturales que derivan del fenómeno del desplazamiento turístico.

En el logro del ambiente turístico, han de concurrir tres sectores: Social, Oficial y Técnico.

Social.- La actitud favorable que el conglomerado social brinde al turista, se traducirá en el factor subjetivo necesario, para que todo viajero busque el entrar a otra comunidad.

Oficial.- La actitud favorable de autoridades y organismo públicos en torno al desplazamiento turístico; consiste en las facilidades que contemplan los trámites migratorios y aduanales; la eficiencia de los servicios públicos de información, orientación y auxilio. Ejemplo las patrullas de auxilio turístico "ángeles verdes".

Técnico.- La actitud favorable que debe caracterizar a todo prestador de servicios turísticos independientemente de la actividad concreta que realice. Generalmente y por experiencia es el servidor turístico quien plasma en el visitante la imagen que este se llevará no del servicio en particular, sino de todo el centro receptor y aun del país. El turista está en contacto permanente con el prestador de servicios turísticos, es por ello que la actitud de éste, que implica un dominio absoluto de su función específica, aunado al profesionalismo singular de su desempeño,

(5) O.c. Teoría General del turismo, Mario Rodríguez López,
(6) Ibid. p. 28

1.5.4.- Causas Objetivas o bienes Turísticos.

De acuerdo a la definición del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, sobre causas objetivas, recursos o atractivos turísticos es la siguiente: "Conjunto de elementos naturales, objetos culturales y hechos sociales que mediante una adecuada y racional actividad humana puede ser utilizados como causa suficiente para provocar, prolongar o reiterar el desplazamiento turístico". De aquí es posible clasificar los recursos de la siguiente manera:

Naturales
Socioculturales
De diversión
De descanso y salud

Los recursos naturales son todos los elementos y fenómenos naturales, cuyo aprovechamiento y disfrute del turista, caracterizan un lugar determinado. Dichos atractivos son: clima, ríos, lagos, litorales, cascadas, manantiales de aguas termales, cordilleras, valles, playas, flora, fauna, etc.

Los recursos socio-culturales, son resultado del proceso cultural del género humano al través del tiempo: obras artísticas, obras tecnológicas, folklore, artepopular, museos, galerías de arte, etc.

Los recursos de diversión son los atractivos generados para - brindar recreación y esparcimiento: espectáculos, parques de juegos mecánicos, zoológicos, etc.

Los recursos de descanso y salud se apoyan en otros recursos que les sirven como marco de referencia, para distinguir su oferta al turista: balneoterapéuticos sitios propicios al descanso.

Los bienes turísticos naturales son: Geomorfológicos

Montañas	Altas Montañas Volcanes Mesetas Cañones
Planicies	Llanuras Desiertos Salinas
Litorales	Playas Acantilados Arrecifes Cayos Barras Islas Penínsulas Albuferas Esteros Bahías Caletas

Los recursos turísticos socioculturales también se consideran bienes turísticos, y entre ellos encontramos por ejemplo:

Sitios y arquitectura de interés artístico e histórico, como son las zonas arqueológicas, arquitectura civil, arquitectura religiosa, arquitectura militar, sitios históricos, etc.

Manifestaciones Folklóricas, como son las costumbres y tradiciones populares, el folklore literario y musical, las artesanías la gastronomía típica, etc.

Centro de enseñanza y culturales, como las universidades, las escuelas de arte, los centros culturales, como las bibliotecas, las hemerotecas, las casas de cultura, los museos, etc.

Los eventos programados, como son las ferias y las exposiciones.

También encontramos dentro de los bienes turísticos las instalaciones deportivas y recreativas, así como los recursos turísticos de descanso y salud, como son los balnearios, las villas etc.

CAPITULO 2

" DEFINICION, CARACTERISTICAS Y CLASIFICACION DEL TURISMO "

2.1.- Concepto de turismo por diversos autores.

Cada vez es mayor la importancia del turismo en el desarrollo general de México, asimismo se ha incrementado el número de autores que se dedican al estudio del turismo, ya que sus efectos se registran en la balanza de pagos y su función es eminentemente social.

Para el maestro Manuel R. Palacios Luna, Turismo es: La acción económica y social, a cargo del conjunto de organismos, tanto privados como del poder público (Transportes, hospedaje hoteles, restaurantes), que pueden ser usados individual o colectivamente. (1), Héctor Manuel Romero, define al turismo como: El fenómeno socioeconómico y cultural provocado por forasteros que al visitar voluntariamente una localidad sin propósitos inmediatos de lucro, canjean los consumos materiales y culturales que ahí realizan por productos equivalentes generados en la comunidad en que radican. (2).

Para el profesor Miguel Angel Acerenza, el concepto de turismo es: En el sentido moderno de la palabra, es un fenómeno de los tiempos actuales, basado en la creciente necesidad de recuperación y cambio de ambiente, conocimiento y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza y es en particular, producto de la creciente fusión de las naciones y países de la sociedad humana, como resulta del desenvolvimiento del comercio, la industria, los mercados y el perfeccionamiento de los medios de transporte. (2 bis.)

(1) Manuel R. Palacios Luna, El Derecho Económico en México Ed. Porrúa, 2a. ed., México 1986.

(2) Héctor Manuel Romero.- Sociopsicología en turismo, Ed.- Daimón, 2a. ed. México, 1977.

(2BIS) Apuntes de la Cátedra sobre teoría turística, Universidad del Externado de Colombia, citado por Miguel A. Acerenza, Ed. Trillas, Administración del turismo, vol. 1, 2da. Ed. México 1986 p. 24.

Emplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal. (3).

Para el profesor Acerenza, Turismo es: Un fenómeno social de carácter complejo, que eventualmente puede ser interpretado - de distintas formas, según sea el papel que, en un momento dado, jueguen las personas relacionados con él. (4).

Schullern Zu en 1913, 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, en y fuera, de un determinado municipio, estado o país.(5).

En 1929, Glücksmann, definió al turismo como: El vencimiento del espacio por otras personas que afluyen a un sitio donde - no poseen lugar fijo de residencia. (6).

Para Morgernroth, turismo es: Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detener en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales.(7).

En 1930 Bormann, definió al turismo como: El conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales o profesionales, u otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo. (8).

Para Josef Straner, el turismo es: El tráfico de viajeros de lujo. (Aquellos que por su voluntad se detienen en un sitio, fuera de su lugar fijo de residencia, y con su presencia en ese país no persiguen ningún propósito económico, sino solo - buscan la situación de una necesidad de lujo. (9).

(3) Ibid. p. 24

(4) Ibid. p. 25

(5) Schullern Zu S., Herman von, Turismo y Economía Nacional 1911, citado por Oscar de la Torre Padilla, El turismo, fenómeno Social, 3a. Ed. Fondo de Cultura Económica, M. 1984.

(6) Ibid. p. 16

(7) Ibid. p. 16

(8) Ibid. p. 16

(9) Ibid. p. 17

En 1942, Troisi Michele, definió al turismo como el: Conjunto de traslados temporales de personas, originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales. (10).

El profesor de Arrillaga, en 1955 definió al turismo como: Todo desplazamiento temporal, determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización en cada nación y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar. (11)

La academia Internacional de Turismo de Montecarlo, en su Diccionario Turístico Internacional, definió al turismo de la siguiente manera: Término que se refiere a los viajes de placer conjunto de las actividades humanas que tienen el objeto de llevar a cabo esa clase de viajes. Industria que participa en la satisfacción de las necesidades del turista. (12).

La Unión Internacional de Organismos oficiales de Turismo (Actualmente Organización Internacional del Turismo), acepta como definición de turismo: La suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por razones de negocios o profesionales. (13).

Para Oscar de la Torre Padilla, 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 ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (14).

(10) Ibid. p. 17

(11) Ibid. p. 17

(12) Ibid. p. 18

(13) Ibid. p. 18

(14) Ibid. p. 18

2.2.- Diversificación de Conceptos:

Desde el punto de vista técnico existen varias definiciones - sobre turismo, cada una de ellas apropiada a diversos propósitos.

Existen definiciones de turismo para fines económicos y comerciales, de acuerdo a las circunstancias en que son realizados los viajes, las cuales mencionamos a continuación.

2.2.1.- Los fines comerciales del turismo.

Las empresas básicas para la práctica del turismo, como son - las transportación, las de hospedaje, agencias de viajes, etc. han definido al turismo para sus propios fines específicos, - de la siguiente manera:

Turismo: El negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros agrega: ... por tanto el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamiento, restaurantes e industrias de entretenimiento, e indirectamente, virtualmente con toda la industria y negocios en el mundo.

Como se puede observar, que para estas personas que han hecho del turismo un medio para el logro de sus objetivos, el turismo se considera como una actividad de negocio.

2.2.2.- Los fines económicos del turismo.

El estudio económico del turismo comienza antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas se dieron cuenta de -- que éste fenómeno tenía importantes repercusiones en la balanza de pagos de ciertos países. En 1911, Schullern Zu Shattenhofen definió al turismo como: ... El concepto que comprende todos los procesos especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista, en y fuera de un determinado municipio, país o estado. (2).

(1) Ob cit. Miguel A. Acerenza p. 27

(2) Ibid. p. 28

Se ha tratado de unificar conceptos sobre turismo, sin embargo esto no ha sido posible, no obstante al reconocer esta dificultad, la Secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, expreso textualmente:

No puede elaborarse un concepto formal del sector turismo, pero si puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o nacionales (turistas).

2.3.- CLASIFICACION DEL TURISMO.

2.3.1.- Desde sus inicios hasta la fecha se ha incrementado considerablemente los aficionados al turismo, así como también se han incorporado las diferentes clases sociales..

a) Turismo de minorías.- El turismo de minorías es considerado cuantitativamente con respecto a la totalidad del país de que procede. También se considera en relación al número de turistas recibidos en una nación.

El turismo de minorías implica siempre un concepto cualitativo y se caracteriza por un principio de selección. Los selectos culturalmente hablando, tienen gustos y preferencias, la mayor parte de las veces distintos a la generalidad y, por ello, es fácil distinguir su modo de comportarse, los estímulos que les determinan a emprender un viaje, los centros turísticos que visitarán, etc.

b) Turismo de masas.- Las características de este tipo de turismo son entre otros que tienen como medio de transporte más adecuado al ferrocarril. Los viajes son en su mayoría colectivos y organizados por agencias de viaje y, sobre todo por instituciones creadas para el fomento del turismo popular. Los gastos por persona son escasos. Los desplazamientos, limitados en distancia y de duración reducida, etc.

2.3.2.- Por su composición social.

Las clases sociales están configuradas principalmente por la cultura y por las disponibilidades económicas. Ambos factores son muy importantes en el campo del turismo, ya que ellos determinan las corrientes de viajeros.

La situación económica, determina en cada caso la posibilidad de realizar el viaje, la duración de éste, los gastos que se han de realizar en los países de destino, etc. circunstancias muy importantes para el tráfico turístico.

a) Turismo de clase sociales.

Dentro de esta clasificación encontramos el turismo realizado por las clases privilegiadas, el turismo de la burguesía, el turismo juvenil y el turismo que realizan los trabajadores manuales denominado turismo popular.

2.3.3.- Por su duración.

El dato más importante a conocer sobre las corrientes turísticas extranjeras no es el número de entradas en el país que se considera, sino el de días de permanencia en el mismo.

a) Turismo de duración inferior a veinticuatro horas.

Esta clase está constituida por el llamado turismo fronterizo y tiene características propias, como son: estar integrado en su inmensa mayoría por nacionales del país limítrofe, no implica estancia nocturna, supone muy poco gasto por persona, y se limita a visitar los centros turísticos próximos a la frontera, etc.

Dadas estas circunstancias, los países suelen otorgar un régimen especial favoreciendo a esta clase de turistas, al menos en cuanto a formalidades policiales se refiere, como es el caso de no exigir pasaporte, sino solo un permiso especial de pase a fronteras.

b) Turismo de fin de semana.

Este tipo de turismo se da por lo regular dentro del país que se trate, salvo en el caso de localidades fronterizas próximas.

El desarrollo en los medios de comunicación ha permitido que este tipo de turismo se haga posible, permitiendo que dos o tres días de fiesta seguidos puedan ser empleados en viajes rápidos a larga distancia, pero el elevado precio del transporte en relación con los gastos totales del desplazamiento es causa de que no aumente significativamente este tipo de turismo.

c) Turismo vacacional.

Se da este nombre al turismo que se realiza en época de descanso fuera de las ocupaciones habituales.

El hecho de que los principios de justicia social estimen que todo trabajador tiene el derecho a disfrutar de un período anual de vacaciones, ha permitido que aumente considerablemente este grupo de turistas, y la mayor cantidad de turistas coinciden en la época de verano.

c) Turismo esporádico.

Todo viaje de turismo que no se realiza o está condicionado por una época o duración determinada puede incluirse en esta clasificación.

Este grupo comprende por lo general, los viajes de larga duración y los que se realizan con una finalidad muy concreta, que está íntimamente ligada a una determinada fecha.

2.3.4.- Por la Nacionalidad

Atendiendo a la nacionalidad de los turistas con respecto al país por ellos visitado, se divide en turismo nacional e internacional. Los factores que llevan a establecer esa diferencia son los siguientes: El lugar de residencia del turista y el ámbito de su desplazamiento.

a) Turismo Nacional

Se le denomina turismo interno o nacional, así como también turismo doméstico, y se refiere a los desplazamientos que efectúan los residentes del país, fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país.

En algunos casos, se considera turismo nacional a cualquier desplazamiento dentro del territorio nacional que supere una distancia, a partir del lugar en el cual se tiene el domicilio habitual.

En algunos otros casos se establece como requisito la necesidad de permanecer fuera del domicilio.

La Secretaría General de la Organización Mundial del Turismo, define al turista nacional de la siguiente manera: (1).

" Turista Nacional: Toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar en ese país, pero distinto a aquel en que tiene su residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado.

Los motivos de viaje pueden agruparse en:

- a) Tiempo libre, recreo, vacaciones, deportes.
- b) Negocios, familia, misión, reuniones, congresos, salud, estudio, religión.

En algunas ocasiones se considera turismo nacional, a los desplazamientos que realizan los visitantes extranjeros por el interior del país visitado, lo cual de acuerdo al autor Miguel Angel Acerenza en su obra ya citada, no es correcto, ya que este tipo de desplazamiento comprenden únicamente los que realizan los residentes de un país dentro de los límites geográficos en el cual tienen su domicilio habitual.

En la enciclopedia Mexicana dentro de la definición que hacen de turismo, define al turismo interior: " El que se realiza por los nacionales de un país sin salir de su territorio".

Existe otra definición citada por José Ignacio de Arrillaga, en la que establece que el turismo nacional, garantiza una circulación monetaria y económica normal, y desempeña, por eso, un papel de primer orden en la economía nacional." (2).

Establece el mismo autor que el turismo nacional puede hacer vivir las industrias hoteleras y de transporte. También se considera en algunos casos el turismo nacional como competidor del turismo internacional, pero por otro lado, el criterio inverso sostiene que aquel favorece a éste en varias formas:

- 1.- Creando hábitos que benefician al turismo internacional.
- 2.- El desarrollo del turismo interior prepara para viajes - mas lejanos a quienes han tomado la costumbre de desplazarse alguna vez durante el año.
- 3.- El turismo interior facilita en el país de recepción el - turismo extranjero, ya que gracias a él las instalaciones y servicios pueden ser más importantes y mejores. (3).

(1) José Ignacio de Arrillaga, " El Turismo en la Economía - Nacional, Ed. Nac. Madrid, 1955.

(2) Ibid. p. 36

(3) Ibid. p. 37

Sin embargo la falta de divisas y otras varias razones hacen que se le de más importancia al turismo extranjero, y por lo mismo provoca que los principales esfuerzos se dirijan a éste.

b) Turismo Internacional.

Es aquel que los extranjeros realizan en un país extraño, es decir cuando los nacionales cruzan las fronteras para visitar otros países. Se divide en receptivo y egresivo. Este movimiento sufre alteraciones económicas y políticas al ritmo de las crisis energética, monetaria y económica, y aunque el turismo resiste mejor que otros sectores la acumulación de efectos negativos (elevación de los costos, inestabilidad, devaluación, inflación y disminución del poder de compra), cambia las preferencias, las costumbres y los lugares de destino.

El turismo permite exportar servicios físicamente ligados al territorio (desde alimentos condimentados hasta manufacturas típicas) sin el riesgo de competencia directa y contribuye al aumento de empleos, ingresos y entradas de divisas.

Según el informe Chechi (1961), el ingreso por turismo extranjero multiplica la actividad económica en los países beneficiarios, en una proporción de 3.2. a 5.5. países beneficiarios, en el lapso del año. Se ha calculado que en México ese efecto fue de 3.7 en la década de los sesentas y de 4 a partir de 1970. Otra consecuencia es la mayor recaudación impositiva. El ingreso por turismo representa para México el elemento más dinámico de la balanza en cuenta corriente, superior de cualquiera de los productos importantes. En 1976 el producto del turismo, las transacciones fronterizas y los pasajes internacionales constituyeron el 25.3% de los ingresos en cuenta corriente, frente al 33% de la exportación de mercancías (4).

La diferencia primordial entre el turismo nacional y el turismo internacional, es que el primero no representa dificultades en cuanto al idioma, los usos y las costumbres o el tipo de moneda por emplear durante el viaje, y el turismo internacional, por involucrar desplazamiento hacia otros países distintos o de aquel en que se tiene la residencia habitual, implica la necesidad de cumplir con todos los requisitos que en materia migratoria, establecen las autoridades de los países visitados. Y además presenta las dificultades relacionadas con el idioma, los diferentes estilos de vida y los diferentes tipos de moneda que el turista manejara durante su gira por los países que visite:

(4) Enciclopedia Ilustrada Cumbre, México 1978.

Comparando desde el punto de vista económica, el turismo internacional lleva implícita una transacción monetaria, por lo que su desarrollo tiene una repercusión directa en la balanza de pagos de los países. Y el turismo nacional no presenta estas características por tratarse de desplazamiento dentro de los límites de un mismo país, ni es tan sensible a las fluctuaciones monetarias ni a los cambios en materia política por sus propias características.

2.3.5.- Por el objeto de viaje.

Relaciona con las finalidades de los turistas al emprender su viaje. Se identifica al turismo según el motivo principal del viaje o por el propósito de la visita, a un determinado destino.

De acuerdo a José Ingacio de Arrillaga la clasificación del turismo por el objeto de viaje, es la siguiente:

	Turismo Terapéutico	Balneario Climatismo Caza y pesca
Corporales		
	Turismo Deportivo	Excursionis mo, Deporte varios.
Necesidades		
	Turismo Gastronómico	Científico
	Turismo Cultural	Artístico
Espirituales		
	Turismo Profesional	Viajes de negocios
		Certámenes Industria- les.

Para Miguel Angel Acerenza, la clasificación del turismo de acuerdo a este tipo de turismo, se divide en:

- a) Turismo Vacacional o de tipo convencional
- b) Turismo Especializado.
- c) Turismo de afinidad o de interés común.

El turismo convencional o de tipo vacacional, es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación. El turismo especializado es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico, y por último, el turismo de afinidad o de interés común es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica.

En la práctica el turismo puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientadas a una necesidad específica, e incluso puede ser identificado en función de más de una de sus características.

2.3.6.- POR EL MODO DE VIAJAR:

Se clasifican los viajes turísticos en viajes particulares o viajes colectivos. Los primeros son los realizados bien aisladamente, en familia o con algunos amigos, y los segundos, los organizados por asociaciones, clubs, agencias de viajes, etc.

La distinción fundamental está en que los viajes particulares se realizan con un recorrido más o menos fijo, pero siempre susceptible de ser alterado por el turista aun en el caso de que sea un viaje contratado a precio alzado con una agencia de viajes, por el contrario, los viajes colectivos son de itinerario y etapas rígidas que no pueden ser modificados sino en casos excepcionales.

Desde el punto de vista económico, los primeros suponen, por lo general, un gasto por individuo y día, siendo los viajes colectivos mucho más económicos.

Esta clasificación tiene como propósito fundamental identificar la manera como se efectúa el viaje, es decir si éste se lleva a cabo en forma individual o colectiva. Tal distinción es relevante para las operaciones de turismo receptivo, o sea en todo lo que tiene que ver con el tráfico, el manejo, y con la prestación de los servicios turísticos en el punto de destino.

2.3.6.- POR SU REFLEJO EN LA BALANZA DE PAGOS.

Para el economista, el turismo proviene del hecho de que los lugares tienen una utilidad propia para las gentes que viven en ellos, que los visitan o que pasan allí alguna temporada. Los hombres intentan maximizar una situación personal de utilidad. Esta clasificación se relaciona íntimamente con la ya analizada, de turismo nacional y turismo extranjero.

Mencionamos que en el turismo nacional es el que se practica dentro de la propia patria por sus ciudadanos, y el turismo extranjero el realizado por personas de nacionalidad distinta a la que tiene el país visitado. Esta distinción, es exacta desde un punto de vista exclusivamente jurídico (la nacionalidad del turista), en cierto modo, irrelevante desde el punto de vista económico nacional, ya que los nacionales residentes en el extranjero, cuando visitan su patria, realizan gastos que constituyen una aportación de capital cuando van a otros países y ninguna importación cuando viajan dentro de nuestro ámbito nacional.

José Ignacio de Arrilaga, cita en su obra(7) la definición de Plaza Prieto: " El conjunto de las actividades económicas de los individuos, dentro de las fronteras de un Estado, forma su economía nacional. Nacionales son aquellas gentes que pertenecen a nuestra comunidad y son sujetos de la economía nacional. Fácilmente se puede ver que la nacionalidad no es la cualidad determinante, sino el domicilio económico del turista, puesto que por medio del tráfico de turistas extranjeros afluyen bienes a una economía nacional que aumenta el bienestar del país en cuestión y por medio del tráfico de nacionales al extranjero estos valores se mueven en dirección contraria y disminuyen el bienestar del país emisor.

Es fundamental estudiar el turismo en la balanza de pagos, -- pues es importante conocer las aportaciones que los viajeros, tanto nacionales como extranjeros residentes en el exterior, hacen a nuestra economía y los egresos que para la misma suponen los viajes de mexicanos y extranjeros que habitualmente viven en México cuando cruzan nuestras fronteras para viajar a otros países.

Menciona el maestro Manuel R. Palacios Luna, que Jean Baudin (8), dice que 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 al exterior, se pondrían en el debe y el -- de los extranjeros en México, en el haber. Por tales razones, los países han puesto especial atención en el fomento del turismo. Los particulares también están interesados en estas actividades. Inicialmente, ellos contribuyeron al turismo al recibir a los turistas con simple carácter mercantil privado. Ellos han formado asociaciones, tanto nacionales como extranjeras (8)

Concluye esta parte el maestro Manuel R. Palacios Luna, diciendo 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 constituyen el turismo. Es de tal importancia económica y sociológica, que cuando se evalúan los otros factores como son la balanza comercial y el movimiento de capitales, en ocasiones, la provisión de divisas extranjeras por el turismo, supera a la balanza comercial (9).

2.4. EMPRESAS BASICAS PARA LA PRACTICA DEL TURISMO.

Como ya se ha mencionado, cualquier desplazamiento humano genera gastos, los cuales son susceptibles de administrarse y explotarse racionalmente. Se origina además un mercado turístico que habrá de regirse por las leyes de oferta y demanda, en relación directa con los recursos y servicios turísticos, y las corrientes de turistas. (10)

Es aquí donde intervienen las empresas, como son:

- A) La de transporte
- B) Las de hospedaje y alimentación (restaurantes)
- C) Agencias de viaje y guías de turistas.

2.4.1. EMPRESAS TRANSPORTISTAS.

Es uno de los dos elementos básicos de la industria turística Satisface la demanda proveniente del turista, quien requiere en todo desplazamiento temporal de un medio de transporte que le lleve de ida y vuelta al lugar que piensa visitar, considerando los traslados colaterales al viaje. Ejemplo excursiones y extensiones.

(8) O. cit. Manuel R. Palacios Luna, " El derecho económico en México", cita tomada de la Enciclopedia Espasa Calpe T.LXV pp. 313 a 396.

(9) Ob. cit. Manuel R. palacios Luna, " El derecho económico en México, pag. 223 a 236.

Las comunicaciones y los transportes son el vehículo de la actividad turística. El avance en los transportes ha permitido un crecimiento en el turismo receptivo, ya que van íntimamente relacionados. No es posible concebir el nacimiento y desarrollo de la industria turística, sin una adecuada red de vías de comunicación y un sistema estructurado de transporte. La mejoría, incremento y modernización de las vías de comunicación y los medios de transporte, así como su desarrollo, repercuten en el aprovechamiento adecuado del fenómeno turístico.

El transporte como servicio turístico, se analiza desde el punto de vista de los resultados que brinda a los usuarios, como son:

- a) El acceso a los lugares de atracción, puntualidad,
- b) Regularidad
- c) Frecuencia
- d) Comodidad
- e) Rapidez

aspectos que determinan el desplazamiento humano. En los viajes a grandes distancias, lo más trascendente es la velocidad y la comodidad, en los viajes cortos la frecuencia es lo importante. Un último requisito que, en lo general, debe caracterizar al desplazamiento, es la seguridad.

De acuerdo con Ramaker, hay siete factores de medición: los cuales son los siguientes: (10).

- a) Confort
- b) Agilidad (de movimiento)
- c) Penetración
- b) Precio
- e) Placer
- f) Rapidez
- g) Seguridad

- a) Confort.- Cada medio de transporte presenta características distintas y un grado de confort diferente. Dentro de cada medio, a su vez, hay escalones y categorías. En el transporte aéreo, en la actualidad, existen dos clases fundamentales, vuelos nacionales o vuelos internacionales. En ferrocarril, funciona normalmente primera y segunda clase. En autobús se utiliza la clase única.

(10) Ob. cit. Manuel Ortuño Martínez, pag. 89

- b) **Agilidad.-** (de movimiento), Desde la bicicleta, el más ágil de los medios de transporte, se va pasando por etapas sucesivas, hasta los grandes trasatlánticos modernos, que desplazan masas enormes a velocidad relativa, siguiendo trayectos previamente determinados. Los presuntos viajeros, de acuerdo con sus deseos pueden elegir entre medios muy diferentes, o medios similares, pero que se diferencian por su agilidad.
- c) **Penetración.-** El grado de penetración varía enormemente de un medio a otro. Significa su capacidad de llegar hasta el lugar más cercano a los puntos de destino final, o de destino parcial. El avión, el barco, el tren, que tienen que sujetarse, a unos recorridos fijos predeterminados. En cambio el autobús, el automóvil, etc. tienen mayor agilidad y por lo tanto pueden penetrar más fácilmente, hasta su destino: una playa, un lugar en la montaña, un pueblo escondido, etc.
- d) **Precio.-** No se trata de analizar los precios absolutos, sino de establecer una relación unitaria de costo entre los diversos medios de transporte. Es un capítulo prácticamente desconocido en el que algunos centros de estudio han estado bajando, pero no en forma global. Hay que recordar los análisis de la Universidad Europea de Brujas, por lo años cincuenta, sobre los precios ferroviarios en Europa. A falta de datos ciertos, cabe decir que e la mente de los usuarios existen ideas preconcebidas, tópico y prejuicios, favorables o no a cada medio, de acuerdo con su precio. Suele pensarse en el barco como más caro que el avión, lo que en muchos casos resulta erróneo, etc.
- e) **Rapidez.-** Quizás sea este el elemento más importante, - en la toma de decisiones sobre el uso de un medio de transporte en lugar de otro. Opera en la mayoría de los casos, dada la psicología actual y la forma en como estamos organizados en nuestra vida diaria, tornada en la rapidez. En este punto, el avión ha superado radicalmente a los demás transportes. Sus avances han sido y siguen siendo de índole sensacional. Cuando todavía las grandes líneas aéreas están esforzándose para tener vuelos en Jets, o en aviones con aparatos más avanzados

- f) Seguridad.- De acuerdo con los recientes estudios en -- psicología viajera, la seguridad es lo que los usuarios buscan por encima de cualquier otro factor. A este respecto, los gobiernos y los organismos internacionales -- de transporte, han mantenido siempre una amplia preocupación, señalando normas mínimas de seguridad, exigiendo pruebas convincentes, comprobando su cumplimiento, -- etc.

En cuanto al transporte ferroviario, se inició a principios -- del siglo XIX, tuvo un auge importante gracias al uso del motor diesel y gracias a la adaptación de la energía eléctrica.

Se ofrecen servicios a bordo tales como dormitorios, aunados a la economía, mayor seguridad, y posibilidad de viajar con -- cierta comodidad durante la noche, por lo que es atractivo -- como medio de transporte.

La transportación marítima, en un principio se utilizó para -- unir a los más importantes puertos de los continentes y a estos con las islas, ha tenido un auge importante, en lo que al turismo se refiere. Los barcos que inicialmente prestaban -- servicio de carga y pasaje, se ha visto superado por otros modelos que se dedican exclusivamente a uno y otro servicio.

En la actualidad es un transporte caro, se realizan travesías recreativas y tienen la posibilidad de trasladarse a diferentes lugares, para operar en ellas según les convengan en las etapas vacacionales fuertes, de acuerdo con las condiciones -- climatológicas más apropiadas y los atractivos que ofrecen -- los puertos.

Sin lugar a duda, el medio de transporte que más ha influido en el desarrollo del turismo ha sido la aviación comercial.

2.4.2.- EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACION.

Este servicio responde a una necesidad primaria del turista, ya que es el segundo elemento fundamental de la industria turística, engloba una gran variedad de establecimientos, tanto de alojamiento como de manutención y otros mixtos. Constituyen el alojamiento los hoteles de todas clases, pensiones, residencias, albergues y demás formas para hoteleras.

Bajo el nombre de establecimiento de manutención se incluyen a los restaurantes, fondas, bares, etc. Hay hoteles que tienen servicios de restaurante y algunos otros no.

En el pasado existieron establecimientos que ofrecían al viajero un servicios semejante a mesones, ventas, posadas, estos han tenido cambios de acuerdo al crecimiento turísticos, en razón del número de personas que viajan, la calidad y variedad de los servicios que demandan.

En este siglo comenzaron ha existir los establecimientos de hospedaje, los cuales ofrecían y siguen ofreciendo múltiples servicios.

A partir de la revolución Industria y entre las primeras consecuencias que de ella se derivaron, se apoderaron, principalmente en Inglaterra, algunas innovaciones y progresos en el negocio de los albergues, los cuales adquirieron prestigio durante la segunda mitad del siglo XVIII y llegaron a considerarse en esta época los mejores del mundo.

El alojamiento público, mediante el pago de un precio, es de aparición reciente. Durante siglos, gracias a una concepción caritativa de la vida y del servicio, dar hospitalidad al caminante se entendió como un deber. Por otra parte los desplazamientos eran muy raros, y no podían presentarse la necesidad de satisfacer un problema de carácter masivo. (11)

(11) Ob. cit. Manuel Ortuño Martínez, pag.128

La capacidad hotelera de un país se mide tomando en consideración la totalidad de los medios de alojamiento, independientemente de su categoría o de su tipo.

Existen establecimientos de lujo, y siguen constituyéndose para satisfacer la demanda de quienes desean tal tipo de servicios. Pero el centro de interés, los núcleos decisivos de -- las corrientes turísticas, se sitúan en la zona intermedia, -- en los alojamientos estandarizados, exentos de lujo, pero capaces de entregar satisfactoriamente y producir bienestar general en sus clientes. (12)

El sistema de alojamiento, cumple con las funciones siguientes:

- 1.- Brindar hospedaje al viajero.
- 2.- Ofrecer no solo alojamiento, sino complementar la recepción con atención hacia el huésped. (13)

La prestación de servicios así establecida, va determinada -- por la capacidad previa de personal técnico y especializado, mismo que permitirá que la empresa de que se trate, logre sus objetivos.

La clasificación de la industria hotelera, de acuerdo a Mario Rodríguez López, (14) de acuerdo a los siguientes criterios es:

- a) Operación y funcionamiento
- b) Estructura física, finalidad, magnitud y ubicación.

I.- Tipo Hotel

- 1.1. Hotel
- 1.2. Motel
- 1.3. Motor-Hotel
- 1.4. Hotel-residencia

II.- Tipo extra hotel

- 2.1. Casas de huéspedes o pensiones
- 2.2. Apartamentos y casas particulares
- 2.3. Albergues juveniles
- 2.4. Refugios, Cabañas y Bungalows
- 2.5. Campos turísticos (instalaciones para trailers -- parks y campings).

(12) Ibid. pag. 129

(13) Ob. Cit. Mario Rodríguez López, pag. 36

1.- TIPO HOTEL.

En atención a ciertas convenciones propuestas por la Unión -- Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, el servicio de alojamiento tipo hotel, se define como: "Aquel servicio -- que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de --- diez habitaciones, que se ha instituido para proveer básicamen-- camente alojamiento, alimentación y los servicios complementa-- rios demandados por el turista" (14)

Se observa en dicha definición que contienen planes de opción a consumir o no alimentos.

1.1. HOTEL.

Es el establecimiento de alojamiento turístico típico. Por -- tradición se estructura es vertical, sin embargo estas empre-- sas han variado en su concepción arquitectónica por el paso -- del tiempo y por las modalidades del servicio actual. Las uni-- dades de alojamiento que le caracterizan son: Habitaciones - sencillas, Dobles, Múltiples, Junior Suite, Master Suite, -- Suite; se complementan los servicios con restaurantes, bar, - centro nocturno, salas de esparcimiento, salón de belleza, - peluquería, piscina, agencias de viajes, etc. (15)

En el ámbito nacional, la hotelería representa uno de los sec-- tores económicos más importantes. La inversión en edificios, - locales, instalaciones, servicios, etc. es de suma importan-- cia.

La clasificación de los hoteles por categorías, obedece a ra-- zones económicas y a razones fiscales.

(14) Ibid. Pag. 37

(15) Ibid. pag. 38

1.2. MOTEL.

Su estructura es horizontal. Generalmente se ubican a lo largo de las carreteras o en las afueras de una población. Las unidades de alojamiento propio. Las habitaciones están diseminadas en todo el terreno, situándose las instalaciones principales en un lugar más accesible (recepción, restaurante, bar, piscina, tiendas, etc.)

El motel aparece en las década de los años cuarenta en los Estados Unidos de Norteamérica, como respuesta a las necesidades planteadas por el turismo de carretera. Los servicios que ofrecen de la magnitud estructural implantada.

1.3. MOTOR HOTEL.

La estructura y los servicios son similares a un hotel, pero con la modalidad de poseer área de aparcamiento para automóviles en el sótano o en pisos construidos expresos. Se localiza en centros urbanos importantes.

1.4. HOTEL RESIDENCIAL.

Este establecimiento coincide con las características de los anteriores, aunque su servicio es solicitado por personas cuya estancia será prolongada y, por tanto, su capacidad económica es amplia. Por estas consideraciones, dichas empresas -- ofrecen habitaciones lujosas.

II. TIPO EXTRA-HOTEL.

Su servicio, a diferencia de los establecimientos tipo hotel no son especializados. La estructura de su organización es simple y tiene poco personal, el servicio a las habitaciones es mínimo o no se brinda.

Una definición aproximada sería "Son todos aquellos establecimientos o instalaciones propicias al alojamiento, con mínimos servicios en habitaciones; ofrecen algunas facilidades que satisfacen las necesidades del huésped".

2.1. CASAS DE HUÉSPEDES O PENSIONES.

Brindan alojamiento en forma limitada a visitantes cuya capacidad económica es mínima; los estudiantes nacionales o extranjeros son huéspedes asiduos de estos establecimientos. Su alquiler es por día, semana o mes. Ofrecen servicios de alimentación y lavado de ropa.

2.2. APARTAMENTOS O CASAS PARTICULARES.

Establecimientos de hospedaje con servicios elementales para ofrecer a turistas que viajan en grupo, generalmente familiar permaneciendo largas temporadas en el centro receptor, se alquilan por semana o por mes.

2.3. ALBERGUES JUVENILES.

Establecimientos creados expresamente para jóvenes, cuya admisión está restringida y controlada, ajustándose a ciertos requisitos determinados con anterioridad. Ofrecen instalaciones funcionales y se alquilan por día. Sus tarifas son muy económicas. En algunos casos existe servicio de alimentación o facilidades para su preparación por parte de los huéspedes. Son estructuras que albergan grandes áreas de alojamiento, disponiendo de literas, camas, colchonetas o catres, y servicios sanitarios generales. Casi todos dependen del Estado o de asociaciones civiles.

2.4. REFUGIOS, CABAÑAS Y BUNGALOWS.

Estas unidades de alojamiento son de variada estructura y tamaño, su ubicación es diversa: montañas, playas, lugares donde se practica la caza, la pesca, el alpinismo, el excursionismo; o bien, en los centros vacacionales. Responde a la demanda de quienes prefieren disfrutar los recursos naturales y practicar actividades deportivas. El servicio de habitaciones y alimentación generalmente lo satisfacen los propios huéspedes.

2.5. CAMPOS TURISTICOS.

Son espacios abiertos destinados a la recepción de casas rodantes (trailer parks), tiendas de campaña (campings), o la combinación de ambos servicios. Ofrece las siguientes facilidades: Energía Eléctrica, agua potable, gas, drenaje. Poseen instalaciones que albergan: Cafeterías, Tienda de víveres, salas de esparcimiento, duchas, sanitarios, etc.

Todos los establecimientos y sitios dedicados al hospedaje, - por su estructura y operación, habrán de ubicarse en una categoría determinada, atendiendo a la calidad y cantidad de los servicios que ofrecen, así como a las instalaciones de que -- disponen.

ALIMENTACION:

Este servicio tiene por objeto la satisfacción de una necesidad primaria del turista. Dichos establecimientos se diferencian unos de otros de acuerdo a la modalidad del servicio.

La clasificación operativa de estas empresas es la siguiente:

1.- Restaurante

- a) De auto-servicio o self service, donde el cliente se - a tiende por sí mismo.
- b) Resto-rutas o restaurantes de carretera.
- c) Snack bar, sitio que ofrece comidas ligeras.

2.- Cafeterías con servicio de cocina.

3.- Máquinas de alimentos preparados.

El servicio que ofrece el restaurante se caracteriza por la - especialización del servicio y la calidad en la preparación - de alimentos, elementos que determinan la categoría del esta- blecimiento.

Actualmente, también satisfacen variados requerimientos prove- nientes de los habitantes locales: Loches comerciales, desayu- nos políticos, banquetes, eventos sociales, etc., el turista se ve obligado a hacer uso de estos servicios en forma siste- mática, durante su estancia temporal.

Se pueden clasificar, en términos generales así:

- a) De lujo (cocina internacional generalmente), con servicio francés personal especializado y bodega de vinos.
- b) De primera (cocina nacional e internacional), con alguna especialidad culinaria y carta de vinos limitada.
- c) De tipo medio, cocina nacional sin especialidad culinaria ni carta de vinos.
- d) De tipo económico; cocina sencilla, sin servicio califica- do.

La vinculación estrecha de este servicio con el de alojamien- to es discutible. El servicio de alimentos tiene relación in- disoluble con el de bebidas, fortaleciendo así la unidad bási- ca de hospedaje.

Los restaurantes como los hoteles, son objeto de severas reglamentaciones oficiales, que fijan y delimitan condiciones y obligaciones, en beneficio de los usuarios.

2.4. EMPRESAS ORGANIZADORAS Y PROMOTORAS DE VIAJES.

Conocidas como agencias de viajes, cuya existencia responde a las necesidades derivadas del desplazamiento turístico: Información general, orientación específica, preparación de itinerario, reservaciones de todo tipo y asesoría migratoria.

Las funciones características de la agencia de viajes son:

- a) Canalizar la corriente turística, solicitando y contratando previamente los servicios.
- b) Promueve atractivos y servicios turísticos, al ofrecer en venta sus viajes.

Estas empresas complementan satisfactoriamente la demanda de servicios turísticos. Su implantación y organización dependen de la magnitud de operación, tipo de mercado y carácter administrativo.

También existen los promotores, personas o entidades especializadas en la realización de campañas de difusión y publicidad de los valores turísticos; los creadores de oferta, instituciones y organismos que tienen la responsabilidad de dirigir el planteamiento, de fomentar el desarrollo de la estructura y de establecer el marco de los bienes turísticos, etc.

GUIAS DE TURISTAS.

Representan otro servicio de sujeto de desplazamiento humano temporal. Son personas que, mediante una preparación previa, y especializada, informan detalladamente al turista (en uno o mas idiomas), sobre sitios de interés, costumbres, datos históricos, etc., convirtiéndose en portavoces del centro receptor y del país en general.

Este prestador de servicios requiere estar autorizado por los organismos oficiales de turismo del lugar donde realice sus actividad.

Los guías de turistas se clasifican en:

- Guías fijos (del sector público o privado), su servicio se restringe a un sitio determinado: Museos, Sitios de interés histórico, Instituciones públicas o privadas, Galerías de arte, Palacios, etc. En la actualidad los sistemas audiovisuales están reemplazando la actividad de estos prestadores.
- Guías informadores, conducen visitas locales en el idioma propio del lugar (no necesitan ser bilingües).
- Guías conductores, acompañan y asisten en todo momento a un grupo de turistas, responsabilizándose de ellos en cualquiera de los viajes. La información que brindan es general. Guías intérpretes (bilingües o políglotas), prestan sus servicios en todo tipo de recorridos.
- Guías choferes, además de conducir un autobús o su propio automóvil, proporcionan la información correspondiente del sitio visitado.

CAPITULO 3.- MARCO JURIDICO EL TURISMO

3.1.- BASES CONSTITUCIONALES DEL TURISMO.

La base constitucional que rige la relación turística entre el poder público y los particulares, nacionales o extranjeros es el " Derecho a la libertad de tránsito ", contenida en el artículo 11 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y que a la letra dice:

Art.11. Todo hombre tiene derecho a entrar en la República, salir de ella, viajar en 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.

Afirma el Maestro Manuel R. Palacios Luna (1), que este derecho forma parte de una de las cuatro grandes categorías de derechos del hombre, es consustancial a la vida de ser humano, derechos definidos tiempo atrás, tanto en la Declaración de Derechos de Virginia, como en la Declaración de Derechos del hombre y del Ciudadano Francesa de 1789.

El artículo 25 Constitucional, reformado según decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de febrero de 1983, establece que, corresponde al Estado la planeación a fin de fomentar el crecimiento económico de la nación.

La planeación puede ser a través de las empresas o de las instituciones sociales y culturales que establece la propia Constitución.

El párrafo tercero del mismo artículo, establece que el desarrollo económico nacional, concurrirán el sector público, el sector social y el sector privado a fin de impulsar las áreas prioritarias del país, como es el turismo.

(1) Ob. Cit. Lic. Manuel Palacios Luna.

A través de medidas el Estado, impulsará las actividades económicas y culturales, y podrá fijar planes y programas a través de las Secretarías correspondientes a fin de impulsar, fomentar y desarrollar la actividad turística del país.

Artículo 26 Constitucional.

Este artículo es base para que exista el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, ya que se establece que habrá un Plan Nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal, a través de sus secretarías. Por consiguiente los fines de ambos se relacionan con el desarrollo económico y social del país. Y siendo obligatorio únicamente para la Federación. Los particulares o los sectores sociales, están en libertad de apegarse o no al sistema propuesto.

Este artículo también faculta al Ejecutivo para que formule procedimientos de participación y consulta popular, sobre formulación procedimientos de control y evaluación y control de los programas de desarrollo.

En la parte final de este artículo, dispone que se darán las bases para que el Ejecutivo Federal coordine mediante convenios con los gobiernos de las entidades federativas e induzca y concierte con los particulares las acciones a realizar para su elaboración y ejecución.

Artículo 73 fracción XVI.

Fundamento de la regulación de la actividad turística.

Artículo 73. El Congreso tiene facultad para:
Fracción XVI: Para dictar leyes sobre la nacionalidad, condición jurídica de los extranjeros, ciudadanía, naturalización, colonización, emigración e inmigración y salubridad general de la República.

Asimismo, la fracción XXIX del mismo artículo 73 Constitucional, faculta al Poder Legislativo para expedir Leyes sobre planeación Nacional del desarrollo económico y social, y siendo el turismo una actividad tan importante, ocupa un lugar primordial dentro de los planes del Estado.

3.2. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Dispone este ordenamiento en el artículo 42, que la Secretaría de Turismo, está facultada para formular la programación de la actividad turística nacional y organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo.

Para fomento del turismo, podrá celebrar convenios de promoción y fomento turístico con los Estados, Municipios, en combinación con la Secretaría de Programación y Presupuesto.

La Secretaría de Turismo puede: Promover convenios turísticos, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública.

Realizar la publicidad e información turística en combinación con organismos del Gobierno Federal, entidades y municipios.

Promover y Organizar espectáculos, congresos, etc., autorizar los reglamentos de los establecimientos de hospedaje, fijar o modificar las categorías de turismo de acuerdo con la Secretaría de Programación y Presupuesto.

También la Secretaría de Turismo, puede promover zonas de desarrollo turístico, de acuerdo con las entidades federativas en forma conjunta con la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas. Llevar el registro de proveedores de servicios turísticos y los precios de alimentos y bebidas, de acuerdo con las leyes respectivas.

La Secretaría de Turismo, tiene la facultad de:

- Intervenir para el otorgamiento de estímulos, franquicias y facilidades a los prestadores de servicios.
- Autorizar precios y tarifas de los servicios turísticos, de arrendamiento de inmuebles destinados al turismo en los términos de la Ley y vigilar y controlar la aplicación correcta de estos servicios.

Así también tiene la función de estimular la creación de asociaciones, comités, patronatos de carácter turístico. Emitir opinión en los casos de inversión extranjera en actividades turísticas y con las Secretarías de Estado y organismos administrativos en general, participar en actividades de programación y ejecución de medidas de protección y vigilancia turística.

3.3. LEY FEDERAL DE TURISMO (Publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 6 de Febrero de 1984).

La Ley Federal de Turismo, es de observancia general en toda la República, correspondiendo su aplicación al Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Turismo.

Objeto.- La 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.
- V.- La regulación, clasificación y control de los servicios

Sujetos Obligados:

Para efecto de esta Ley se considera a los turistas y a los prestadores de servicios como sujetos obligados.

El artículo 3 define al turista como:

" 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 art. 4 de esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley General de Población para efectos migratorios.

La definición de prestador de servicios turísticos, la encontramos en el art. 3 de esta Ley, que establece:

Por prestador de servicios turísticos, se considera a las personas físicas o morales que proporcionen o contraten las prestaciones de dichos servicios turísticos.

Dichos prestadores de servicios se sujetan a lo dispuesto en el capítulo IX " Prestadores de Servicios Turísticos ".

En los artículos 57 al 72, se establecen las condiciones que en materia turística deben satisfacer los prestadores de servicios ante la Secretaría de Turismo.

Los prestadores de servicios turísticos deben solicitar de la Secretaría de Turismo, la autorización de sus precios y tarifas, y solo podrán ser aplicados cuando se expida la autorización por escrito.

En dicha Ley también se establece que para poder operar, los prestadores de servicios turísticos deberán inscribirse al establecimiento correspondiente en el Registro Nacional de Turismo y contar con la cédula turística.

La Secretaría de Turismo, tiene facultades amplias, respecto a las actividades de los prestadores de servicios y de los establecimientos correspondientes.

En los artículos 73 a 76, se establecen las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, y que son:

- I.- Proporcionar los bienes y servicios que ofrezcan a los turistas, en los términos convenidos.
- II.- Revalidar la cédula turística o credencial, según corresponda con la periodicidad que para cada tipo de servicio turístico establezcan los reglamentos.
- III. Aplicar los precios y tarifas autorizados por la Secretaría.
- IV.- Colaborar con la Secretaría en los programas de fomento y de turismo social que se lleve a cabo.
- V.- Comunicar a la Secretaría los cambios de nombre o razón social del establecimiento, de propietario o de domicilio, así como cualquier modificación de los servicios que presten.
- VI.- Garantizar el cumplimiento de las condiciones en que se ofrezcan los servicios, mediante el otorgamiento de fianzas, así como contratar los seguros que se requieran, de acuerdo con las modalidades y términos que establezcan los reglamentos.

CAMPO DE APLICACION DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO.

Es de observancia en toda la República, y sus disposiciones son de orden público.

Autoridad Competente.- De acuerdo con el artículo 1 de la Ley corresponde su aplicación al Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Turismo. Asimismo establece en el art. 6 que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y sus representantes en el extranjero, así como los gobiernos estatales y municipales, en la forma en que convenga, auxiliarán a la Secretaría en la aplicación de esta Ley, y de los reglamentos que de ella emanen.

PROCEDIMIENTO

La Secretaría de Turismo, es la responsable de asistir, auxiliar y proteger a los turistas, estableciendo el procedimiento respectivo en los capítulos XI, XII y XIII, de la mencionada Ley.

Así que es obligación de la Secretaría intervenir en controversias que se susciten entre los turistas y los prestadores de servicio. De igual forma intervendrá cuando se hayan cometido violaciones o alguna de las partes que intervienen en la actividad turística incumplan la Ley Federal de Turismo o sus reglamentos, canalizando el asunto a la autoridad competente y, en su caso constituyéndose en coadyuvante del Ministerio Público. Para dar cumplimiento a lo anterior, la Secretaría recibirá y atenderá las quejas que los usuarios presenten por escrito, asimismo, dará curso a las quejas que se contengan en los libros de registro con que deben contar los establecimientos donde se presten servicios turísticos.

A efecto de regular y controlar la prestación de los servicios turísticos, la Secretaría vigilará que los establecimientos cuenten con cédula turística; que presten los servicios conforme a su clasificación y categoría, en los términos contratados con los usuarios y que se apliquen los precios y tarifas autorizados.

De acuerdo al Artículo 9.º de la mencionada Ley, la Secretaría podrá imponer las siguientes sanciones:

- 1.- Multa.
- 2.- Clausura temporal o definitiva
- 3.- Cancelación de la cédula turística o credencial según sea el caso.

Contra las sanciones que imponga la Secretaría, procede el recurso de revisión.

RECURSO DE REVISION.

El recurso de revisión se interpondrá por escrito ante la Secretaría con fundamento en esta Ley, dentro de los siguientes quince días hábiles contados a partir del día siguiente de la fecha de notificación de la resolución que se recurra.

La interposición del recurso de revisión producirá el efecto de suspender la resolución impugnada, hasta que se revoque, conforme o modifique.

ACCION DIRECTA DEL ESTADO EN MATERIA DE TURISMO.

La Ley creó una Comisión Intersecretarial con carácter ejecutivo para conocer y resolver los problemas de naturaleza jurídica que se susciten entre las dependencias del Ejecutivo Federal.

El Ejecutivo por conducto de la Secretaría de Turismo, establece zonas de desarrollo turístico en toda la república. (3)

3.4. LEY GENERAL DE POBLACION.

De acuerdo con el artículo 1, las disposiciones de ésta Ley son de orden público, y de observancia general en toda la República.

OBJETO.

El objeto de esta Ley, establece el mismo artículo, es regular los fenómenos que afectan a la población en cuanto a su volumen, estructura, dinámica y distribución en el territorio nacional, con el fin de lograr que participe justa y equitativamente de los beneficios del desarrollo económico y social.

AUTORIDAD COMPETENTE.

El Ejecutivo Federal, establece el art. 11, por conducto de la Secretaría de Gobernación, dictará, promoverá y coordinará en su caso, las medidas adecuadas para resolver los problemas demográficos nacionales.

A continuación se enuncian las actividades que realizará la Secretaría de Gobernación para llevar a cabo el objeto enunciado en el art. 1 y son:

En lo que refiere al tema del presente trabajo, es sujetar la inmigración de extranjeros a las modalidades que juzgue pertinentes, y procurar la mejor asimilación de éstos al medio nacional, y restringir la emigración de nacionales cuando el interés nacional así lo exija.

(3) Ibid. pag. 230.

La Ley General de Población regula el desplazamiento humano - temporal, esto es los cambios en la esfera jurídica de todo - individuo que viaja más allá de las fronteras de su nación, bajo la denominación de movimiento migratorio, entendiéndose como tal: " El tránsito internacional de personas que salen o entran a un país así como el tránsito local fronterizo o el de extranjeros de una a otra población de la República. De la anterior definición se desprende la idea de que todo desplazamiento humano de extranjeros o nacionales, en un país, región, estado o población implica un movimiento migratorio.

La Ley General de Población, en su art. 7, que corresponde a la Secretaría de Gobernación.

- 1.- Organizar y coordinar los distintos servicios migratorios.
- 2.- Vigilar la entrada y salida de los nacionales y extranjeros y revisar la documentación de los mismos.
- 3.- Aplicar la Ley General de Población, así como su reglamento.

Asimismo se establece que los servicios de migración serán: Interior y Exterior

- a) INMIGRACION: Entrada de extranjeros.
- b) EMIGRACION: Salida de nacionales con objeto de radicar -- fuera del país.

MOVIMIENTO INTERNO DE EXTRANJEROS EN EL PAIS.

De acuerdo con la Ley se advierten dos posibilidades de ingreso de extranjeros a nuestro país.

- Como inmigrante: Extranjero que se interna en el país con el propósito de radicar en él. Por consiguiente no se considera como Turista.
- Como no inmigrante: Extranjero que se interna en el país - temporalmente, sin el propósito de radicar en él. Característica que coincide con el fenómeno turístico: La temporalidad.

3.5. OTROS ORDENAMIENTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

3.5.1. Reglamento interior de la Secretaría de Turismo.

Sujeto.- Quedan obligadas a dicho reglamento la Secretaría de turismo, y todas sus unidades administrativas.

Objeto.- La Secretaría de Turismo, como dependencia del Poder Ejecutivo Federal, tiene a su cargo las funciones y el despacho de los asuntos que expresamente le encomiendan la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal de Turismo y otras. Asimismo se establece en el art. 3 " La Secretaría de Turismo, a través de sus unidades administrativas, conducirá en forma programada y con base a la política que, para el logro de los objetivos y prioridades de la planeación nacional del desarrollo y de los programas a cargo de la Secretaría, establezca el Presidente de la República.

Obligaciones del Secretario de Turismo.- El reglamento señala dichas facultades en el art. 4, aclarando que dichas atribuciones son no delegables, encontrándose entre otras las siguientes:

- 1.- Establecer y dirigir la Política de la Secretaría, así como coordinar, en los términos de la legislación aplicable la del sector a su cargo.
- 2.- Proponer al titular del Ejecutivo Federal los proyectos de iniciativas de Leyes, reglamentos, decretos y órdenes sobre los asuntos de la competencia de la Secretaría y del sector respectivo.
- 3.- Dar cuenta al H. Congreso de la Unión del estado que guarden la Secretaría y el sector correspondiente y, siempre que sea requerido para ello, informar a cualquiera de las cámaras que lo integran cuando se discuta una iniciativa de la Ley o se estudie un asunto relacionado con el ámbito de su competencia.
- 4.- Someter a la consideración del Presidente de la República previo dictamen de la Secretaría de Programación y Presupuesto, el Programa Sectorial Turístico, vigilando su congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo, así como aprobar las aportaciones del Sector a los Programas Regionales y Especiales que determinen el titular del Ejecutivo Federal.

Immigrante es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente, dentro de algunas de las modalidades enunciadas en la propia Ley, y que para efecto del tema que se trata en el presente trabajo, es conveniente enunciar la definición que hace esta ley de:

- I.- Turista. Con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas, con temporalidad máxima de seis meses improrrogables.

Como se puede observar destacan dos características importantes, que son la temporalidad establecida de seis meses y la no remuneración en las actividades realizadas, a diferencia de la Ley Federal de Turismo, que establece que se considera como turista a la persona que viaje, trasladándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, sin establecer que tiempo y que no exista remuneración, por consiguiente consideramos importante conjugar ambas definiciones para efectos de entender el fenómeno turístico y sus características.

- II.- Transmigrantes.- En el tránsito hacia otro país y que podrá permanecer en territorio nacional hasta por treinta días.

- III. Visitantes.- Para dedicarse al ejercicio de alguna actividad lucrativa o no, siempre que sea lícita y honesta, con autorización para permanecer en el país hasta por seis meses, prorrogables por una sola vez por igual temporalidad, excepto si durante su estancia vive de sus recursos traídos del extranjero, de las rentas que éstos produzcan o de cualquier ingreso proveniente de exterior o para actividades científicas, técnicas, artísticas, deportivas o similares, en que podrán concederse dos prórrogas más.

Es clara la diferencia entre transmigrantes y visitante, con respecto al turista, en cada una de las definiciones están bien determinadas las características de cada uno.

- 5.- Atender los asuntos internacionales de la competencia de la Secretaría, así como la celebración y cumplimiento de convenios bilaterales y multilaterales de cooperación turística, con la participación que corresponda a la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Así como ejercer las demás atribuciones que las disposiciones legales le confieran expresamente, sin embargo a nuestro parecer las mencionadas anteriormente son de las más importantes.

- 3.5.2.- Reglamento para restaurantes, cafeterías y similares, (Publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 8 de Octubre de 1982).

Ambito.- Las disposiciones de este reglamento se aplicarán en toda la República.

Sujeto.- Las personas físicas o morales, prestadores de servicios turísticos de restaurantes, cafeterías y similares.

Establece el art. 2, que se entiende para efectos de este reglamento como restaurantes y cafeterías, aquellos establecimientos, en donde se vendan alimentos condimentados para su consumo inmediato, con o sin servicio de vinos y licores, que cuenten con instalaciones mínimas de comedor, cocina y sanitarios. Y son servicios turísticos similares a restaurantes y cafeterías, los cabarets que ofrezcan servicio de restaurante.

Obligaciones.- El artículo 49 de este reglamento, contiene -- las obligaciones para los prestadores de servicios turísticos las cuales son:

- Exhibir en lugar visible y en la entrada del establecimiento la lista de precios autorizados.
- Conservar las instalaciones y equipo en estado de uso e higiene.
- Cumplir con las reservaciones aceptadas.
- Abstenerse de realizar cualquier práctica o política discriminatoria.
- Dar aviso a la Secretaría de Turismo de cualquier cambio -- que modifique lo asentado en el Registro Nacional de Turismo.

3.5.3.- Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas. (Públicado en el Diario Oficial de la Federación el día 18 de Junio de 1986).

Objeto.- El presente reglamento (Establece el art. 1), tiene por objeto regular el registro de los operadores de marinas turísticas, y la operación y promoción de estas como servicio turísticos en los términos de la Ley de la materia.

Sujeto.- Para efectos de este reglamento se entiende por marina turística al conjunto de instalaciones a través de las cuales se prestan abrigo y servicios a embarcaciones de recreo y deportivas, nacionales y extranjeras, construidas de conformidad con las disposiciones y normas que corresponde aplicar a las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, y de Desarrollo Urbano y Ecología. Se entiende como operador de una marina turística a la persona física o moral que esté autorizada por la Ley.

Con el propósito de constatar que las marinas turísticas registradas ante la Secretaría, conserven las instalaciones y servicios en buen estado, se practicarán visitas de verificación a las mismas.

3.5.4.- Reglamento de Agencias de Viaje. (Publicado en el -- Diario Oficial de la Federación el día 16 de Agosto -- de 1984).

Ambito.- Las disposiciones de este reglamento se aplican en -- toda la república, a través de la Secretaría de Turismo.

Objeto.- Establecer las disposiciones que deberán observar -- las personas físicas o morales que proporcionen los servicios turísticos.

Se considera que proporcionan el servicio turístico de agencias de viaje, las personas físicas o morales que desempeñen una o más de las siguientes actividades.

- Servir de intermediarias entre los turistas y otros prestadores de servicios turísticos, y entre los prestadores de servicio entre si.
- Reservar espacios en los medios de transportes y expedir a nombre de los transportistas y a favor de los turistas, -- los boletos, cupones u órdenes de servicio correspondiente
- Reservar a los turistas habitaciones y demás servicios conexos en establecimientos de hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes.
- Prestar a los turistas servicios de reservaciones y adquisición de boletos para espectáculos públicos y sitios de atracción turística.
- Organizar y operar viajes y excursiones, dentro del territorio nacional o en el extranjero.

La Secretaría de Turismo, otorga a las personas físicas o morales que lo soliciten, previa la satisfacción de los requisitos establecidos, su inscripción en el registro Nacional de Turismo.

Procedimientos de Conciliación.- Cuando un turista considere que no ha recibido de la agencia de viajes, el servicio pactado, podrá presentar una queja ante la Secretaría o hacerla -- constar en el libro de registro de quejas y sugerencias que -- se establece.

La Secretaría podrá imponer multas, clausurar el establecimiento donde se preste el servicio y cancelar la cédula turística por el incumplimiento de la Ley.

Recurso de Revisión.- Contra las sanciones que imponga y notifique la Secretaría, procederá la interposición del recurso de revisión, que se interpondrá ante el titular de la Secretaría.

Las soluciones definitivas que se dicten en relación con los recursos que se interpongan, serán notificados tanto al recurrente como a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, -- bien sea que se revoque, confirme o modifique la sanción impuesta.

3.5.5.- Reglamento de Arrendadoras de Automóviles.

Objeto.- Establecer las disposiciones que deberán observar -- las personas físicas o morales que proporcionen el -- servicio turístico de arrendamiento de automóviles.

Sujeto.- Aquellas personas que presten el servicio turístico de arrendamiento de automóviles, y que pueden ser -- personas físicas o morales, propietarias de automóviles o detentando la posesión legal, transmiten su uso y goce temporal, en forma habitual, mediante el pago de una tarifa.

También por consiguiente son sujetos de este reglamento los que contratan el servicio de arrendamiento de automóviles.

Con el propósito de analizar lo relacionado con el establecimiento y la operación de las arrendadoras de automóviles, -- existe un órgano colegiado denominado "Comisión Consultiva -- de Arrendadoras de Automóviles".

Procedimiento de conciliación.- Cuando un turista considere que no ha recibido de la arrendadora de automóviles, el servicio pactado, podrá presentar una queja ante la Secretaría o hacerla constar en el libro de registro de quejas o sugerencias que establece la Ley.

La Secretaría podrá imponer como sanción al prestador de servicio de arrendamiento de automóviles las siguientes sanciones:

- Multa, cláusula del establecimiento donde se preste el servicio y cancelación de la cédula turística.

RECURSO DE REVISION

Contra las sanciones que imponga y notifique la Secretaría -- procederá la interposición del recurso de revisión, el que se interpone ante el titular de la Secretaría de Turismo.

Las resoluciones definitivas que se dicten en relación con -- los recursos que se interpongan serán notificadas tanto a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público como al recurrente, bien sea que se revoque, confirme o modifique la sanción impugnada.

3.5.6.- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, Campamentos y Paradores de casa rodantes. (Publicado en el diario oficial de la Federación el día 20 de Agosto de 1984).

Objeto.- ES de observancia en toda la República y tiene por objeto establecer las disposiciones que deberán observar las personas físicas o morales que proporcionen los servicios turísticos a que hace referencia la fracción I del art. 4 de la Ley Federal de Turismo.

Sujeto.- Se sujetan al presente reglamento los prestadores de servicios turísticos de hospedaje y los usuarios de dicho servicio.

Se considera como establecimientos de hospedaje, aquellos inmuebles en los que se ofrece al público, el servicio de alojamiento en habitación.

Como campamentos, aquellas superficies al aire libre, delimitadas y acondicionadas, en las que puede instalarse equipo con el propósito de acampar. Los paradores de casas rodantes son superficies con características similares a las anteriores destinadas al establecimiento de vehículos y casas rodantes, en los que se proporcionan servicios complementarios a éstos.

Para prestar el servicio turístico de alojamiento en los establecimientos de hospedaje o el de campamento o parador de casa rodantes, las personas físicas o morales que lo proporcionan deberán solicitar ante la Secretaría su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

Corresponde a la Secretaría de Turismo, otorgar y modificar, en su caso, la categoría de cada establecimiento de hospedaje. Las categorías que podrá otorgar la Secretaría son: Economía, una a cinco estrellas, gran turismo y especial. Para lo cual la Secretaría toma en cuenta la inversión, el número de empleados, la ubicación, la superficie construida, área abierta áreas comerciales, superficie de establecimiento, número de habitaciones, mobiliario y servicio en las habitaciones entre otras cosas.

PROCEDIMIENTO DE CONCILIACION

Al igual que con otros servicios turísticos, cuando un turista considere que no ha recibido los servicios en el establecimiento de hospedaje, campamento o parador de casas rodantes, según sea el caso, en términos de lo ofrecido por el prestador correspondiente, de lo pactado, podrá presentar una queja por escrito ante la Secretaría o hacerla constar en el libro de registro de quejas y sugerencias que para tal efecto existe.

La Secretaría no podrá imponer sanciones a los prestadores de servicios, que pueden ser desde multas, clausura del establecimiento y cancelación de la cédula turística.

Recurso de Revisión.- Contra las sanciones que imponga y notifique la Secretaría procederá la interposición del recurso de revisión ante el titular de la misma.

Las resoluciones definitivas que se dicten en relación con -- los recursos que se interpongan, serán notificadas tanto al -- recurrente como a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

3.6.- AUTORIDADES GUBERNAMENTALES QUE INTERVIENEN EN EL FENOMENO TURISTICO.

Las Leyes, reglamentos y disposiciones legales aplicables, -- mencionados anteriormente, implican la existencia de autoridades gubernamentales que intervienen en el fenómeno turístico, las más importantes son:

SECRETARIA DE GOBERNACION
SECRETARIA DE TURISMO
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES
CONSEJO NACIONAL DE TURISMO
SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES
SECRETARIA DE SALUBRIDAD
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO.
Y SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO

La Secretaría de Gobernación es la dependencia que tiene a su cargo la regulación y vigilancia del movimiento migratorio. - Autoriza directamente la entrada y salida de nacionales y extranjeros. Organiza y coordina los servicios migratorios, así como al personal encargado de los mismos en puertos, fronteras, aeropuertos, determinando los trámites a seguir en todos los casos.

La Secretaría de Relaciones Exteriores facilitan los desplazamientos turísticos al expedir los documentos oficiales requeridos, suscribe acuerdos y convenios con otros países para -- favorecer el tránsito internacional de viajeros, estimula y fomenta las relaciones internacionales.

La Secretaría de Turismo, consideramos es la más importante - dentro de la actividad turística, ya que tiene a su cargo.

- 1.- La programación de la actividad turística.
- 2.- La promoción, fomento y desarrollo del turismo.
- 3.- La creación, conservación, mejoramiento, protección y --- aprovechamiento de los recursos y atractivos nacionales.

4.- La protección y auxilio de los turistas, que es tan importante.

5.- La regulación clasificación y control de los servicios turísticos.

El Consejo Nacional de Turismo, promueve las condiciones necesarias a la existencia, fomento y desarrollo del turismo, proponiendo la política que considere pertinente seguir en materia turística.

La Secretaría de Comunicaciones y Transporte, tiene a su cargo lo relacionado con las comunicaciones; regula la existencia y desarrollo de los medios de transportación.

La Secretaría de Salubridad y Asistencia, favorece las condiciones propicias de salud pública que todo país receptor de turismo debe poseer, cuida también la preservación ecológica.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público en razón a su intervención fiscal en todos los órdenes.

La Secretaría de Programación y Presupuesto analiza y favorece la autorización para el desarrollo de polos turísticos, creación de empresas, y en general, el incremento de la actividad turística.

CAPITULO 4.- EL TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO NACIONAL

4.1.- Importancia y efectos del turismo.

Como hemos mencionado a lo largo de este trabajo, el turismo es una actividad de servicio, que trae como consecuencia beneficios económicos para el país que lo explota adecuadamente.

Sus ventajas son: Económicas, como es la generación de empleos y divisas; y Culturales, ya que constituye un factor fundamental de identidad nacionalista que propicia el entendimiento cultural interno y mejora las relaciones del país en la comunidad internacional.

Las erogaciones que hacen los viajeros extranjeros constituyen una entrada de divisas, que beneficia la economía del país, registrándose dichos efectos en la balanza de pagos.

Como afirma el Maestro Manuel R. Palacios Luna, que "El turismo genera un comercio exterior invisible aunque por su naturaleza no lo registra la Balanza de Pagos (Las compras de los turistas)".

Partiendo de las anotaciones anteriores, resulta importante hablar de la balanza de pagos dentro del tema turismo, sobre todo dentro de este capítulo.

Ubiquemos ahora el turismo en la balanza de pagos, analizando su importancia:

Para Raymond Barre, (1) la balanza de pagos de un país es el documento contable que suministra las transacciones económicas que han sido realizadas durante un período dado, generalmente un año.

(1) Raymond Barre, Economía Política, p. 245 TII, citado por Manuel R. Palacios Luna, en su obra "El Derecho Económico en México".

Los renglones que lo forman son:

La compra-venta de mercancías o la balanza comercial (al activo las exportaciones; al pasivo las importaciones), y el 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, etc. y los desplazamientos de capital en el extranjero.

Resumiendo ubicamos al turismo dentro de la balanza de pagos así:

a) Balanza comercial.- Compra venta de mercancías.

Turismo

BALANZA DE PAGOS

b) Corrientes migratorias de la población.

Trabajadores
migratorios

c) Movimientos erráticos de capital

En 1988, según la Balanza de Pagos, el turismo incluyendo --- transportes, produjo a México más de U.S. 2,900 millones de dólares.

No obstante lo anterior para el año de 1989 se le asignó a la Secretaría de Turismo, un presupuesto de 97,797 millones de pesos cantidad inferior en 23,070 millones de pesos a la asignada en 1988, solo se le está designando el 1.4% de las divisas que produce.

Es este un problema muy importante, ya que como vimos el turismo ocupa un lugar importante dentro de la balanza de pagos de México, que reditúa frutos considerables, sin embargo se le asigna un presupuesto que no representa ni el 2% de las divisas que produce.

Una vez apuntados los comentarios anteriores continuamos ressaltando la importancia del turismo.

Los medios de difusión de que se vale la publicidad para su realización son: prensa, periódicos, revistas, folletos, libros, posters, cine, radio, televisión, correo, aparadores y stands en ferias y exposiciones, que pueden ser permanentes o eventuales.

- Las relaciones públicas:

Corresponden a una función ejecutiva de carácter permanente - que permite, a través de la información personal, oral o escrita, la comunicación propicia para lograr:

- a) La difusión de los atractivos y servicios turísticos.
- b) La colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y entre estos y las autoridades gubernamentales turísticas.

El maestro Manuel Ramírez Blanco, (2) menciona que esta labor abarca principalmente los siguientes aspectos:

- Organización de conferencias de prensa, recepciones, cocktails, seminarios, congresos y convenciones.
- Organización de viajes y eventos especiales para la familiarización 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 por correo de sugerencia e información solicitadas para el desplazamiento turístico, acompañados de material publicitario.

La promoción turística se divide en función a quien se dirige en:

Directa e Indirecta. La primera es la que se dirige hacia un sector de población turística, identificado y localizado en razón de una situación particular de intereses y actitudes: ejemplo, las promociones de los transportistas y agencias de viaje para sus clientes. Y la segunda es la que se promueve a un núcleo de población.

(2) Ibid. pag. 113

Generalmente sin importar intereses, cualidades, etc. con in formación general como es mapas, folletos, etc.

En atención a quien realiza y como la realiza, la promoción - de acuerdo a Manuel Ramírez Blanco es:

- Pública y Privada
- Institucional y no Institucional

La promoción pública es la que realiza uno o varios organis-- mos de carácter público; autoridad estatal: ejemplo, los del Consejo Nacional de Turismo, Pemex, o Secretaría de Turismo.

La promoción privada es la que realizan las empresas particu-- lares asociaciones civiles, sociedades de carácter industrial o mercantil; ejemplo, Cámaras de turismo, Comercio, Indus--- trias; asociaciones de hoteles, restaurantes, agencias de --- viajes, etc.

Por lo que respecta al como se realiza la promoción, a los -- efectos de costo, eficiencia y vigencia, se divide en:

Institucional: Que es la que se realiza en forma organizada y sistemática, por ser estas las características de toda Insti-- tución:

ejemplo compañías que manejan los organismos oficiales, aso-- ciaciones gremiales mas importantes.

Y la no institucional, que es la que a pesar de observar li-- neamientos definidos no se realizan en forma permanente debi-- do a que responde a intereses particulares de empresas.

En atención al objeto de la promoción, se divide en:

General y específica.

La general es aquella donde el objeto de promover resulta ser un país, una zona o una localidad determinada, o tienen la ge neralidad de los atractivos o servicios turísticos: ejemplo, compañías para la utilización de los servicios de agencias de viajes, etc.

La promoción específica es la que proporciona el disfrute y el uso de un atractivo en particular o el de un servicio tur-- rístico concreto: ejem. Conozca el mundo de Western Airlines etc.

Por último encontramos que en función de los resultados, la - promoción se divide en inmediata y mediata.

La inmediata es la que produce beneficios a corto plazo: ofer tas ventajas económicas, facilidades de crédito, etc.

La promoción mediata es la que permite aumentar a largo plazo los desplazamientos turísticos: ejemplo "Año del Turismo In-- ternacional".

4.2.2. Fases de la Promoción.

La promoción turística como actividad técnica se lleva a cabo dentro de un planteamiento, que cubre tres fases principalmente,(3):

- a) Planeación y/o Programación
- b) Realización
- c) Control y Evaluación de resultados.

La Planeación y/o Programación: Consiste en reflexionar sobre la posible secuencia lógica de acción y plasmarla en un programa completo y concreto.

La realización consiste en la puesta en práctica del programa promocional.

El control y la evaluación de los resultados, consisten en la comprobación de su efectividad y el establecimiento de los ajustes necesarios a fin de lograr el objetivo propuesto.

Lo anteriormente expuesto sobre la promoción nos permite comprobar que gran parte del éxito que se tenga en la actividad turística depende de un buen plan de promoción turística, aunado a los puntos que analizaremos a continuación, y que son igualmente importantes.

(3) Ibid. pag. 114

4.2.3. Análisis de la situación actual del turismo en México.

Partiendo de los conceptos anunciados anteriormente, sobre promoción turística, analizaremos a continuación la situación actual del turismo en México, externando nuestra opinión sobre algunas alternativas para lograr mejores resultados en la actividad turística y en consecuencia beneficios para la economía nacional.

Alternativas de solución:

A) PROMOVER EL TURISMO

Como punto de partida, es necesario realizar una fuerte e intensa campaña de promoción turística (en el inciso anterior vimos que es la promoción, como funciona y fases de funcionamiento), en países como Estados Unidos (que es la principal fuente de ingreso turístico en México), Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza, Canadá, etc. países que por su actual situación económica es posible que les sea atractivo visitar México. Para lo cual es necesario dar a conocer la mejor imagen de nuestro país.

Es importante que los métodos y sistemas de promoción sean -- elaborados por personas especializadas en ello, para que permitan orientar las actividades promocionales con alto rendimiento y eficacia, y que la imagen de México que se va a proyectar al extranjero sea realista y actual.

Encontramos en la promoción turística un punto medular, ya que sino conocen México, ni que es México, o que puede ofrecerles, en el extranjero es difícil que vengan a él.

Los eventos deportivos mundiales, los certámenes de belleza, o los eventos culturales, celebrados en México, constituyen una fuente importante de promoción turística, ya que normalmente son transmitidos en todo el mundo.

B) INCREMENTO DEL TURISMO NACIONAL E INTERNO

Hay que incrementar el turismo que circula dentro de nuestras fronteras, esto es el turismo nacional, ya que este tiene una función importante, porque al utilizar los servicios turísticos, provocan el fortalecimiento de las empresas involucradas en dicha actividad y pueden lograr (dependiendo de la demanda) la aparición de nuevas empresas que ayuden a elevar el índice ocupacional.

Además la corriente turística nacional actúa como complementaria y equilibradora de los servicios turísticos en especial en las épocas de ausencia de la corriente turística extranjera.

Se debe poner especial atención al turismo recreativo de la población de ingresos medios y bajos, ya que es el más susceptible de practicar el turismo interior si existen planes vacacionales que se adecúen a las necesidades.

C) DISMINUCION DEL TURISMO NACIONAL EGRESIVO

El turismo egresivo (como ya se mencionó en el capítulo 2), es aquel que viaja más allá de las fronteras, realizando por ende gastos que significan salida de divisas y que por lo tanto aparecen en el renglón negativo de la balanza de pagos.

El turismo nacional egresivo, puede ser fronterizo y al interior de otros países, por lo que es importante atraer la atención de estos turistas a fin de que visiten nuestro país. Sin embargo se debe tomar en cuenta que son muchos los países turísticos que están realizando una fuerte e intensa campaña publicitaria en nuestro país, con objeto de atraerlo, y es factible que en el futuro ello aumente la corriente turística egresiva considerablemente, por lo que es necesario contrarrestarlo mediante una adecuada promoción del turismo, con programas semejantes a los de:

Visite México, Viajes todo pagado, Primero conozca México, etc.

D) PROMOVER LA INVERSION

Promover la inversión de los particulares en todo lo relacionado con la actividad turística (hoteles, moteles, albergues, centros turísticos, balnearios, etc.) para el fomento de las mismas.

En términos generales se puede clasificar la inversión turística que se requiere en tres categorías.

La primera y la más importantes es la inversión hotelera, y otros establecimientos de hospedaje, ya que si la calidad de los hoteles en México es buena y los precios son accesibles, va a incrementarse como consecuencia lógica la demanda.

La segunda, inversión para acondicionar otras actividades del sector turismo como son restaurantes, centros nocturnos, bares transportes turísticos, agencias de viajes, etc.

Y la tercera se refiere a las inversiones que debe realizar el Estado para adecuar las comunicaciones a las necesidades actuales, en caminos, aeropuertos, redes telefónicas, telex, equipamiento urbano, agua potable, energía eléctrica, etc.

Consideramos que una forma de estimular la inversión privada en nuevos desarrollos turísticos, y en los ya existentes para fortalecerlos y acrecentarlos es a través de estímulos fiscales ya que existen en nuestro territorio lugares adecuados para centros turísticos (por poseer riquezas naturales) y que carecen de servicios turísticos, donde inversiones bien planeadas darían excelentes resultados.

Asimismo es importante consolidar los centros turísticos ya existentes a fin de diversificar el mercado turístico, por lo que es conveniente que la iniciativa privada y el propio Estado inviertan en dichos centros a fin de mantenerlos en excelentes condiciones.

Llegamos a un punto donde vemos que es necesaria, la inversión constante para lograr un adecuado mantenimiento en los centros turísticos existentes, como son Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, los Cabos, Loreto, Acapulco, Manzanillo, etc.

Por otra parte, es importante continuar con el impulso a la inversión en proyectos como el desarrollo turístico Bahías de Huatulco.

E) POLITICA EFICAZ DE PRECIOS

Es necesario implementar una política eficaz de precios que permita mantener la competitividad en el mercado internacional.

Debido a que la economía del país sufre un proceso inflacionario y como consecuencia de ello se alteran los precios de los servicios turísticos, es conveniente que la Secretaría de Turismo, lleve a cabo un control efectivo sobre los precios que le cobran al turista de los servicios que le ofrecen ya que de esta forma los precios autorizados serán debidamente respetados, toda vez que el mismo artículo 84 de la Ley Federal de Turismo le da facultades para controlar y vigilar su correcta aplicación.

F) VIGILANCIA Y PROTECCION TURISTICA.

La Secretaría de Turismo, es la responsable de asistir, auxiliar y proteger a los turistas, sin embargo el problema de la seguridad es a nivel nacional, lo sufrimos todos y por consiguiente los turistas no están exentos de sufrir lesiones en su persona o en sus bienes, siendo casi imposible garantizarles una efectiva protección, pero lo que sí puede hacerse es apoyar a los organismos creados para tal efecto, a fin de crear un ambiente de seguridad a los turistas sobre todo en la Ciudad de México.

4.3. Panorama Global.

Entre los puntos de mayor importancia que consideramos es necesario mencionar, es el aspecto laboral, debe revisarse la legislación laboral relacionado con el turismo.

Se debe fomentar la afluencia del turismo nacional, facilitar el acceso a la recreación a los mexicanos, su asistencia a los distintos polos turísticos del país.

Es conveniente promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a los trabajadores.

Se debe facilitar la práctica del turismo social a través del fomento y promoción de paquetes que disminuyan el precio de los servicios turísticos.

Paralelo a este problema encontramos el de la capacitación de los trabajadores, consideramos importante que existan programas de capacitación en zonas turísticas, en el que se obliguen a los patrones capacitar técnicamente al trabajador sobre la actividad turística a fin de concientizarlos sobre la importancia del buen servicio turístico.

Por otra parte la Cámara Nacional del Comercio, indicó en el Diario " El Excelsior " de fecha 4 de febrero de 1989, a través del vocero Carlos Velasco V., que el Sector Turismo dio empleo durante 1988 a 1.8 millones de personas que representan el 7% de la población económica del país. Vemos con estas cifras la importancia del turismo en la economía de México, ya que uno de los problemas más difíciles que enfrenta México es el desempleo.

Comparativamente, el empleo generado por este Sector creció un 7% al pasar de 1.72 millones de personas ocupadas en 1982 a 1.84 en 1988. Lo anterior señala que se crearon 35 mil empleos directos y 86 mil indirectos.

Asimismo, en el mismo lapso un Fondo de Fomento al Turismo, otorgó créditos por casi 372 mil millones de pesos, de los cuales, se financió 22 mil cuartos nuevos y 14 mil remodelados en los últimos seis años.

Esto permitió que México se ubicara como el octavo país a nivel mundial en cuanto a la oferta hotelera de calidad turística, al pasar de 257 mil 221 cuartos en 1982 a 294 mil 402, que se encontraban en operación al final del sexenio pasado.

Esto significó un crecimiento porcentual de 14.4%, lo que traducido en términos reales significaron 37 mil 181 habitaciones más.

Otro comentario que consideramos importante hacer, es el hecho por el actual Secretario de Turismo, y publicado en el diario Excelsior el día 15 de Febrero de 1989, por el periodista Manuel del Castillo, en el sentido de que se creará una comisión Intersecretarial de Turismo, en la que participarán 13 Secretarías de Estado, instituciones y organismos que tienen que ver con esta actividad para constituir la como el canal único de turismo.

Asimismo dió a conocer los siete objetivos para impulsar el turismo y que son los siguientes:

- 1.- Generar empleo
- 2.- Contribuir a distribuir el gasto
- 3.- Crear satisfactores turísticos
- 4.- Propiciar el respeto y el uso ponderado de los bienes culturales del patrimonio turístico.
- 5.- Respetar y estimular la actividad privada a cuyo cargo está crear la planta turística.
- 6.- Proteger e incentivar a los prestadores de servicios
- 7.- Optimizar la capacitación de la oferta turística para captar el ahorro externo.

4.4. Anotaciones Finales

Consideramos que quedo resaltado el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico, sin embargo antes de concluir el presente trabajo es importante mencionar que es necesario adecuar los planes, programas, normas a:

- Protección a los empleos generados por el turismo.
- Generar nuevos empleos
- Creación de instalaciones y servicios turísticos que demanden un mayor contenido de mano de obra.
- Hacer del turismo una experiencia creativa, que difunda los valores y cultura de México.
- Estimular los proyectos y obras que contribuyan al desarrollo del turismo.
- Establecer una adecuada coordinación entre las autoridades aduanales, Gobernación y el registro Federal de Vehículos, para facilitar los trámites de internación a los turistas extranjeros.
- Fomentar la participación de sector privado, de la Administración, pública Federal, Estatal y Municipal, en la actividad turística.
- Consolidar los centros turísticos ya existentes (Rehabilitar la planta hotelera existente)
- Difundir información actualizada en los precios y servicios turísticos, por zonas y categorías.

4.5. Análisis de la actividad turística en los últimos años.

La actividad turística obtuvo resultados positivos durante 1983, en lo que se refiere a su participación en la actividad económica general, por su capacidad de generar empleos y divisas, así como por su aportación al desarrollo regional (3)

De acuerdo a las cifras contenidas en el informe anual ----- 1983 - 1984, de la Secretaría de Turismo, el turismo representó alrededor del 3.2% del producto interno bruto y proporcionó empleos directos e indirectos a 1.7 millones de personas.

El turismo receptivo evolucionó satisfactoriamente, como resultado de una serie de medidas adoptadas, entre las que destacan, el establecimiento de la soberanía cambiaria y el fomento a la exportación de bienes y servicios.

Las acciones de SECTUR complementaron dichas medidas, con el establecimiento de una estructura de tarifas de hospedaje pagaderas en pesos, competitivas y transparentes en su aplicación y con otras de promoción y fomento, que permitieron incrementar las ventajas de México como destino turístico, frente a otros del extranjero.

El número de turistas procedentes del exterior ascendió a 4.7 millones en 1983, lo que significó un incremento del 26% con respecto a 3.8 millones que se internaron al país en 1982.

Por lo que se refiere al gasto del turismo extranjero en el país, este fue de 1625 millones de dólares en 1983, cifra superior en 219 millones a la de 1982. La mayor parte de este gasto provino del turismo que llegó por vía aérea, el 86% del total, con un gasto medio diario de alrededor de 55 dólares, 4 veces mayor al correspondiente al de vía terrestre.

El saldo de la balanza turística fue positivo en 1983 en ----- 1,184 millones de dólares; cifra superior al nivel máximo alcanzado con anterioridad, de 759 millones en 1979 y de 618 en 1982.

El movimiento fronterizo en 1983, se estimó en 60 millones de cruces de personas, con ingresos de 1.627 millones de dólares egresos por 1457 millones y un saldo favorable de 170 millones.

Por su parte, el turismo nacional logró mantener en 1983, el nivel alcanzado el año anterior, estimado en 22.6 millones de personas, que se registraron en hoteles, no obstante los ----- efectos de la inflación y la disminución en el ingreso disponible para estos fines.

(3) Informe Anual 1983-1984, de la Secretaría de Turismo, sección diagnóstico y evolución del sector

El número de Mexicanos que viajó por el país aumentó. El total de pasajeros transportados en 1983 dentro del país fué: 22 millones por ferrocarril, 1.3. millones de transnordadores 16 millones por vía aérea y 1,400 millones en autotransporte federal.

El turismo nacional es de gran importancia para la Ciudad de México y Guadalajara, centros que recibieron cada uno, alrededor de 2 millones de personas, Acapulco recibió más de 800 mil, Veracruz, Tijuana, Puerto Vallarta, Guanajuato, Mérida, Morelia, Ixtapa, Mazatlán, Oaxaca y Cancún, recibieron volúmenes que varían de 200 mil a 800 mil personas.

En la última década, el Gobierno Federal impulsó la creación de Centros Turísticos Integrales, en zonas poco pobladas de menor desarrollo relativo, tanto económico como social, con la construcción de obras de infraestructura básica, dotación de equipamiento turístico y urbano, tanto en las aéreas recreativas como en las poblaciones de apoyo.

Con ello se motivó y alentó al sector privado, para que canalizara una importante cantidad de recursos a inversiones productivas, con lo que se contribuyó en forma significativa, al desarrollo regional equilibrado, a la generación de más de 25,000 nuevos empleos permanentes y a la captación de divisas. Una apreciación objetiva de los avances durante este período, estaría incompleta sin la referencia a Ley Federal de Turismo que entró en vigor a partir del 7 de Febrero de 1984.

La nueva Ley de Turismo, dio cause a la facultades del Ejecutivo Federal para que, por conducto de la Secretaría de Turismo se ejercieran con mayor racionalidad y eficacia las actividades en materia de programación, promoción, fomento y regulación del desarrollo turístico.

Los resultados de la actividad turística en 1984, reflejan en éxito en las metas señaladas para ese año, en el Programa Nacional de Turismo 1984-1988.

La captación de divisas por turismo receptivo, fue de 1,116.9 millones de dólares en el primer semestre 1984, un 39.4% superior a la cifra alcanzada en el mismo período de 1983 y un avance del 62%, en relación a la meta de 1,800 millones fijada para 1984.

La salida de nacionales al exterior en ese mismo lapso, se estimó en más de 1.1 millones de viajeros, cerca de 372 mil más que en el mismo período del año anterior, con un gasto aproximado de 252 millones de dólares, 58% superior al de 1983, pero inferior en 60% a 1981.

El Saldo favorable de la balanza de divisas alcanzó 865 millones de dólares, 244 millones más que en el mismo período del año anterior (1983), lo que representó un 72% de la meta fijada para el año de 1984.

Diagnóstico y Evolución del Turismo 1984-1985

Los ingresos por concepto de turismo del exterior, aumentaron ya que en 1983 se captaron 1,625 millones de dólares, en 1984 ascendió a 1,953 millones, y en 1985 2,000 millones de dólares.

El gasto medio por turista extranjero ascendió en 1984 a 420 dólares, 23% más que el año anterior, debido al crecimiento en el gasto medio diario, de 37 dólares en 1983 a 44.2 en 1984, derivado del incremento en los precios de los servicios turísticos, así como de un ligero aumento en la permanencia - al pasar de 9.2 a 9.5 días, en los años señalados. En 1985, el gasto medio se incrementó a 14.0 %

Los incrementos en la captación de divisas por turismo, permitieron conservar su contribución a los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos (sin incluir petróleo crudo), que en 1983 fue de 11.4% y en 1984 de 11.0%. En cambio, los egresos por turismo tuvieron una participación de sólo 1.9% y 2.2% respectivamente.

De acuerdo a la Revista de Comercio Exterior, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Segundo Informe de Gobierno, -- sección turismo, la nueva situación cambiaria y el manejo --- eficiente y armónico del sector han propiciado un repunte importante en la actividad turística del país, con un beneficio efecto en el empleo, el desarrollo regional y el ingreso de divisas.(4)

"En el sector turismo se ha observado una evolución positiva en los principales renglones, aunque con una retracción en el turismo interno. La afluencia de turistas extranjeros aumentó 10%, la captación de divisas 39% y el superávit se incrementó 42%" (5)

Asimismo el empleo generado por el sector registró una ligera elevación, al tiempo que mejoraron los índices de ocupación - de la planta hotelera.

Se expidió el Programa Nacional de Turismo 84-88, para ordenar el desarrollo de este sector tan importante con el propósito de hacer efectivo el derecho al descanso, así como para efectos de empleo, desarrollo regional y balanza de pagos.

Diagnóstico y evolución del turismo 1985-1986

El turismo de internación a nuestro país registro nuevamente un volumen por encima de los cuatro millones de visitantes al recibirse a 4.2 millones de personas durante 1985. Esta última cifra significó una disminución del 10% en relación al año anterior, atribuible en gran medida a obstáculos fuera del control del sector, que impidieron continuar con el crecimiento observando en 1983 y 1984.

Alguna de las causas que afectaron la evolución del turismo - procedente del extranjero durante 1985, fue la sobrevaluación del peso frente al dólar en el primer semestre, lo que desmotivó la visita de un importante número de turistas extranjeros.

Es importante señalar que, no obstante que el turismo egresivo aumentó en 1984 y 1985, este nivel es significativo inferior a los volúmenes registrados en 1980 y 1981; particularmente en 1985 cuando por cada turista que recibía el país, salía un mexicano al exterior.

Durante este periodo, se registraron un millón de salidas, nivel que representa un decremento del 16.3% con respecto al mismo periodo de 1984.

Por otra parte, los ingresos por turismo mantuvieron una evolución en constante crecimiento. En 1983 se recibieron 1,625 millones de dólares y en 1984 ascendieron a 1,953. En 1985 la captación de divisas decreció, a 1,720 millones. Esto se derivó principalmente del volumen y permanencia media de los visitantes procedentes del exterior, y de un menor gasto medio por viaje, ya que disminuyó a 420 dólares en 1984 a 409 en 1985. Esta última disminución se explica como resultado del efecto de la subvaluación del peso en el segundo semestre y la significativa baja del turismo receptivo en el último trimestre de 1985.

Durante el periodo enero-junio 1986, la captación de divisas fue de aproximadamente 962 millones de dólares, cifra inferior al mismo periodo del año anterior en 11.7%. El gasto medio de los turistas extranjeros disminuyó en 12.7% al registrarse 417.4 dólares por viaje. Esto se debió, principalmente al brusco deslizamiento del peso con respecto al dólar, presentándose en ese lapso un nivel de subvaluación cercano al 30%, por lo que, el gasto diario del turista, realizado en pesos, pero medido en dólares, resulta inferior al observado en años anteriores.

Es importante hacer notar que a pesar del incremento en el volumen del turismo receptivo y la disminución en el egresivo, la caída del gasto medio de los primeros, sobrecompensó a la disminución del gasto del turismo egresivo, por lo que el saldo en la balanza turística no alcanzó en 1985 los niveles de los años previos. En el primer semestre de 1986, se observó un saldo positivo en la balanza turística de 707 millones de dólares.

Para aumentar la generación de divisas por el turismo, se puso en marcha el Programa de Acción Inmediata para el fomento del turismo, con medidas tendientes a racionalizar el transporte, estimular la inversión y apoyar la promoción, publicidad y comercialización de los atractivos turísticos. Estas medidas permitieron que a los 1720 millones de dólares captados en 1985 por turismo receptivo, se sumaran 1000 millones en el primer semestre de este año .

Como parte de este programa se establecieron tarifas aéreas y paquetes promocionales; se ampliaron permisos para vuelos de fletamento; se otorgaron facilidades para el abastecimiento de combustible y promover así el turismo terrestre; se puso en operación un servicio ferroviario turístico en la ruta --- Chihuahua-Los Mochis. Se estimuló el turismo marítimo; se mejoró la infraestructura turística en diversos puertos, se alentó la celebración de convenciones, ferias y exposiciones, se mejoraron los servicios migratorios y aduanales, y se impulsaron tanto la promoción y la publicidad, como los programas de comercialización turísticos.

Todo esto se vio reforzado por medidas de seguridad que fueron coordinados interinstitucionalmente. (4)

(4) Revista de Comercio Exterior, Banco Nacional de México, S.N.C.
Cuarto Informe de Gobierno.

Resultados de la actividad turística 1986-1987

Durante 1986, el turismo de internación a nuestro país observó una recuperación en su volumen de más de 4.6 millones de turistas extranjeros. Esta cifra, significó un incremento -- del 10% en relación al año anterior, atribuible en gran medida a las condiciones favorables en el país y a las acciones de fomento instrumentadas en la Secretaría de Turismo, entre las que destacan el programa emergente de promoción puesto en marcha para contrarrestar los efectos negativos de los sismos de 1985, lo cual permitió rescatar la imagen positiva de México y mantener en el período los niveles de afluencia alcanzados en años previos.

Algunas razones que influyeron en la evolución y dinámica del turismo extranjero durante 1986 son: en el marco externo, la economía norteamericana sostiene su ritmo de crecimiento económico garantizando el mayor acceso a la actividad recreativa de la población de ingresos inferiores. El dólar estadounidense sufre devaluaciones frente a las principales divisas -- Europeas y del Yen Japonés, lo que se traduce para el turista norteamericano en un incremento en el costo del viaje hacia esos destinos. Y, el retiro y disminución de frecuencias de líneas a destinos Europeos lo que ocasiona la sustitución del turismo norteamericano hacia otros destinos.

Durante los primeros siete meses de 1987, la captación de divisas ascendió a cerca de 1,500 millones de dólares, cifra -- superior al mismo período del año anterior en 35.0%. El gasto medio de los turistas extranjeros aumentó en 12.7% al registrarse 456 Dólares por viaje. El gasto medio por viaje aumentó debido aun incremento del gasto medio producto de un menor nivel de subvaluación del peso. Por otro lado el incremento -- en los precios internos se reflejó en una menor estadía al -- disminuir de 10.2 días en 1986 a 9.9 días en 1987, para el -- período señalado.

Durante el período 1983-1986, el saldo acumulado en la balanza turística ascendió a 4,712 millones de dólares; este nivel es superior 44% al saldo acumulado registrado en los seis -- años previos a 1983.

Durante 1986, la contribución del turismo al producto interno bruto fue del 2.6%, por lo que su participación fue similar a la del año anterior, sin embargo, es importante señalar que -- la rama del turismo se define por el concepto de hotelería y restaurantes, por lo que se incluye en el valor agregado, -- transportación aérea y de superficie, servicios de arrenda-- miento, servicios de diversión y esparcimiento y agencias de viajes, y por consiguiente la participación del turismo se incrementa a un estimado del 6%.

Es importante mencionar que a nivel nacional la afluencia de turismo extranjero en 1987 se ha visto aumentada en un 29% - respecto a 1986. Esta situación se observa en los centros de playa (32%), en las grandes ciudades (31.0%, y en los centros turísticos del interior 28%) (5).

De acuerdo a la Revista de Comercio Exterior, Banco Nacional de México, S.N.C. correspondiente al Quinto Informe de Gobierno 1987, volumen 37, Num.9 de septiembre de 1987, el diagnóstico de la actividad turística fue la siguiente:

" A los 18 meses de iniciado el Programa de Acción Inmediata para el fomento del turismo, se han obtenido grandes logros. En 1986, se recuperaron los flujos de visitantes extranjeros, que habían disminuido en el primer trimestre, debido a las repercusiones de los sismos, así recibimos a 4.6 millones de turistas extranjeros, lo que representó un incremento de 10% con respecto a 1985"

En el transcurso de Enero de 1987 a Septiembre del mismo año, se recibieron 3.6 millones de turistas, lo que implicó ingresos por 1,600 millones de dólares, lo que implicó superar las metas fijadas para este período.

(5) Informe anual de la Secretaría de Turismo, 1986-1987.

- EVOLUCION DEL TURISMO EN 1988.

El turismo actualmente crece y se reafirma como la segunda -- fuente de divisas del país, solamente detras de las exportaciones petroleras.

El mismo gobierno alimenta sus expectativas con gran optimismo y espera que el número de visitantes extranjeros se duplique en menos de seis años. (1) Carlos Hank González, Secretario de turismo, aseguró en el último informe publicado en la revista expansión, de fecha mayo 10 del 1989, que durante el presente sexenio se sumarán 50,000 nuevos cuartos hoteleros de tres estrellas a gran turismo, mediante una inversión de aproximadamente 3'000,000 de dólares.

Para 1989, el sector cuenta con un presupuesto de \$ 110'500,000.00, orientados a la realización de inversiones y al financiamiento de las campañas de publicidad en el exterior.

Según datos del Banco de México, el sector turístico registro un crecimiento de 10.3% de 1987 a 1988. El gasto medio del turista en ese lapso, subió de \$ 421 dólares a \$ 454 dólares. En el primer año ingresaron a México aproximadamente 5.4 millones de turistas que gastaron \$ 2,350 millones de dólares, mientras que para fines de Noviembre de 1988, se había rebasado ésta cifra. El 1988 México recibió \$ 2,500 millones de dólares.

Las cosas, no siempre sales bien, y la prueba fué el huracán Gilberto, que arrasó la playas del Caribe Mexicano en Septiembre pasado. sin embargo varios hoteleros de la zona iniciaron una campaña de promoción del sureste mexicano en la que invirtieron \$ 6,000 millones de pesos. A pesar de que en la temporada de invierno la ocupación de cuartos se mantuvo por debajo del 70%, en semana santa la afluencia turística alcanzó casi el 100%.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

El Turismo se origina en su forma más primitiva y subjetiva, de manera accidental; debido a diversas causas como son la religión, el comercio, y la necesidad de subsistir.

SEGUNDA:

El turismo sociológicamente hablando es un instrumento de cultura, factor de unión entre los pueblos, medio de comunicación, desarrollo integral y de entendimiento humano; desde el punto de vista económico su importancia se ve reflejada en las utilidades que reporta, el ingresos de divisas, en la balanza de pagos y la generación de nuevos empleos, así como la manutención de los ya existentes.

TERCERA:

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, regula y otorga las garantías de que disfruta, tanto el turista nacional como el extranjero, dentro del apartado de las garantías individuales.

CUARTA:

El Estado debe crear un órgano que se encargue de substanciar las controversias entre los sujetos de la relación turística, siendo obligatoria para las partes que intervienen en la relación turística.

QUINTA:

Es necesario la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico, pero que intervenga la iniciativa privada en coordinación con el sector Público a fin de que se coordine sus actividades con las autoridades estatales y municipales para evitar la duplicación o la dispersión de los esfuerzos.

SEXTA:

Proponemos la creación de una guía general de precios y tarifas; que servirán de orientación y protección tanto al turista nacional como al extranjero, evitando con ello los abusos con frecuencia se mencionan. Dicha guía tendría vigencia a nivel nacional y sería revisada y actualizada periódicamente, abarcando todos los servicios turísticos.

SEPTIMA:

Consideramos de mucha importancia que haya continuidad en los planes de turismo, ya que desgraciadamente, la experiencia nos indica que dichos planes solo tienen vigencia cada sexenio; ocasionando con ello retroceso de la actividad. Lo óptimo sería que los cambios requeridos dentro de la planificación sólo se realicen cuando se cumplan los objetivos por mas del cincuenta por ciento, y dentro de los marcos indicativos de la práctica cotidiana.

OCTAVA:

Por otro lado, otra medida que coadyuvará para el buen desempeño del Plan es reducir al máximo la producción de programas proyectos y planes parciales elaborados en el Sector, al margen del Plan Nacional.

NOVENA:

El país receptor del turismo debe tener toda clase de servicios para satisfacción de las necesidades de los turistas, por lo que es importante que se siga estimulando la inversión a fin de crear nuevos desarrollos turísticos acordes a las necesidades actuales así como mantener en buenas condiciones los ya existentes.

DECIMA:

El Estado debe poner especial atención a fin de mejorar la seguridad del turista desde que inicia su traslado dentro de la República Mexicana, ya que esto influye considerablemente.

DECIMA PRIMERA:

Por los empleos que genera, por el desarrollo regional que promueve, por las divisas que logra captar para nuestro país y por el cumplimiento de la demanda social de esparcimiento y recreación debe dársele al turismo un apoyo constante para su auge total.

DECIMA SEGUNDA:

Si se desea traer inversionistas extranjeros, necesitamos estimularlos de una forma que sea competitiva con otros países. El auge turístico que tuvimos en México en 1986 y 1987 fue -- por el mecanismo de los swaps, los títulos de intercambio de deuda por inversión, ya que el inversionista siempre invertirá en donde obtenga el retorno de su dinero a mas corto plazo.

DECIMA TERCERA:

Debe seguir por mucho tiempo el equilibrio en la paridad peso dólar, conseguir financiamiento y mantener buenas relaciones con los países que generan turistas.

DECIMA CUARTA:

Se necesita ampliar los servicios conexos al turismo, como son: Aduanas, Migración, Taxis, Autobuses, etc. Así como aumentar los servicios de infraestructura en lo que se refiere a drenaje, agua potable, carreteras y aeropuertos

DECIMA QUINTA:

Es indispensable la preparación del personal que interviene en la actividad turística ya que hay que desarrollar una conciencia de verdadera hospitalidad hacia el turista.

DECIMA SEXTA:

Se deben reestructurar los servicios de transporte ya que por automóvil, autobús, tren, hay muchas deficiencias. El servicios de taxis y autobuses locales tiene serias limitaciones y es muy inconstante.

DECIMA SEPTIMA:

Lo que México necesita, es que lleguen turistas, que entren muchas divisas, lo mas importante para lograrlo son las vías de comunicación aéreas, terrestres y ferroviarias.

DECIMA OCTAVA:

México tiene el don de estar en medio de América, con playas magnificas, en grandes ciudades como el Distrito Federal, por lo que cuenta con un gran avance.

DECIMA NOVENA:

El turista europeo es de vital importancia para México ya que se queda una, dos o tres semanas y visita lugares como la capital, los Cabos, Cancún, las zonas arqueológicas en Oaxaca, Chiapas, Yucatán, etc.

VIGESIMA:

El clima, las playas, las artesanías, la cultura, la arqueología son para México las características más importantes para el turismo pero es fundamental la necesidad de una buena y constante promoción.

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA MIGUEL ANGEL
"ADMINISTRACION DEL TURISMO"
VOL. 1 CONCEPTUALIZACION Y ORGANIZACION. ED. TRILLAS 2a.
EDICION MEXICO 1986.
- ALEMAN VALDES MIGUEL
"QUINCE LECCIONES DE TURISMO"
ED. DIANA MEXICO 1983
- DE LA TORRE PADILLA OSCAR
"EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL"
ED. FONDO DE CULTURA ECONOMICA. MEXICO 1980
- MOLINA, E., ROBERTO BOULLON, MANUEL RODRIGUEZ WOOG,
"UN NUEVO TIEMPO LIBRE"
ED. TRILLAS, MEXICO 1984
- MC INTOSH, ROBERT Y SHASHIKANT GUPTA.
"TURISMO; PLANEACION, ADMINISTRACION Y PERSPECTIVAS"
1a. ED. MEXICO, ED. LIMUSA, 1983.
- ORTUÑO, MARTINEZ MANUEL.
INTRODUCCION AL ESTUDIO DEL TURISMO
2a. ED. MEXICO, D.F. ED. TEXTOS UNIVERSITARIOS, 1976
- OLIVERA, TORO JORGE
LEGISLACION Y ORGANIZACION TURISTICA MEXICANA.
2a. ED. MEXICO, ED. PORRUA, 1977.
- PALACIOS, LUNA MANUEL R.
EL DERECHO ECONOMICO EN MEXICO.
2a. ED. MEXICO, ED. PORRUA 1986.
- RODRIGUEZ, LOPEZ MARIO
TEORIA GENERAL DEL TURISMO
1a ED. CINCINNATI, OHIO, E.U.A. , ED. SOUTH-WESTERN, 1982.
- RAMIREZ, BLANCO MANUEL
TEORIA GENERAL DE TURISMO
3a. ED. MEXICO, ED. DIANA 1983.
- ROMERO, HECTOR MANUEL
TURISMO PREHISPANICO. 1a. ED.
CRONICA MEXICANA DEL TURISMO I.
MEXICO, TEXTOS UNIVERSITARIOS, 1977
- WIEKER V. JORGE
DERECHO ECONOMICO
COLECCION TEXTOS JURIDICOS UNIVERSITARIOS U.N.A.M., MEXICO
1985

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, MEXICO D.F. A VIERNES 22 DE
MAYO DE 1981.

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL ILUSTRADA
EUROPEO AMERICANA, ED. ESPASA CALPE, S.A. MADRID BARCELONA,
1930.

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 4a. ED.
MANUAL DE BALANZA DE PAGOS. WASHINGTON, D.C. 1977

MANUAL DE CONSULTA INTERNA SOBRE LAS DISPOSICIONES JURIDICAS
VIGENTES DE TURISMO
SECTUR.

MEXICO, DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS JURIDICOS
OFICIALIA MAYOR, DICIEMBRE 1978.

MANUAL DE ESTADISTICAS BASICAS DEL SECTOR TURISMO
2 TOMOS
SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO

NOVO VALENCIA, GERARDO
DICCIONARIO GENERAL DE TURISMO
MEXICO, E. DIANA 1977

NUEVO DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, ILUSTRADO
SOPENA, BARCELONA; 1967

O.E.A. " EL TURISMO, SUS EFECTOS ECONOMICOS EN LA AMERICA
CENTRAL, SERIE DE INFORMES Y ESTUDIOS", No. 41, 1980

ENCICLOPEDIA JURIDICA OMEBA
EDITORIAL BIBLIOGRAFICA ARGENTINA
LAVALLE 1328 B. A.

ENCICLOPEDIA MEXICANA DEL TURISMO
MEXICO, 1971 PATRIMONIO E INFRAESTRUCTURA.

ENCICLOPEDIA ILUSTRADA CUMBRE
SIQUEIROS FYNDA. TOMO 13
ED. CUMBRE, SA.. GROLIER

BAENA, PAZ GUILLERMINA
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION 7A. ED.
MEXICO, EDITORES MEXICANOS UNIDOS, S.A., 1981

CANADIAN GOBERMENT OF TOURISM, "THE TOURISM PROGRAM AND THE
C.G.O.T.", OTTAWA, CANADA, 1977.

NACIONES UNIDAD, "DIRECTRICES PARA LA COMPILACION DE ESTADIS-
TICAS DE TURISMO", SECRETARIA DE LA UNCTAD, 1971.

PEREZ, AVILA NOE
COMO HACER MI TESIS. 1A. ED.
MEXICO, ED. EDICOL, 1980.

LEGISLACION

CONSTITUCION MEXICANA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

MEXICO, LEYES Y CODIGOS
EXTRANJERIA TURISMO Y POBLACION. 4a. ED.
MEXICO, 7, D.F. EDICIONES ANDRADE, S.A. 1981

LEY FEDERAL DE FOMENTO AL TURISMO
MEXICO, 7 D.F., EDICIONES ANDRADE, S.A. 1981.

LEY GENERAL DE POBLACION
MEXICO, EDICIONES ANDRADE, S.A. 1988.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, DE SEPTIEMBRE 20 DE
1985.

LEY FEDERAL DE TURISMO, DIARIO OFICIAL DEL 15 DE ENERO DE
1980.

LEY FEDERAL DE TURISMO, DIARIO OFICIAL DEL 06 DE FEBRERO DE
1984.

NORMAS FUNDAMENTALES :
CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.
LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL
S.E.M.I.P., CUADERNOS JURIDICOS, No. 2, JUNIO 1984
OFICIALIA MAYOR, DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS
ED. TALLERES GRAFICOS DE LA NACION.

LEYES, REGLAMENTOS, DECRETOS Y ACUERDOS DEL GOBIERNO FEDERAL.
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
1976-1982, TOMO I PRIMERA PARTE 1977
COORDINACION GENERAL DE ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS DE LA
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
ED. TALLERES GRAFICOS DE LA NACION.

CODIGO DE COMERCIO
MEXICO, ED. PORRUA, S.A. 1988

OTRAS FUENTES

A.M.A.V. ASOCIACION MEXICANA DE AGENCIAS DE VIAJES.
PROSPECTOS INFORMATIVOS GENERALES.

DIARIO DE LOS DEBATES No. 12 OCT. 20 DE 1960 Y EL No. 21 DE
NOV. 24 DE 1960.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION DE 22 DE DICIEMBRE DE 1975.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, MEXICO D.F. A MARTES 15 DE
ENERO DE 1980.

S.C.T. - S.O.P.
"MEXICO A TRAVES DE LOS INFORMES PRESIDENCIALES"
LAS COMUNICACIONES 1976.

S.O.P.
COLECCION DE SUPLEMENTOS DE LA REVISTA "OBRAS PUBLICAS"
JULIO 1968, DICIEMBRE 1970.
MEXICO, D.F. CAP. III.

XLVI LEGISLATURA; "GACETA EXTRAORDINARIA DE MEXICO"
AGOSTO 1825, TOMO I.

XLVI LEGISLATURA; "GACETA EXTRAORDINARIA DE MEXICO"
SEPTIEMBRE 1919, TOMO III.