



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO

734
201
FACULTAD DE DERECHO
SECRETARÍA AUXILIAR DE
EXÁMENES PROFESIONALES

El Turismo en el Derecho
Internacional Público

T E S I S

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN DERECHO

P r e s e n t a :

Alejandro Jiménez Hernández

1 9 9 2

FALLA DE ORIGEN



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.

P R O L O G O

Hace algunos años estuve trabajando en una empresa en donde pude observar las malas condiciones en que se encontraban los trabajadores de ese lugar, ya que no gozaban de muchos beneficios, por ejemplo, no recibían prima vacacional, la jornada laboral era mayor de ocho horas al día y con sueldos demasiado bajos, entre otros, y por consiguiente si ellos querían salir a --viajar les era imposible por no tener el tiempo necesario ni el dinero suficiente para poder hacerlo.

Motivo por el cual, despertó en mí, la inquietud de hacer un estudio referente al fenómeno turístico, causas que lo generan, la problemática que impide el poder viajar, así como proporcionar una visión general de lo que es el turismo, por lo que la presente tesis se titula " El Turismo en el Derecho Internacional Público."

Ahora bien, el presente trabajo se estructuró en tres partes, en la primera de ellas, tratamos de dar una explicación histórica de los desplazamientos humanos y del fenómeno turístico en general, para ello este fragmento lleva por nombre " Resena Histórica y Visión General del Turismo."

Una vez que analizamos la retrospectiva histórica del turismo, pasamos a tratar en la segunda parte lo relativo a lo que es en sí el turismo, dar una definición correcta, y una breve explicación de la industria que lo aprovecha. Titulamos esta parte, " Introducción y Definiciones de Turismo."

Posteriormente en la tercera parte que lleva por título, " Causas del Sistema Turismo," la cual está dividida en dos secciones que son Causas Indirectas y Causas Directas del turismo, en donde hablo en una forma general de todos los elementos naturales, objetos culturales y hechos sociales que, mediante una adecuada y racional actividad humana, pueden ser utilizados para, provocar, prolongar o reiterar el desplazamiento turístico.

Para concluir este trabajo hago mención de dos puntos de suma importancia, en el primero de ellos hablo de la legislación que se aplica para reglamentar debidamente este fenómeno turístico y en el segundo hago referencia a una amplia clasificación de los recursos turísticos.

RESEÑA HISTORICA Y VISION GENERAL DEL TURISMO

1.- RESEÑA HISTORICA DE LOS DESPLAZAMIENTOS HUMANOS.

HOMBRE PRIMITIVO.

Puede afirmarse que el "turismo es un fenómeno contemporáneo en el mundo. Ciento es que el hombre ha viajado siempre" (1), es más, la primitiva historia de los grupos humanos presenta a éstos como nómadas y sólo después de una evolución social más o menos larga y de acuerdo al lugar y conglomerado humano, se convierten en sedentarios.

Aún después de tener un lugar habitual de vida, por múltiples causas, el hombre se traslada de un sitio a otro. El desplazamiento humano, es pues, tan antiguo como el hombre mismo.

El sedentarismo hará cambiar la forma de vida del hombre, hábitos y costumbres se adaptarán a otros patrones de conducta, acordes al nuevo tipo de vida del grupo social. Los asentamientos humanos primitivos promueven la aparición de las técnicas agrícolas y el surgimiento del trabajo cerámico y alfarero estable. "Los desplazamientos permanentes del hombre nómada desaparecen, no así la necesidad que surge de viajar temporalmente por múltiples causas: la caza, la recolección y aún el comercio incipiente" (2).

- (1) Días Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México; - Ed. Porrúa, S.A., 1983; Pág. 35.
- (2) Días Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México; - Ed. Porrúa, S.A., 1983; Págs. 40 a 41.

"Viajeros u no dudarlo fueron los fenicios, quienes impulsados por su vocación de comerciantes surcaron la cuenca del Mediterráneo. Los fenicios, de origen semítico, se establecieron en el litoral mediterráneo hacia el siglo XXIV a.J. De sus puertos salieron flotas para traficar y colonizar todo el litoral del Mediterráneo, el Mar rojo, el Atlántico e inclusive el Báltico. Parece ser que se establecieron en la Península Ibérica antes del siglo XV a.J. Hacia los siglos VII y VIII a.J. tenían colonias importantes en Algeciras, Málaga, Adra, Sevilla, y sobre todo en Cádiz. Enseñaron a los pueblos del Mediterráneo el comercio, la navegación, la industria y propagaron una escritura de donde se derivan la mayor parte de los alfabetos del mundo antiguo"(3).

"De modo semejante, los hombres de Grecia navegan esos mares. Los pelagos fueron los primeros pobladores de Grecia. --- En el siglo XV a.J. llegaron los aqueos, procedentes de Europa Central, y luego los dorios, los solios y los jonios.

La influencia del mundo griego alcanzó a la Magna Grecia (Sicilia), el litoral asiático del Mar Egeo y el helesponto. Los deseos de expansión del pueblo griego, multiplican los desplazamientos humanos en esta época; sus conquistas y colonizaciones son el resultado del afán imperialista que también les caracterizó"(4).

(3) Sánchez I Sánchez Carlos. Curso de Derecho Internacional Público Americano; Ed. Moltalvo; 1943; Pág. 19 a 22.

(4) Ossorio Angel. Nociones de Derecho Internacional Público; Ed. Atlántida-México; 1944; Pág. 40.

ROMANOS.

Los romanos dieron unidad política al mundo antiguo, y sus legiones cruzaron de Este a Oeste y de Norte a Sur al continente Europeo, teniendo como fronteras al Danubio y el Rin en el Norte, el desierto del Sahara en el Sur, el Atlántico en el Oeste y Asia Menor en el Este. "Roma, después de haber sido gobernada por siete reyes hasta 510 a.J., adoptó un gobierno republicano en el que el poder estaba dividido entre dos cónsules y el Senado. Efectuada la conquista del resto de Italia, la República se enfrentó con Cartago, intervino en Oriente y convirtió a Grecia en provincia romana. Época de seguridad y de expansión que llevó a convertir a Roma en el centro del mundo cristiano y residencia de los papas, desde principios de la Edad Media"(5).

EDAD MEDIA.

"El cristianismo indicó una nueva etapa para la humanidad, en esta edad. El sistema social se caracteriza por una economía localista, se consume lo que se produce y el comercio se minimiza; es la época del feudalismo. Esta cultura medieval es fundamentalmente religiosa, tienen lugar las Cruzadas, guerras emprendidas por la Europa cristiana (ocho en total), cuyo inicial objetivo es reconquistar tierra santa en nombre de la religión, y que presenta posteriormente el interés por abrir nuevas rutas comerciales"(6).

(5) Ortiz Ahlf Loreta. Derecho Internacional Público; Ed. Harla, México; -- 1990; Págs. 57 a 59.

(6) Díaz Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México; Ed. Porrúa S.A., 1983; Pág. 48.

EDAD MODERNA.

Señalan el principio de la Edad Moderna los grandes descubrimientos, que afirman con certeza la hipótesis de la redondez de la tierra. Cristóbal Colón descubre América y los portugueses llegan a Oriente, bordeando África.

"Es un nuevo mundo el que se descubre y al que llegan -- los europeos, soñando las mil maravillas de un renovado vivir. -- Es una época de constantes desplazamientos humanos, la navegación se perfecciona para los viajes largos, que motivan a la aventura a innumerables viajeros. En esta forma, se incrementan notablemente los desplazamientos humanos" (7).

Incensiblemente y con lentitud, los hombres empiezan a sentir una cierta unidad con sus semejantes, la que no es ajena a la influencia de nuevas ideas políticas que esparció por el mundo la Revolución Francesa. Ya en esta época, los viajes se desplazan con cierta frecuencia, motivados ya por necesidades comerciales o por encontrar la satisfacción de otros intereses.

EDAD CONTEMPORANEA.

En la segunda mitad del siglo XIX, la aparición de trabajadores, capacitados para llevar a buen término las exigencias -- más apremiantes y de mayor trascendencia, produjo la formación de las organizaciones obreras; las cuales llegaron a tener gran número de afiliados con lo cual lograron ser poderosas y exigir mejo-

(7) Ortiz Ahlf Loretta. Derecho Internacional Público; Ed. Harla; México; 1990
Pág. 29.

nes condiciones de trabajo y de vida para sus familiares.

Pero todavía el viajar era una obligación más o menos penosa, motivada por razones de trabajo, científicas, de fe o de salud. "Ha- que llegan a nuestros días para que ese viajero sea lunista y busque un hecho mismo de desplazarse de su lugar de residencia habitual; el placer, el gozo de las cosas nuevas, de lo ajeno a su existir cotidiano; el romper la cierta monotonía de los días rutinarios"(8).

"El siglo XX contempla la aparición de organizaciones sindicales muy fuertes, la alianza cada vez más completa entre diversos movimientos de tendencias democráticas y populares, el desencadenamiento de la Primera Guerra Mundial y las Revoluciones en México y en la URSS"(9).

Tras de la guerra hay nuevas corrientes de ideas, fórmulas económicas más elásticas; la época es propicia, los niveles de vida se mejoran y con ello, se presenta más viva la necesidad de utilizar el tiempo libre, que cada día es mayor y con ello surgen nuevas necesidades sociales como el descanso de fin de semana "(10), que llevarán definitivamente a la clase media al disfrute de los bienes y de las posibilidades que hasta entonces eran inalcanzables.

(8) Sorense Max. Manual de Internacional Público; Ed. Fondo de Cultura Económica; México, 1981; Pág. 18.

(9) Sepúlveda Cesar. Las Fuentes del Derecho Internacional Americano; Ed. Porrúa; S.A., 1969; Tomo I, Pág. 82.

(10) H. Zamora Adriana. Tratados y Documentos Internacionales; Ed. Buenos Aires; 1975; Págs. 58 a 61.

II.- RAZONES SOCIALES DEL DESPLAZAMIENTO TURISTICO.

El desplazamiento turístico, como cualquier fenómeno, responde a una causa. De su análisis se desprende que, la práctica del mismo es consecuente de variadas razones; entre ellas, se señalan: el descanso, la diversión, la educación, las actividades deportivas, la recreación, los negocios, motivo de salud, asistencia a congresos y convenciones; misiones oficiales o comerciales; peregrinaciones religiosas, etc. Todas estas razones que, específicamente determinan un desplazamiento, requieren ser agrupadas para distinguir en ulterior estudio sistemático, los motivos esenciales y determinantes de tal acción humana, así como de los estímulos externos codeterminantes de las mismas.

Los motivos esenciales corresponden a dos tipos de razones, derivados de la estructura social existente en el espacio vital. Su denominación convencional será: razones de necesidad y de tiempo libre vacacional. Estos términos pueden originar -- confusión de la amplitud de su significado; sin embargo, toda interpretación quedará sujeta al campo turístico, pues es al que preocupa definir, circunscribiendo la terminología a las exigencias de clasificación del presente texto" (11);

En consecuencia, deberá entenderse por razones sociales de necesidad aquellos determinantes que obligan al desplazamiento temporal como una solución a exigencias establecidas; y las razones de tiempo libre vacacional resultado de una liberación sobre cómo utilizar el tiempo. Por tiempo vacacional, en tiéndase un lapso mínimo destinado a una actividad diferente al-

(11) Garcia Pedro. Boletín de Información Internacional; No. 50; del 26 de marzo de 1979; Pág. 21.

trabajo lucrativo, necesario para recuperar el desgaste orgánico_ proveniente de labores cotidianas; permitiendo los traslados temporales más allá del espacio vital.

Ahora bien, los estímulos externos se manifestarán en forma secundaria en función de las razones o motivos esenciales antes señalados, y su representación será factible en torno a cualquiera modalidades de la acción promocional, llámese sugerencia, lectura o estudio personal, que permiten la difusión de un lugar determinado, favoreciendo su visita.

III.- EL SUJETO DEL DESPLAZAMIENTO TURISTICO.

La persona que realiza la acción del desplazamiento temporal se le denomina con el vocablo "turista", por las voces tour y turn, ambas derivadas del latín tornus (torneo), como sustantivo y tornare (redondear, tornear, y en latín vulgar: girar), como verbo, de las que se aprecia, por la raíz común, la idea de giro, de viaje circular y de regreso al punto de partida" (12).

Los sufijos -IST, -ISMO, que completan los términos turistista y turismo se refieren a la acción que recae en la persona o grupo de personas; lo que explica su función lingüística para significar el fenómeno individual o general del desplazamiento turístico.

Como turista debe entenderse "todo sujeto del desplazamiento humano temporal, en lapsos fluctuantes". Se distingue de otros tipos de viajeros porque en ningún caso percibe remuneración fija en el país que visita, y porque no reside en dicho país para algún otro efecto.

"La denominación señalada equivale en el orbe al término "Visitante", que la Unión Internacional de Organismos Oficiales de turismo recomienda sea adoptada por todos los países, con una finalidad estadística, de explotación de mercados y de planificación turística general" (13).

(12) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Madrid, España; 1971; ob. Cit. Pág. 21.

(13) Medina Ortega Manuel. La Organización de las Naciones Unidas; Ed. Tecnos Madrid; 1969; Pág. 111.

Textualmente dice: "Visitante, persona que visita un país diferente a aquél en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos del de ejercer una ocupación remunerada permanentemente".

Esta definición comprende: "turista, visitante temporales que permanecen al menos 24 horas en el país (lugar) que visitan; las finalidades del viaje se agrupan en:

a).- Placer: distracción, vacaciones, salud, educación, religión y deportes.

b).- Negocios: familia, misiones y reuniones.

"Excursionistas, visitantes que permanecen menos de 24 horas en el país (lugar) que visitan, incluidos los viajeros que realizan cruceros".

La problemática que surge alrededor de la equivalencia y la uniformidad de los conceptos y su aplicación, deben superarse cuidando los denominantes genéricos que dan nombre al fenómeno turístico, y consecuentemente a la industria que lo apoya.

IV.- EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL.

El estudio debe iniciar con el análisis del fenómeno - del desplazamiento humano que lo genera, por ser el recurso esencial y final que aprovecha la actividad económica denominada Industria Turística. Es considerado como recurso final, ya que la industria se sirve de otros recursos intermedios en su explotación.

El desplazamiento humano origina el fenómeno turístico; pero a dicho movimiento le debe caracterizar la temporalidad, suponiendo así la existencia de un espacio vital al que se regresa y debe concebirse como "el ámbito geográfico donde la persona se desenvuelve socialmente y obtiene, en forma permanente, los medios económicos que le permiten subsistir"(14).

El desplazamiento turístico es un fenómeno estrictamente social, y no una conjunción socioeconómica, ya que sólo es -- factible dentro de la organización social-humana que genera el -- espacio vital. "Esto es, sólo en la sociedad constituida se puede presentar este hecho, ya que no podría considerarse turista a un individuo, por más que se desplace, si su espacio vital se -- traslada con él,(15) ugr. las tribus nómadas.

El vocablo turismo debe utilizarse para definir al "fenómeno social del desplazamiento humano de un espacio vital a--

- (14) Días Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México; Ed. Porrúa S.A.; 1983; Pág. 102.
- (15) Sorense Max. Manual de Internacional Público; Ed. Fondo de Cultura Económica; 1981; Págs. 80 a 83.

otro temporal", sin considerar concepto alguno que derive de su aprovechamiento económico, lo cual será competencia de la Industria Turística, tema que será tratado en otro capítulo más adelante⁽¹⁶⁾.

(16) Arellano García Carlos. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A. México, tomo II; 1983; Pág. 130.

V.- EL GRUPO SOCIAL.

La sociedad no surgió de improviso, es resultado de un largo proceso que va, por etapas sucesivas, de la familia al estado. Se habla de grupo social en cuanto se presenta interacción entre dos o más individuos. Se puede definir al grupo como "dos o más personas que comparten normas con respecto a ciertas cosas y cuyos roles sociales pueden o no estar intervenculados" (17). Algunos autores como Marlon Delish señalan que los grupos tienen finalidades colectivas perseguidas: la solución de una tarea, la protección de un interés o bien la supervivencia del grupo.

El resultado inmediato de la interacción de los componentes de un grupo es la emergencia de normas, éstas pueden estar implícitas en una conducta, puesto que la interacción presupone cierto grado de adaptación de la conducta de un individuo a otro, dentro de un grupo. "La interacción constante, la costumbre y el establecimiento de la norma son determinantes para la unidad y conservación del grupo" (18).

Lo anterior se puede observar en un grupo de turistas;

- (17) Sepúlveda Cesar. Terminología Usual de las Relaciones Internacionales; - Ed. S.R.E. 1976; Págs. 71 a 73.
- (18) Sepúlveda Cesar. Terminología Usual de las Relaciones Internacionales; - Ed. S.R.E. 1976; Pág. 75.

que logran estar juntos e integrados en periodos más o menos -- largos, aunque los hay también de corta duración -2 a 4 días es tablecíendose sólo las primaras pautas.

El grupo se forma en base a la aceptación de normas, - influencias culturales e interacción de los miembros, comunicación, intereses, motivaciones, valores, características personales, etc."(19), logrando así una estratificación del grupo, es- decir, que cada miembro tiene un "status" en la estructura grupal.

El guía o conductor del grupo es un líder de tipo formal porque el grupo no intervino en su elección, pero se reconoce su ascendencia sobre todos. "Su objetivo primordial es ayudar a funcionar a un grupo, a unirlo, a estimularlo y allernarlo"(20).

CLASES DE GRUPO.

Los grupos, "en razón de su origen, permanencia y alcance, se clasifican en primarios y secundarios"(21). Cuando el fin que identifica a los integrantes de un grupo es el efecto - se está en presencia de un grupo primario o socio - selectivo, el

- (19) Sepúlveda Cesar. Terminología Usual de las Relaciones Internacionales; - Ed. S.R.E., 1976; ob. Cit. Pág. 78.
- (20) Misja de la Muela Adolfo. Derecho Internacional Público; Ed. Cárdenas - Madrid; 1975; Pág. 110.
- (21) Seara Vázquez Modesto. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A., - México; 1991; pp. 115-116.

que se caracteriza por ser permanente "En el caso de los grupos secundarios o socio-operativos, su finalidad es la consecución de un trabajo o función determinada, por lo que su duración es temporal"(22).

Es muy posible que de un grupo secundario, originado por un viaje, una actividad productiva, una tarea escolar, surja y se consolide un grupo primario. La identidad de un grupo se origina a partir de: un nombre, una finalidad, intereses comunes, estructura organizativa, delimitación de funciones, código o conjunto de normas, un sentido de participación en los mismos propósitos, dependencia recíproca en la satisfacción de necesidades y conciencia de grupo.

"Los principales factores que mantienen unido al grupo, son: objetivos comunes, acción colectiva, sentimiento de pertenencia al grupo, metas colectivas e individuales"(23).

FORMACION DE GRUPOS.

El fenómeno turístico estimula notablemente la formación de grupos. Cotidianamente se integran las personas en grupos de viajeros, en los que una finalidad colectiva -el viaje- los sitúa en la posibilidad de integrarse como grupo social secundario, con la consecuente facilidad de establecer vínculos más estrechos.

- (22) Bastes de Avila Fernando. La Inmigración en América Latina; Ed. Unión-Panamericana-Washington; 1964; pp.78-79.
- (23) Dueros Salinas Adolfo. Emigrados Políticos y sus Derechos con la Patria; Ed. Imprenta de J. R-Wood y Coos. San Antonio Texas Pág. 62.

VI.- EVOLUCION DE LOS DIFERENTES NIVELES Y
STATUS DE VIDA.

Ya se habló en el capítulo anterior de las razones sociales del desplazamiento turístico y de las causas sociales que han hecho posible incrementar dichos desplazamientos. Connespon de ahora estudiar la evolución de los niveles social, económico, y cultural del ser humano, quien posibilita el desplazamiento -- turístico; pero no puede aislarse este análisis de las razones y causas sociales que motivan los viajes.

Todo grupo social es dinámico, su constante evolución no sigue patrón fijo alguno. Muchos factores determinan dicha evolución y el marco histórico es bondadoso con los ejemplos que ofrece, para ratificar tal aseveración.

"Los viajes de placer, al través de la historia, han caracterizado a un estrato social bien determinado; sólo las clases económicas altas han viajado para satisfacer necesidades -- propiamente turísticas" (24). Sin considerar el siglo actual, -- quienes detentaban una posición económica desahogada en las centurias precedentes, eran los únicos que podían dirigirse a los centros de verano, a los balnearios de aguas termales y a otras ciudades que contaban ya con establecimientos de hospedaje.

La sindicación de los trabajadores trajo consigo importantes logros socio-económicos, mismos que determinan una orientación cultural más acabada. La reducción de la jornada laboral,

(24) Gamio M. El Inmigrante Mexicano; Ed. U.N.A.M.; 1969; Pág. 18.

los incrementos salariales, las prestaciones sociales como la --seguridad médica, las vacaciones pagadas y las jubilaciones, hicieron posible la integración al fenómeno turístico de numerosos sectores de la población en el orbe. El avance científico y el desarrollo tecnológico han contribuido así mismo, con la elevación de los niveles de vida.

En cuanto el trabajador resuelve su problema económico, asegurando un ingreso estable, con posibilidades periódicas de incremento, varía su ubicación en el estrato social; se presenta la movilidad. El ascenso dentro de la clase social a la que pertenezca, es factible. Posiblemente haya variantes en sus roles, mismas que le permiten proyecciones económicas diversas.

La reducción de la jornada laboral origina un margen más amplio de tiempo libre, mismo que aprovecha el trabajador para actividades múltiples. Esos lapsos libres posibilitan la capacitación en el trabajo, la superación profesional y el desarrollo educativo, que satisfagan los nuevos intereses derivados del aprovechamiento del tiempo libre, favoreciendo de esta manera el desenvolvimiento cultural que caracteriza al ser humano.

"Así, la población debe reorientar su búsqueda de estímulos socio-culturales, acordes con su "nueva" vida; se despertará la curiosidad por conocer otros lugares; adentrarse en las costumbres de variados conglomerados sociales; y descubrir las manifestaciones culturales de otros pueblos" (25).

(25) Viner J. Comercio Internacional y Desarrollo Económico; Ed. Tecnos Madrid; 1966; ob. Cit. Pág. 80.

*Su capacidad económica y las facilidades crediticias-
actuales, hacen realidad un viejo anhelo: viajar.*

SEGUNDA PARTE

INTRODUCCION Y DEFINICIONES DE TURISMO

VII.- DIVERSAS DEFINICIONES DE TURISMO.

Una retrospectiva histórica y generalizada permitiría descubrir en esencia, las notas significativas de las definiciones que, sobre turismo, se han dado. El diccionario manifiesta un significado muy amplio al vocablo: viajar por placer; es una concepción simple y vulgar de la palabra, manifiesta por mucho tiempo hasta antes de la investigación turística.

Los viajes, considerados por los tradicionalistas como turísticos, deben ser ubicados en el apartado: mixtos, y difícilmente reparables del tráfico, ya que cualquier persona que viaje por motivos distintos al placer, sería considerado turista por lo de prestador de servicios (hotelero, agente de viajes, transportistas, etc.), además de de que se comportará en su tiempo libre como cualquier turista. De esta manera, la tesis tradicional tendría que admitir la combinación de turista y no turista, por cuanto a las necesidades y actividades propias de dicho viajero.

En la Escuela Berlinesa se originan los estudios del turismo, gracias a las aportaciones de Giuckmann, Benscheldt, -- Schwink, Bornmann, y Margenroth. Ya antes existían definiciones entre las que destaca la de Schullern su Schratlenhofen (1911) que dice así:

"Turismo es el concepto que comprende todos los proce-

sos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado Municipio, País o Estado" (26).

Comentario: Este autor destaca el factor económico en el concepto vertido; no analiza el aspecto social y si pone de manifiesto las relaciones de espacio.

En 1929 Glucksmann en la Revista *Verkehr*, define al turismo:

"Un vencimiento del espacio por persona que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia" (27).

Comentario: Este autor ya introduce la relación espacio-vital y espacio-temporal; le da un enfoque sociológico importante.

Schwink y Bormann pretenden completar la definición, con las motivaciones principales del viaje; Schwink, en 1930, en la Revista *Monatliche Mitteilungen des Bundes Deutscher Verkehrsvereine*, lo define como: "Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier

(26) Ortuño Martínez Manuel. Introducción al Estudio del Turismo; Ed. Textos Universitarios; S.A. 1976; ob. Cit. Pág. 210.

(27) De la Torre Padilla Oscar. El Turismo Fenómeno Socioeconómico; Ed. Textos Universitarios; S.A. 1976 pp. 130-131.

motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión" -- (28). Para Bornmann "Die Von Ferndenverkehr, (1930)": Turismo -- es: "El conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer, o por 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" (29).

Comentario: Ambos autores coinciden en el tratamiento que se da a las motivaciones del desplazamiento, e insisten en los conceptos de temporalidad y espacio vital. Bornmann, advierte ya en su definición, la finalidad lucrativa de la actividad laboral.

Roscher insiste en otros aspectos como el carácter de consumo de lujo que toma Josef Stadner, en su definición de turismo: "Tráfico de viajeros de lujo, aquéllos que de motu proprio 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 que sólo buscan la satisfacción de una necesidad de lujo" (30).

Comentario: El concepto lucrativo que se advierte en esa definición, es el más trascendente.

- (28) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Nacional Madrid; 1975; tomo II; Págs. 113 a 115.
- (29) Ortuño Martínez Manuel. Introducción al Estudio del Turismo; Ed. Textos Universitarios; S.A. 1976; ob. Cit. Pág. 214.
- (30) De la Torre Padilla Oscar. El turismo Fenómeno Socioeconómico; Ed. -- textos Universitarios; S.A. 1976 Págs. 134 a 136.

Margenroth, en su *Diccionario Manual de Economía Política*, define así al turismo: "Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura o para llevar a cabo deseos de diversa índole únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales" (31).

Comentario: La presencia del elemento sociológico es importante, pues se orienta hacia la diversidad de necesidades que habrá de satisfacer la industria turística. Insiste en la proyección económica del fenómeno turístico.

Otros autores hacen las siguientes aportaciones:

Nowal en 1936, define turista: "Es la persona que entra a cualquier país extranjero con cualquier propósito distinto al de la residencia permanente o negocios, traspasa la frontera y gasta en el país de estancia temporal, dinero que ha sido ganado en otra parte" (32).

Lesczyck en 1937, menciona: "El movimiento turístico es aquél en que participan los que durante cierto tiempo residen en cierto lugar, como extranjeros o forasteros y sin carácter lucrativo oficial (de servicio) o militar" (33).

- (31) Novo Valencia Gerardo. *Diccionario General del Turismo*; Ed. Diana; México; 1977; Pág. 140.
- (32) S. de Tejada Federico. *Derecho Internacional Americano*; Ed. C.I.C.A. Guatemala; 1960; Pág. 197.
- (33) Ossorio Angel. *Nociones de Derecho Internacional Público*; Ed. Atlántida; 1944 ob. Cit. Pág. 109.

Comentario: En las dos definiciones anteriores se advierte la presencia del sujeto del desplazamiento turístico.

Glucksmann y Golden: "Prácticamente no cuentan en el tráfico turístico aquellas personas que, por las disposiciones legales de un país, se ven obligadas a formalizar después de un cierto tiempo de estancia, una residencia."

Comentario: Estos autores excluyen a los inmigrados, pues no se ajustan a las finalidades del tránsito turístico.

Antes de la Segunda Guerra Mundial (1939), las definiciones se referían a determinadas motivaciones, pero se continuaba insistiendo en el tráfico.

Glucksmann (1935), dice: "Quien interprete el turismo como un problema de transporte, lo confunde con el tráfico de turistas. El turismo empieza ahí donde el tráfico termina, en el punto del turismo: en el lugar del hospedaje. El tráfico de viajeros conduce al turismo. Sin embargo, no es el turismo propiamente dicho, ni siquiera en parte."

A partir de lo anterior Glucksmann formula la mejor definición de turismo conocida antes de la Segunda Guerra Mundial: "Turismo es el conjunto de relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajera y momentáneamente en un lugar de estancia y los naturales de ese lugar" (34).

(34) Ortuño Martínez Manuel. Introducción al Estudio del Turismo; Ed. Textos Universitarios S.A. 1976; Págs. 139 a 145.

Benscheidt, lo mejora aún más: "Turismo es el conjunto de relaciones pacíficas entre viajeros que se detienen en un sitio, las personas no domiciliadas allí y los naturales de esa región" (35).

Después de la Segunda Guerra Mundial y en diversos tratados sobre turismo, surgen innumerables definiciones que amplían o restringen los conceptos de la Escuela Berlinesa.

Troisi (1942), señala en el principio de su obra: "Turismo es el conjunto de traslados temporales de personas originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales" (36).

Las necesidades subrayadas por Troisi en relación con el traslado temporal, parecen excluir los otros conceptos clásicos, que sin ser necesidades, se integran en la definición misma, como son la libertad, el deseo de diversión, el descubrir otros horizontes y el vivir nuevas experiencias. Dicha circunstancia restringe y limita la definición.

"Marcel Gautier en su aportación, restringe aún más y hace vaga su definición: El conjunto de fenómenos económicos y sociales originados por los viajes."

- (35) Osorio Angel. Nociones de Derecho Internacional Público; Ed. Atlántida; 1944; ob. Cit. Pág. 180.
- (36) H. Zamora Adriana. Tratados y Documentos Internacionales; Ed. Buenos Aires; 1975; pp. 120-121.

En 1942, Krapf y Hunziker, elaboran una definición que alcanza gran aceptación: "Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producido por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no están motivados por una actividad lucrativa" (37).

Comentario: Esta definición contiene nuevos elementos:

1).- Se puntualiza el término turismo como una apreciación difícil de precisar;

2).- Se le describe como un conjunto de relaciones y de hechos;

3).- Las causas que originan esas relaciones y esos hechos son el desplazamiento y la permanencia en lugar distinto al de residencia.

Aunque es conveniente destacar que el conjunto de relaciones y fenómenos, resultante del desplazamiento y la permanencia, es una apreciación muy general que obliga a buscar la aproximación integral y exacta de la manifestación actual del turismo.

(37) Sepúlveda Cesar, Las Fuentes del Derecho Internacional Americano; Ed.- Porrúa S.A. 1969; Tomo II; Pág. 250.

José Ignacio de Annillaya, en 1955, aporta en su definición el deseo de concretar y, al mismo tiempo, ampliar lo dicho por Hunziker, introduciendo la proyección económica del fenómeno como "Industria Turística". Su definición es: "Turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lugar; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar"-- (38).

El Instituto Mexicano de Investigación Turística (I.M.I.T.), preocupado por definir al fenómeno sin ambigüedad alguna y precisar el todo del contexto definidos, se ha interesado en la distinción del fenómeno social del desplazamiento humano temporal, y de la industria que lo explota con una finalidad económica.

Turismo: "El desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal", entendiéndose al primero como el ámbito geográfico donde la persona se desenvuelve socialmente, obteniendo de fijo los medios económicos que le permitan subsistir.

Industria Turística: "El sector económico de servicios básicos, de alojamiento y alimentación vinculados, de agencias de viajes y de transporte de pasajeros; complementados por otros de recreación y venta de productos típicos y apoyados en conjunto,

(38) Sepúlveda Cesar. Las Fuentes del Derecho Internacional Americano; Ed.-Porrúa S.A. 1969 ; Tomo II ; Págs. 254 a 256.

por una serie de actividades productoras de bienes y servicios-- (39).

Las dos definiciones anteriores sirven de base para -- considerar al turismo como un sistema.

El "Sistema Turismo" representará: "Un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes" (40).

- (39) Faunzyber F. y Martínez Tarrago T. Las Empresas Transnacionales; Ed.- Fondo de Cultura Económica; México, 1977 ; Tomo II ; ob. Cit. Pág. 68.
- (40) Buenlozano y Otros. Los Grupos de Empresas Nacionales y Multinacionales - les y el Derecho del Trabajo; Ed. U.N.A.M. México; 1982; Pág. 203.

VIII.- CIENCIAS AUXILIARES EN EL ESTUDIO DEL TURISMO.

Todo estudio que pretenda ser vigente y serio, requiere de la sistematización, para alcanzar de ser posible, la unificación de criterios. El fenómeno turístico no escapa a esta orientación cuando se le investiga y estudia. Toda acción que gira alrededor de su análisis debe apoyarse en diversas disciplinas científicas, cuyas aportaciones permitan adentrarse en el conocimiento y aprovechamiento del referido fenómeno"(41).

Las ciencias que contribuyen en el estudio del fenómeno y de la industria turística, son:

La Historia.

Esta ciencia brinda el marco de referencia de todos -- los desplazamientos humanos, considerados como antecedentes del fenómeno turístico. Permite el análisis de las causas que propiciaron cada uno de los desplazamientos en el tiempo y en el espacio.

La Sociología.

Posibilita un acercamiento a las causas sociales del fenómeno turístico las que, como ya se dijo, fundamentan el enfoque teórico de éste. Dicha causa, en orden de importancia, son: las conquistas sindicales que originaron la disminución de la --

(41) Sepúlveda Cesar. Las Relaciones Diplomáticas entre México y los Estados Unidos en el siglo XX ; Ed. Privada México; 1953; ob. Cit. Pág. 120.

jornada laboral, la ampliación del tiempo libre a disposición de la voluntad del trabajador; las prestaciones sociales como las jubilaciones, vacaciones pagadas, incentivos al trabajador; las costumbres de los grupos sociales y el desarrollo y difusión de las actividades culturales. Recientemente surgen los clubes, -- los deportivos y las organizaciones que favorecen los desplazamientos turísticos; asociaciones de trabajadores que propician el camping y el excursionismo.

Todo esto ha sido posible en virtud de haberse organizado el hombre dentro del contexto social.

La Economía.

Cualquier 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.

La Psicología.

Esta disciplina favorece la interpretación de las motivaciones objetivas y subjetivas, concientes e inconcientes, externas o internas del turista, de acuerdo a las más modernas teorías. Dicho estudio permite a la Industria Turística, la satisfacción de los variados intereses del viajero.

Cuándo, cómo y por qué viaja el turista, son algunas de las interrogantes que obtienen respuesta directa; sin embargo, la Psicología posibilita también la solución de interrogantes tales como cuáles son sus preferencias, qué actividades prefiere? Pudiendo así adoptar las medidas pertinentes para las campañas promocionales; la proyección, instalación y mejoramiento de los servicios; el aprovechamiento jerarquizado de recursos; para que de esta manera se capten mayor número de turistas.

La Antropología.

Proporciona diversas teorías en relación con las causas del desplazamiento turístico, en base a la naturaleza del ser humano, quien genera y modifica la organización socioeconómica en la que vive y participa. El estudio de la cultura, como determinante del traslado, es otro apartado que brinda esta ciencia.

Las Matemáticas.

Su contribución radica en los métodos estadísticos que hacen posible el análisis cuantitativo del fenómeno turístico, permitiendo la obtención de grados superiores en la medida, control y aprovechamiento, mediante pronósticos, del turismo.

La Tecnología.

La aplicación de la ciencia bajo la forma de tecnología

gia. Muchas son las razones, de orden tecnológico, que participan de manera determinante en el fenómeno turístico y en su sistema industrial operativo; baste mencionar la técnica aplicada a la inasportación aérea actual, y los procedimientos tecnológicos que caracterizan el sistema de reservación hotelera, mediante el uso de computadoras.

IX.- AVANCE CIENTIFICO y DESARROLLO TECNOLÓGICO.

No es posible hablar de la elevación de niveles de vida y del fenómeno turístico contemporáneo, sin dedicar algunas líneas al notable avance que han experimentado las ciencias y el acelerado desarrollo de la tecnología. La Humanidad ha sido testigo de grandiosos hechos: la conquista del espacio, la quimioterapia, la fabricación de aeronaves comerciales supersónicas, la investigación submarina, las comunicaciones con satélites artificiales, la computación electrónica, etc. Todo ello ha influido de manera incuestionable en el avance del género humano; aunque también, ha originado conflictos de otra naturaleza.

El turismo se ha visto favorecido con la construcción de modernas y seguras vías de comunicación, la aparición de confortables y rápidos medios de transporte, estructuras que cuentan con centenares de habitaciones y servicios colaterales en las empresas hoteleras, sistemas de comunicación que agilizan el trabajo y la presentación de servicios en las agencias de viajes, etc. (42). Se facilitan así las posibilidades de afluencia de grandes corrientes de viajeros.

(42) Rodríguez Cerna José. Nuestro Derecho Internacional; Ed. Guatemala C.A.- 1985; Págs. 160 a 163.

X. - FINALIDAD DE LA INDUSTRIA TURISTICA.

La finalidad de esta industria es la explotación y aprovechamiento económicos del fenómeno turístico. Dicha explotación produce beneficios a nivel de la economía en su conjunto y de la economía privada.

Un país se verá favorecido económicamente, en razón directa del turismo, por el ingreso de divisas, el desarrollo regional y la creación de fuentes de trabajo. "Las empresas privadas habrán de beneficiarse en el ámbito de su propia relación empresarial e intersectorial, misma que se traduce en beneficios para el país" (43).

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

El gasto directo del turista beneficia, en primera instancia, a las empresas de hospedaje y alimentación, enseguida a los establecimientos que venden mercancía diversas, destacando los productos artesanales, bebidas y artículos típicos propios del centro receptor; también favorece a los sectores dedicados a ofrecen diversión y espectáculos; por último a la transportación local.

(43) Sepúlveda Cesar. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A. México - 1991; Pág. 210.

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

La industria turística impulsa notablemente el desarrollo regional del país, en particular aquellas regiones que no poseen otra posibilidad de expansión económica. Ej. Cancún.

"El marco operativo y funcional de la industria turística, ha propiciado la generación de empleos por variados conceptos:

-Construcción de infraestructuras (carreteras, aeropuertos, vías férreas, puertos marítimos, etc.)

-Prestación de servicios turísticos: hoteleros, extra hoteleros, restaurantes, agencias de viaje, guías de turistas, comercios especializados y transportación turística.

-Actividades agropecuarias e industrias proveedoras de la actividad turística: mueblera, aparatos eléctricos, línea blanca, loza, cristalería, cubriería y plaqué, comestibles, textil"(44).

Mucho se habla del beneficio económico que origina la-

(44) Founzylber F. y Martínez Tarrago T. Las Empresas Transnacionales; Ed. Fondo de Cultura Económica; 1977; Tomo I; Pág. 125.

explotación del fenómeno turístico, por cuanto 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.

XI.- EL METODO DE LA INDUSTRIA TURISTICA.

"Por método se debe entender al medio o procedimiento - para indagar hechos o verdades científicas, o el que se emplea - para su exposición. Todo método deberá observar un orden con --- gnente y seguir sistemáticamente una pauta que garantice el lo- go del fin propuesto"(45).

Se requiere estar convencido de la bondad de los méto- dos en todo estudio e investigación que se pretenda realizar, -- con el único objeto de seleccionar los más apropiados.

Los métodos comúnmente empleados en trabajos de inves- tiguación económica, se presentan en el siguiente cuadro, anexan- do lo que diversos autores denominan "enfoque" y "herramientas":

MÉTODOS:

Análítico	Sintético.
Inductivo	Deductivo.

ENFOQUES:

Objetivo	Subjetivo.
Dinámico	Estático.
Microeconómico-Macroeconómico.	
Stórico.	

(45) Sepúlveda Cesar. Terminología Usual en las Relaciones Internacionales; - Ed. S.R.E. 1976; Págs. 380 a 385.

HERRAMIENTAS:

Estadística Económica.
 Matemáticas.
 Computación.
 Contabilidad.

Para cualquier industria, su método se significará como el camino a seguir para conseguir su explotación económica. - El método responde a la investigación científica previa y su correspondiente aplicación tecnológica; obteniéndose así, una aproximación más precisa y exacta del recurso que se pretende explotar o que ya se está explotando, así como la forma de hacerlo con mayor eficiencia.

Los métodos de una industria se conforman por procesos y recursos - medios. "Por proceso, entiéndase fases particulares que, integradas, constituyen el método general de explotación; - los recursos - medios serán todos aquellos factores que concurren en una o varias fases del método general, mismos que son utilizados directa o indirectamente en la explotación del recurso básico y final a que se dedica una industria en particular" (46).

El método de la industria turística, lo define así el Instituto Mexicano de Investigación Turística "el conjunto de -- los procedimientos o procesos sistemáticos que llevan a cabo cada una de las actividades industriales y comerciales que tienen un grado importante de asociación con el fenómeno turístico, pa-

(46) Zimmerman Eric, Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura Económica; México, 1957; pp. 205-206.

na lograr el aprovechamiento del mismo, con fines de explotación económica. Cada actividad en particular, estará representada, --dadas sus características comunes, por una serie de factores, elementos o recursos-medios, que existen y se desarrollan en torno del recurso básico y final del desplazamiento turístico"(47).

(47) Ortiz Ahlf Loretta. Derecho Internacional Público; Ed. Harla. México;-- 1990; ob. Cit. Pág. 305.

XII.- INVESTIGACION TURISTICA.

Analizando el fenómeno social del desplazamiento humano temporal y la industria que lo aprovecha, es necesario vincular dichos apartados en la investigación socio-económica moderna.

Las condiciones que ha planteado el presente siglo, -- hacen surgir la idea de la planificación económica como medio eficaz para lograr un desarrollo equilibrado, mediante el óptimo aprovechamiento de los recursos, tanto naturales como humanos, -- proporcionando a la sociedad los bienes necesarios para un nivel de vida decorosa.

En el mundo subdesarrollado nace el imperativo de promover el desarrollo conforme a un plan que permita un crecimiento equilibrado de los diferentes sectores económicos. Se comienza a aspirar a un desarrollo planificado de la producción y el ingreso de una población en constante aumento, la cual se convierte en demandante potencial de toda clase de bienes y servicios para su bienestar y subsistencia.

Por lo anterior surge la justificación social y económica de planificar el desarrollo de acuerdo con técnicas modernas, adaptables a las condiciones de cada país y con influjo sobre el proceso de crecimiento espontáneo que, abandonado a sus propias fuerzas, conduce como afirma Alonso Aguilar, a "un desarrollo que puede caracterizarse como lento, inestable, desparejo, inarmónico, con grandes desperdicios de recursos naturales y humanos, sin la más elemental coordinación, sujeto a fluctuaciones y

a crónicos desequilibrios de balanza de pagos y caracterizado en conjunto por una gran dependencia económica, financiera y aún política y cultural" (48).

El fenómeno turístico no puede sustraerse de la planificación económica del país, misma que repercute en la sociedad mexicana y en la población flotante que, en corrientes de viajeros, requieren de múltiples satisfacciones que se traducen en bienes y servicios diversos.

La investigación turística seria y sistemática proporcionará parámetros de información real y actual, mismos que contribuirán a la planificación del desarrollo turístico del país. -- El aprovechamiento de recursos, la construcción de infraestructuras, la proyección de centros turísticos, la implementación del transporte y la capacitación de los recursos humanos de una eficiente investigación socioeconómica del fenómeno del desplazamiento turístico.

(48) Aguilar Monteverde Alonso. La Planificación del Desarrollo Económico; -- Revista de Investigación Económica. Escuela Nacional de Economía; 1964; -- ob. Cit. Pág.201.

XIII.- LA INDUSTRIA TURISTICA.

Se define con este nombre a la "actividad económica --- surgida de los variados requerimientos y costo correspondiente del desplazamiento turístico" (49).

Antes de iniciar el análisis de este tema, es conveniente partir de la definición de industria. En los libros editados de economía industrial, se le define como "La actividad sistemática del hombre, aplicada a la obtención, producción, y distribución de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la colectividad" (50).

A partir de la anterior definición surge la siguiente clasificación:

INDUSTRIAS:

- 1.- Extractivas o primarias;
- 2.- De transformación o secundarias;
- 3.- De servicios o terciarias.

1.- Extractivas:

Son todas aquellas que explotan recursos naturales y genéticos renovables y no renovables.

- (49) Zimmerman Eric. Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura Económica; México; 1957; Pág. 279.
- (50) Rojas García Antonio. Tratado de Economía Industrial; Ed. UNAM; México-1974; Pág. 20.

2.- De Transformación:

Son las que se dedican a la fabricación de artículos de consumo final (industrias ligeras), y las encargadas de elaborar para las anteriores: materias primas, artículos semiterminados, maquinaria y herramienta (industrias pesadas).

3.- De Servicios:

Su característica es que la producción es intangible o inmaterial, se refiere a servicios. Ejemplo, alojamiento, transportación.

Los servicios son brindados al conglomerado social, -- por parte de los sectores Público y Privado. Habrá de considerarse entonces Industria de Servicios Estatal o Paraestatal y Privada. De lo anterior se desprende, que la actividad derivada del fenómeno social del desplazamiento turístico, implica la realización de una actividad humana sistemática, misma que conforma una "Industria terciaria o de servicios, tanto públicos como -- privados, referidos fundamentalmente al alojamiento y alimentación, y vinculados a las agencias de viajes, al transporte de pasajeros, a los guías de turistas, a los conductores de grupos; -- complementados por servicios de recreación y venta de productos -- típicos y artesanales". Todos estos servicios se apoyan, a su -- vez, en otros y en los bienes que producen las industrias extractivas y de transformación.

El fenómeno social del desplazamiento turístico y la industria turística así concebida, representan así el conjunto -- que se denomina "Sistema Turismo". Entiéndase por sistema turístico al "conjunto de elementos cuya interacción posibilita la realización de todas las funciones que permiten provocar, prolongar

y reiterar la afluencia y estancia temporal de los turistas" (51).

La apreciación del sistema turismo en la definición señalada, cumple con el objetivo de considerar al turismo en forma integral como un sistema operativo, dinámico y actualizado, cuidadosamente definido y susceptible de cuantifican.

Es necesario señalar la presencia de una variada gama de actividades económicas, que están asociadas a las básicamente turísticas, las cuales comprenden bienes y servicios que adquieren los turistas extranjeros y el turista nacional, y que provienen 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.

La "Industria sin Chimeneas", es pues un sector económico no considerado como rama de la producción, por ello es conveniente rubricarlo formalmente y de manera general, como el "conjunto de actividades industriales y comerciales que produce bienes y servicios para satisfacer la demanda derivada del desplazamiento turístico" (52). Es conveniente precisar que, no sólo 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 estará conformada esencialmente-

- (51) Sánchez I Sánchez Carlos. Curso de Derecho Internacional Público América no; Ed. Montalvo República Dominicana; 1943; Págs. 20 a 23.
- (52) Viner J. Comercio Internacional y Desarrollo Económico; Ed. Tecnos Ma -- drid; 1966; ob. Cit. Pág. 152.

por tres ramos de actividad:

1.- Empresas de hospedaje con servicios de alimenta--
ción.

2.- Agencias de viajes y guías de turistas.

3.- Empresas transportistas.

El complemento de estas actividades lo satisfacen los servicios específicos de recreación, esparcimiento, comercio especializado (artesanías y productos típicos), servicios bancarios, financiero y seguros para el turista.

XIV.- CORRIENTE TURISTICA.

El fenómeno del desplazamiento humano temporal, por su continuidad y estabilidad en la formación de grupos de viajeros, quienes de manera permanente generan actividad en la industria turística.

Un centro receptor de turismo tendrá demanda durante todo el año, incrementándose en las denominadas "temporadas altas" y disminuyendo en "temporadas bajas"; sin embargo, la afluencia es continua, previendo con toda oportunidad los índices de ocupación hotelera, la venta anticipada de pasajes y la demanda de servicios colaterales.

Por corriente turística se entenderá a "Grupos de personas que se desplazan de un lugar a otro, originando unidades de viajeros de circulación continua y estable, cuya presencia temporal es un lugar determinado, genera actividad en la industria turística" (53).

(53) Sepúlveda Cesar. Las Relaciones Diplomáticas Entre México y los Estados Unidos en el siglo XX; Ed. Privada México; 1953; Pág. 240.

CAUSAS DEL "SISTEMA TURISMO"

XV. - CAUSAS INDIRECTAS DEL TURISMO.

"En sociología, factor se define como un hechos, una causa determinante o condición necesaria de un acontecimiento o cambio social" (54).

Por causas o factores del turismo se entienden:

"El conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta se relacionan necesariamente para constituir el fenómeno turístico, dotándole de sus características peculiares y específicas" (55).

Las causas o factores del turismo se dividen en directos e indirectos. A continuación se inicia el análisis de los factores indirectos del turismo. Los factores directos del fenómeno que se estudia, se tratarán más adelante.

Estructurales:

Son todos aquellos que constituyen la base económica, --

(54) García Pedro. Boletín de Información Internacional; Secretaría de Programación y Presupuesto; No. 50; 26 de Marzo de 1979; Pág. 30.

(55) Seara Vázquez Modesto. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A. México; 1991; Pág. 340.

cultural e institucional de un país, región o lugar determinado. El desarrollo de estos factores es condición necesaria, indispensable y previa al proceso del turismo. 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, máxime si no se presentan los factores directos.

Dinámicos:

Lo integran la corriente turística potencial mediata e inmediata.

A.- INFRAESTRUCTURAS:

Vías de comunicación y transporte.

No es factible concebir el nacimiento y desarrollo de la industria turística en lugar alguno, sin una adecuada red de vías de comunicación y un sistema estructurado de transporte, medios que no han sido generados para atender las necesidades provenientes del desplazamiento turístico, salvo en casos excepcionales; sino para atender prioritariamente el enlace geográfico, el intercambio económico, la integración social y cultural de centros urbanos y comunidades rurales con un nivel determinado de población. Responden a la vida socio-económica de la comunidad receptiva. No obstante la mejora, incremento y modernización de las vías de comunicación y los medios de transporte, al igual que su abandono o limitación, repercuten en el aprovechamiento adecuado del fenómeno turístico.

Es ineludible destacar que, gracias a los avances científicos y tecnológico en materia de infraestructura del transpor-

te en general y, en lo particular de los medios idóneos para el desplazamiento de las personas, el acceso a los centros turísticos ha experimentado una favorable transformación y en la actualidad se fundamenta, más en el costo, que en la distancia a recorrer. Esto último, y en razón de las aplicaciones técnicas de la ciencia moderna, constituye ahora una limitante que frenaba el desplazamiento de grupos numerosos de la población, entre sitios relativamente distantes del orbe.

Hoy, refiriéndose al costo de manera preponderante, la calidad se significa como un factor importante, especialmente -- cuando se habla de puntualidad, regularidad, frecuencia, comodidad y rapidéz, aspectos todos que determinan el desplazamiento humano. En los viajes a grandes distancia, lo más trascendente es la velocidad y la comodidad, no así en los desplazamientos -- cortos, en los que la frecuencia es la cualidad más significativa. Un último requisito que, en lo general, debe caracterizar -- al desplazamiento, es la seguridad.

Servicios Públicos.

Los servicios urbanos como el agua potable, el sistema de drenaje, la pavimentación, el fluido eléctrico, los parques y jardines, las zonas boscosas, etc., que requiere toda comunidad; así como los servicios que derivan de la organización comunitaria; administrativos, de auxilio y protección jurídica, de salubridad y asistencia, etc.; no fueron generados en función de la industria turística, pero ésta se sirve de su creación, -- perfeccionamiento y desarrollo. La implementación de dichos servicios corresponde generalmente al sector público, aunque el -- sector privado, en ocasiones, contribuye en su creación.

Para una adecuada aplicación didáctica y el conveniente manejo de la terminología turística, "se considerarán infraestructuras turísticas a los servicios públicos, las vías de comunicación, las terminales aéreas, marítimas y terrestres" (56).

B.- INDUSTRIAS CONEXAS.

Todo conglomerado social requiere de una variada gama de actividades industriales, que le provean diversos bienes y servicios para satisfacer sus necesidades primarias y secundarias. Las industrias que se generan en toda comunidad, responden también a la demanda que plantea la industria turística, ya sea directa o indirectamente, ya que el sector turismo exige materias primas, bienes de consumo no duradero y bienes maquinaria y equipo de uso duradero.

A continuación se presenta un cuadro, donde se ejemplifica lo apuntado anteriormente:

1).- Materias Primas: Energéticos (petróleo, energía eléctrica, gas, gasolina, turbosina, etc.); alimentos crudos (frutas, legumbres, huevos, leche, carne, pescado, mariscos, etc.); agua.

2).- Bienes de consumo no duraderos: Alimentos enlatados, cereales, azúcar, café, pan, tortillas, cerveza, cigarrillos, cerillos, jabones, detergentes, papel sanitario, escobas, jergas, etc.

(56) Arellano García Carlos. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa, S.A., México; 1983; Tomo I, ob. Cit. Pág. 298.

3).- Bienes, maquinaria y equipo diverso de uso duradero: Cristalería, cubriería, muebles, cortinas, manteles, alfombras, aparatos eléctricos (ascensores, aspiradoras, -pulidoras, refrigeradores, congeladores, sistemas de aire acondicionado, ventiladores, etc.), teléfono, equipo de oficina, automóviles, autobuses, carros de ferrocarril, embarcaciones, aeroplanos, edificaciones para las empresas turísticas.

Las materias primas y los bienes enlistados, provienen de diversas ramas industriales: agropecuaria, piscícola, textil, mueltera, siderúrgica, alimenticia, vinícola, vidriera, de la construcción, de maquinaria y equipo; de su existencia dependerá la creación, el funcionamiento, el desarrollo y la prestación de servicios de la empresa turística.

C.- SISTEMA BANCARIO, FINANCIERO Y DE SEGUROS.

Este sistema lo conforman tres áreas en las que participan los sectores público y privado. Las empresas privadas --- constituidas como personas morales, se crean con capital social y patrimonio propios, para satisfacer los requerimientos que les dieron origen.

"Las instituciones bancarias tienen como principal función la recepción de depósitos en efectivo o en cheques, ahorro y pago de servicios, préstamos a corto plazo, cambio de moneda" --- (57). El ámbito financiero se caracteriza por operaciones de compra y venta de capital fijo a mediano y largo plazo, y financiamiento crediticio. "Las aseguradoras proporcionan, mediante el-

(57) Sorense Max. Manual de Internacional Público; Ed. Fondo de Cultura Económica; México; 1981; Págs. 240 a 244.

pago de primas o cuotas, una póliza para restringir, hasta donde sea posible, los riesgos que pueden afectar a personas físicas o morales, en su actividad permanente o eventual" (58).

El sistema favorece así, aunque parcialmente, el fomento y desarrollo de la actividad turística.

D.- AMBIENTE TURISTICO.

Este factor, a diferencia de los anteriores, se caracteriza por ser subjetivo. Depende de la formación individual y social de los miembros de la comunidad receptora de turismo, y responde a un proceso al través del tiempo.

Que es ambiente turístico? "Es la actitud de un conglomerado social hacia la recepción de turistas, propiciando un "Clima" de seguridad, tranquilidad, armonía, amabilidad y hospitalidad, cuyo resultado habrá de traducirse en el comportamiento ideal de los habitantes del centro receptor" (59).

Se habla del comportamiento humano; de una conducta -- que asume, no quien esté directamente relacionado con el fenómeno turístico, sino todo miembro de la sociedad que recibe como huéspedes de viajeros. Habrá variantes a no dudarlo, dependiendo de la idiosincrasia de cada pueblo, determinadas por la investigación sociológica.

(58) De la Torre Padilla Oscar. El Turismo Fenómeno Socioeconómico; Ed. Textos Universitarios S.A.; 1976; pp. 68-69.

(59) Novo Valencia Gerardo. Diccionario General del Turismo; Ed. Diana. México; 1977; Pág. 123.

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 a 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.

Para que el ambiente turístico pueda existir, en cualquier lugar, ha de generarse la "conciencia turística", 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" (60).

En el logro del ambiente turístico han de concurrir tres sectores: social, oficial y técnico.

Social.

La actitud favorable que el conglomerado social brinda al turista, se traducirá en el satisfactor sociológico necesario, que todo viajero busca al entrar en contacto con otra comunidad.

(60) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Nacional Madrid 1975; Tomo II; Pág. 91.

Esto es factible si se conjugan:

1o.- *La conciencia turística que posibilite óptimas relaciones entre los miembros del centro receptor y las personas procedentes de otros países o regiones, cuyas costumbres y actitudes difieren.*

2o.- *La implementación de medidas y campañas tendientes a entender, aceptar y respetar costumbres propias de otros grupos humanos. Ejemplo, Horarios de alimentación. Servicios religiosos. Dominio de varios idiomas.*

Oficial.

La actitud favorable de autoridades y organismos públicos en torno al desplazamiento turístico; ésta ha derivado en -- las facilidades que contemplan los trámites migratorios y aduanas; la eficiencia de los servicios públicos generales; la seguridad del turista y sus bienes; los servicios 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 éste se llevará, no del servicio en lo particular, sino de todo el centro receptor y aún 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, unido al profesionalismo singular de su desempeño, proyecte la mejor imagen del servicio demandado. Esta será la promoción más efectiva que logre una nación interesada en el fenómeno turístico.

Por último, es importante señalar la necesidad de aplicar estrictamente los reglamentos, mismos que tienen previstas las sanciones por la deficiencia o incumplimiento del servicio turístico contratado.

E.- CORRIENTE TURISTICA POTENCIAL.

Se entenderá por corriente turística potencial "al conjunto de personas que participan en distintos grados de ciertas características previas a todo desplazamiento" (61).

Las características previas en que coinciden, en mayor o menor grado, dichas personas son:

- Tiempo libre-vacacional, que permita el traslado fuera del espacio vital.

(61) Dña. Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México- Ed. Porrúa S.A. México; 1983; Pág. 171.

- Capacidad económica, necesaria para costear el desplazamiento, la estancia y gastos colaterales.

- Deseos de viajar.

- Necesidad de traslado, que responde a diversidad de objetivos a cumplir.

Los tres primeros caracterizan a todo desplazamiento turístico. El cuarto, que se apoya en los anteriores, o excluye incluso al primero y el tercero, para conformar junto con la capacidad económica un importante mercado potencial, motivado por necesidades de negocios, salud, misiones comerciales, oficiales, etc., que se efectúan fuera del tiempo libre y que implican la disposición al desplazamiento temporal.

Generalmente, cuando el viajero asiste a un congreso o convención, no tiene necesidad de gastar en transportación y estancia, pues la compañía cubre dicha necesidad o necesidades, otorgándole además, "viáticos" para gastos diversos.

Del nivel de desarrollo socio-económico alcanzado por una comunidad, dependerá la posibilidad inmediata o mediata de sus miembros, para integrarse al desplazamiento turístico. Se conformarán dos tipos de corrientes turísticas.

1).- Potencial inmediata;

2).- Potencial mediata.

"La corriente turística potencial inmediata está formada por personas cuya amplia solvencia económica, tiempo libre -- excedente y deseos de viajar les convierten en sujetos susceptibles al desplazamiento temporal. En cambio, la corriente turística potencial mediata, es aquella cuyas características previas a todo desplazamiento turístico, por su limitación, dificultan las posibilidades del viaje" (62). Para esta última, será necesario implementar campañas promocionales permanentes apoyadas en efectivos medios publicitarios; ofertas y facilidades crediticias que estimulen los desplazamientos.

Una adecuada promoción hará factible que la corriente potencial mediata se convierta en inmediata, y ésta, en efectiva, toda vez que se conjuguen en la oferta turística, la diversidad de elementos que coadyuvan en su cabal realización" (63). El estudio previo del mercado potencial facilitará, notablemente, el objetivo previsto.

- (62) Díaz Luis Miguel. Historia de las Relaciones Internacionales de México --- co; Ed. Porrúa S.A.; México, 1983; Págs. 175 a 178.
- (63) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Nacional Madrid Tomo II; 1975; Pág. 122.

Estructurales:

"Estas causas o factores son esenciales para que pueda darse el fenómeno turístico, su inexistencia produce ausencia --- institucional del turismo. Dichos factores son: los recursos, --- los servicios y la promoción" (64).

Dinámicos:

Los integran la corriente turística efectiva.

A.- RECURSOS TURÍSTICOS.

Se ha comprendido que las razones sociales del desplazamiento turístico responden a: una necesidad y al tiempo libre-vacacional; pero, existen otros determinantes del viaje?

Los recursos o atractivos turísticos motivan y estimulan el desplazamiento humano temporal. Por recurso debe entenderse "todo aquello susceptible de satisfacer diversas necesidades o deseos mediante su uso, disfrute o consumo" (65). La variada gama de gustos, inclinaciones y preferencias del viajero convierten en recurso turístico hasta lo insospechado. "Se aprecia que el vocablo se usa, no para referirse a una cosa o a una sustancia, sino

(64) Mijaa de la Muela Adolfo. Derecho Internacional Público; Ed. Córdobas--Madrid; 1979; Pág. 310.

(65) Ortiz Ahlf Loretta. Derecho Internacional Público; Ed. Harla; México; ---1990; Págs. 250 u 253.

a la función que éstos pueden desempeñar o a la acción en que -- puedan tomar parte" (66).

La definición de recursos o atractivos turísticos se estructura así: "Conjunto de elementos naturales, objetos culturales y hechos sociales que, mediante una adecuada y racional -- actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para provocar, prolongar o reiterar el desplazamiento turístico"-- (67).

Esta definición posibilita la clasificación inicial de los recursos o atractivos turísticos.

1.- Naturales;

2.- Socio-Culturales;

3.- De diversión;

De descanso y salud.

Recursos naturales.

Son los lugares atractivos que brinda la naturaleza y -- que dan al turista tranquilidad: ríos, mares, parques, etc.

(66) Zimmerman Eric. Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura -- Económica; México. 1957; ob. Cit. Pág. 117.

(67) H. Zamora Adriana. Tratados y Documentos Internacionales; Ed. Buenos -- Aires; 1975; Págs. 132 a 135.

Recursos socio-culturales.

Son resultado del proceso cultural del género humano a través del tiempo: obras artísticas, obras tecnológicas, folklore, arte popular, museos, galerías de arte, etc.

Recursos de diversión.

Son los atractivos generados para brindar recreación y esparcimiento: espectáculos, parques de juegos mecánicos, zoológicos, etc.

Recursos de descanso y salud.

Estos atractivos se apoyan en otros recursos que les sirven como marco de referencia, para distinguir su oferta al turista: balneoterápicos, sitios propicios al descanso.

La indescriptible cifra de recursos turísticos de un país, obligan al sector público a inventariar, seleccionar, clasificar, catalogar, valorar y jerarquizar los bienes que posee la nación, susceptibles de aprovechamiento turístico (68). Por ello es necesario un proceso sistemático que contemple las siguientes etapas o fases:

(68) Sepúlveda Cesar. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A. México. 1991; Págs. 245 a 249.

1.- Inventario turístico nacional.

Es el registro pormenorizado de todos los recursos que tiene el país, cuya utilización propicia el desplazamiento turístico sea factible.

2.- Catalogación.

De la compilación de datos que ofrece el inventario, - procede la clasificación de los mismos agrupándolos de acuerdo - al sistema que determine el criterio oficial. Este material contribuye eficientemente a la planeación turística.

3.- Valoración.

De ésta derivará el análisis cualitativo del recurso - en cuestión, permitiendo la comparación entre atractivos semejantes y su grado de aprovechamiento actual y futuro.

4.- Jerarquización.

El recurso turístico es un instrumento de la oferta al mercado, los estudios estadísticos han favorecido la investigación en torno a los atractivos que prefieren el turista. De dicho análisis e información colaterales, dependerá la decisión gubernamental para dotar al recurso de la infraestructura necesaria, propiciando en el sector privado el interés por generar los

servicios necesarios al viajero; y, finalmente, realizan la promoción conjunta de todos estos factores.

B.- SERVICIOS TURISTICOS.

El sector operativo de la industria turística lo constituyen los servicios, cuya función es satisfacer las necesidades derivadas del desplazamiento humano temporal. "Las necesidades pueden ser primarias (alojamiento y alimentación), y secundarias (transportación, diversión, información, etc.)" (69).

Para establecer y estructurar los servicios turísticos habrán de concurrir:

1o.- Demanda proveniente de la corriente turística efectiva.

2o.- Existencia de necesidades específicas.

3o.- Generación de actividades por parte de la comunidad receptora, para atender la demanda turística.

Sólo así, será factible la creación de una estructura completa del servicio turístico. La comunidad receptora satisfará integralmente las necesidades más diversas, provenientes del

(69) Faunzylber F. y Martínez Tarrago T. Las Empresas Transnacionales; Ed. - Fondo de Cultura Económica; México. 1977; Tomo I; Pág. 221.

fenómeno turístico. El servicio turístico se concibe como tal, en la medida que opere organizadamente, de manera continua y con recursos humanos especializados.

La estructura funcional de servicios al turista se define como "Las actividades que en su interacción coordinada cumplen con la satisfacción, a través de servicios, de las necesidades que plantea la corriente turística"(70).

Por servicio turístico se entenderá "Toda actividad -- realizada por una persona física o moral, del sector público o -- privado, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico"(71).

Procede ahora clasificar los servicios turísticos en -- dos grandes grupos:

1).- Servicios turísticos generales.

Son todos aquellos que se proporcionan al turista en -- forma gratuita. Proviene del sector público como del privado. -- los más importantes son:

- Módulos de información turística (en el país o en -- el extranjero).

(70) Sepúlveda Cesar. Terminología Usual de las Relaciones Internacionales; Ed. S.R.E. 1976; p.p. 140-141.

(71) Sorense Max. Manual de Internacional Público; Ed. Fondo de Cultura Eco nómica; México; 1981; ob. Cit. Pág. 267.

- Servicio exterior, diplomático o consular.
- Servicio migratorio y aduanal (facilidades de internación portando artículos diversos).
- Servicios en terminales aéreas, terrestres y marítimas (salas de espera, restaurantes y bares, miradores, bancos, comercios, etc.).
- Patrullas de auxilio turístico, señales en carreteras, mapas.
- Guías de turistas que ofrecen información en museos, galerías, sitios históricos, monumentos y edificios públicos.
- Policías bilingües o políglotas.
- Espectáculos, eventos deportivos y artísticos promovidos por autoridades gubernamentales o empresas privadas, para ofrecerse gratuitamente al público. Ferias, exposiciones.
- Publicidad impresa.

2).- Servicios turísticos específicos.

Los proporciona principalmente el sector privado, su característica es el pago o contraprestación al servicio recibido. Las empresas que brindan estos servicios son las de alojamiento y alimentación, agencias intermediarias, guías, transportación, recreación, comercios especializados y actividades complementarias que satisfacen los sectores bancarios, financiero y de servicios.

C. - ALOJAMIENTO.

Este servicio responde a una necesidad primaria del turista. Su identidad con el fenómeno del desplazamiento turístico, la ubica en el nivel de "servicio esencial".

En el pasado existieron establecimientos que ofrecían al viajero un servicio semejante mesones, ventas, posadas; éstos han experimentado radical transformación derivada de las sustanciales exigencias que la corriente turística actual imprime, en razón del número de personas que viajan, la calidad y variedad de servicios que demanda.

El presente siglo se caracteriza por la presencia y funcionamiento de establecimientos de hospedaje, los cuales ofrecen múltiples servicios que complementan con amplitud el servicio que inicialmente les dio origen.

El sistema de alojamiento así estructurado, cumple con las funciones siguientes:

10.- Brindar hospedaje al viajero.

20.- Ofrecer no sólo alojamiento, sino complementar la recepción con una atención propia de todo huésped; implicando -- así el surgimiento de variadas actividades las que, por su complejidad corresponderán en la satisfacción del gusto más sofisticado. "La prestación de servicios así concebida determinará la capacitación previa de personal técnico y especializado, mismo que permitirá a la empresa lograr sus objetivos" (72).

Para iniciar el análisis del servicio de alojamiento, es necesario clasificar a las empresas de acuerdo a los siguientes criterios:

a).- Operación y funcionamiento.

b).- Estructura física, finalidad, magnitud y ubicación.

1.- TIPO HOTEL.

a).- Hotel;

b).- Motel;

c).- Motor-hotel;

d).- Hotel residencia.

(72) Buenlozano y Otros. Los Grupos de Empresas Nacionales y Multinacionales y el derecho del Trabajo; Ed. U.N.A.M. México; 1982; Págs. 150 a 154.

2.- TIPO EXTRA HOTEL.

- a).- Casa de huésped o pensiones;
- b).- Apartamentos y casas particulares;
- c).- Albergues juveniles;
- d).- Refugios, cabañas y bungalows;
- e).- Campos turísticos (instalaciones para trailer - parks y campings).

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: "Aquel servicio que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de diez habitaciones, que se ha instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista"(73).

Hotel.

Es el establecimiento de alojamiento turístico típico. Por tradición su estructura es vertical, sin embargo estas empresas han variado en su concepción arquitectónica por el paso del tiempo y por las modalidades del servicio actual. Las unidades de alojamiento que le caracterizan son: habitaciones sencillas, dobles, triples, junior suite, master suite, suite, se complementan los servicios con restaurante, bar, centro nocturno, salu-

(73) Seara Vázquez Modesto. Tratado General de la Organización Internacional. Ed. Fondo de Cultura Económica; México.; 1985; Tomo III; Pág. 310.

de esparcimiento, salón de belleza, peluquería, piscina, agencias de viajes, etc.

Muchas empresas hoteleras brindan los servicios complementarios a través de terceras personas, a quienes arriendan las denominadas "áreas rentables".

Motel.

Su estructura es horizontal. Generalmente se ubica a lo largo de las carreteras o en las afueras de una población. Las unidades de alojamiento son independientes (tipo bungalow), y tienen estacionamiento propio. Las habitaciones están diseminadas en todo el terreno, situándose las instalaciones principales en el lugar más accesible (recreación, restaurante, bar, piscina, tiendas, etc.).

El motel aparece en la 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 ofrece dependen de la magnitud estructural instalada.

Motor-Hotel.

La estructura y servicios son similares a un hotel, pero no con la modalidad de poseer área de aparcamiento para automóviles en el sótano o pisos construidos expresamente. Se localiza en centros urbanos importantes.

Hotel residencia.

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 más amplia. Por estas consideraciones, dichas empresas ofrecen habitaciones lujosas.

Tipo de Extra-Hotel.

Sus servicios, 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 mínima o no se brinda.

Una definición aproximada sería "son todos aquellos establecimientos o instalaciones propicios al alojamiento, con mínimos servicios en habitaciones; ofrecen algunas facilidades que satisfacen las necesidades del huésped"(74).

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.

(74) H. Zamora Adriana. Tratados y Documentos Internacionales; Ed. Buenos Aires; 1975; Pág. 39.

Apartamentos o casas particulares.

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

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 familiares para su preparación por parte de los huéspedes. Son estructuras que albergan grandes áreas de alojamiento, disponiendo de literas, camas, colchonetas o cunas, y servicios sanitarios generales. Casi todo depende del estado o de asociaciones civiles.

Refugios, cabañas y bungalows.

Estas unidades de alojamiento son de variable estructura y tamaño. Su obligación es diversa: montañas, playas, lugares donde se practica la caza, la pesca, el alpinismo, el excursionismo; o bien, en los centros vacacionales. Responden 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.

Campos turísticos.

Son espacios destinados a la recepción de casas rodantes (trailer parks), tiendas de campaña (campings), o la combinación de ambos servicios. Ofrece las siguientes facilidades: energía, agua potable, gas, drenaje. Poseen también instalaciones que albergan: cafetería, 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.

D.- 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.

- De auto-servicio o self service, donde el cliente se atiende por sí mismo.

- Resto-auta o restaurante de carretera.

- 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 establecimiento.

Actualmente, satisfacen variados requerimientos provenientes de los habitantes locales; lunches comerciales, desayunos políticos, banquetes, eventos sociales, etc.; el turista se verá obligado a hacer uso de estos servicios en forma sistemática, durante su estancia temporal.

Se pueden calificar, 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. --- 75

c).- De tipo medio; cocina nacional sin especialidad culinaria ni carta de vinos.

d).- De tipo económico; cocina sencilla, sin servicio calificado.

La vinculación estrecha de este servicio con el de alojamiento es indiscutible. El servicio de alimentos tiene relación indisoluble con el de bebidas, fortaleciendo así a la unidad básica de hospedaje.

E.- AGENCIAS INTERMEDIARIAS.

Son las agencias de viajes, su existencia responde a las necesidades derivadas del desplazamiento turístico: información general, orientación específica, preparación de itinerarios, reservación de todo tipo y uso de la migratoria.

"Fue Thomas Cook, quien en 1841, realizó el primer viaje organizado entre Leicester y Loughborough, Inglaterra. Esta actividad originó el advenimiento de las agencias de viajes con personal especializado, encargado de resolver las demandas propiciadas por el traslado y estancia temporal de los turistas" (75).

(75) Seara Vázquez Modesto. Derecho Internacional Público. Ed. Porrúa S.A. - México; 1991; ob. Cit. Pág. 370.

Las funciones características de la agencia de viajes son:

a).- Canaliza 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 implementación y organización dependen de la magnitud de operación, tipo de mercado y carácter administrativo.

F.- GUIA DE TURISTAS.

Representan otro servicio al sujeto del desplazamiento humano temporal. Son personas que, mediante una preparación previa, actualizada y específica, informan detalladamente al turista (en uno o más 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 su 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, modernos 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 cualquier tipo de 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.

G.- TRANSPORTACION TURISTICA.

Satisface la demanda proveniente del turista, quien requiere en todo desplazamiento temporal de un medio de transporte que le lleve de ida y vuelta a su espacio vital, considerando los traslados colaterales del viaje. Vg. excursiones, city tours, extensiones.

La selección del medio de transporte obedece a las siguientes consideraciones :

- Distancia a recorrer;
- Tiempo empleado;
- Gasto total;
- Confort y placer;
- Penetración y agilidad;
- Seguridad.

Transporte terrestre.

La transportación terrestre se realiza en automóvil, - autobús y ferrocarril. A continuación se analiza brevemente cada uno de estos medios de transporte.

Automóvil.

Este servicio es de uso generalizado en la actualidad- muchos turistas se desplazan en su propio automóvil, aunque existe el arrendamiento de autos con choferes y sin chofer, siendo el más usual el alquiler del vehículo sin conductor. Antaño era frecuente la demanda de este servicio con chofer, pero su costo se ha incrementado demasiado, al grado de hacerlo accesible a un sector limitado de viajeros.

El servicio de automóvil sin conductor se ha desarrollado notablemente. "Se han establecido diversas e importantes agencias arrendadoras, entre otras: Avis, Hertz, Budget, Rentacar, etc., con ello el turista consigue la comodidad a que está acostumbrado en sus desplazamientos" (76).

Es necesario destacar el alto grado de penetración de este medio de transporte, sobre todo su reducido costo en viajes familiares.

Omnibús, autobús o autocar.

Favorece el desplazamiento turístico eficientemente, - caracterizándolo su capacidad, el grado de penetración y la calidad de carreteras y autopistas del mundo.

La operación de este medio de transporte es regular y

(76) Faunzylber F y Martínez Tarrago T. Las Empresas Transnacionales; Ed. --- Fonde de Cultura Económica; México; 1977; Tomo I; Págs. 170 a 172.

discrecional. Los servicios regulares los ofrecen empresas nacionales o internacionales, ajustándose a requisitos previos para autorización o concesión gubernamental. "Las compañías dedicadas a brindar este servicio cuentan, por su capacidad económica, con amplias instalaciones, equipo moderno y personal calificado que les permite proporcionar un mayor y mejor servicio. Véase Tres Estrellas en México, Greyhound y Continental Trailways en Estados Unidos, Auto-Res en España" (77).

Las principales razones para elegir el autobús sobre otros medios de transporte son la comodidad y la economía. Cuando se complete el sistema internacional de autopistas, el viaje en autobús será rápido y cómodo.

Las líneas regulares internacionales tienen un carácter preferentemente turístico, tal es el caso de Europabus, empresa que agrupa a las más importantes líneas de autobuses nacionales de ese continente; su operación se vincula al servicio ferroviario. Algo semejante se ofrece en los Estados Unidos y Canadá con Ameralpass, que permite el uso ilimitado de los servicios de transporte de la Greyhound, durante un tiempo limitado.

El servicio discrecional puede denominarse "transportación turística especializada", éste permite la formulación de recorridos masivos que se programan con cierta frecuencia o eventualmente. Los vehículos que se utilizan tienen algunas características singulares: mayor visibilidad y confort, aparatos de sonido y servicio de gulas.

(77) Ortiz Ahlf Loretta. Derecho Internacional Público; Ed. Harla, México; 1990; ob. Cit. Pág. 202.

El servicio discrecional frecuente responde a la demanda turística propiciada en "temporibus ultis", para satisfacer principalmente: city tours, city by night, característicos de las principales ciudades del orbe. En la Cd. de México, este servicio lo brinda también el guía-intérprete-chofer en su propio automóvil. Excursiones radiales con duración no mayor de un día, incluyendo o no alimentos; ejm. en Madrid, El Escorial, Valle de los Caidos; en el D.F., Xochimilco, Cd. Universitaria, Teotihuacán; en París, Palacio de Versalles, Fontainebleau; en Londres, Windsor. Tours de enlace entre diversos sitios de interés turístico distantes entre sí, ya sea dentro o fuera de un país. Su duración es variable. Vg. Ruta de la Independencia en México; tour al Valle de Loine en Francia; tour por el Rhin en Alemania.

El servicio discrecional eventual opera como respuesta a una demanda particular, su alcance es local, radial, regional o continental. Un grupo de viajeros lo solicita para propiciar un recorrido no usual, mismo que contemple la visita y disfrute de variados atractivos turísticos.

Ferrocarril.

El auge ferrocarrilero en los Estados Unidos de fines del siglo XIX y principios del actual, se vinculó con el desarrollo de los centros de recreo, inclusive algunas compañías construyeron sus propios hoteles, facilitando y haciendo más atractivo el desplazamiento por este medio. El ferrocarril es un transporte masivo por excelencia, favorece el viaje a los centros receptores ubicados en zonas montañosas, propiciando la práctica de deportes invernales.

Su operación es regular, con tarifas, rutas e itinerarios fijos. El equipo es diverso: locomotoras diesel, de vapor o eléctricas. En Japón funciona un tren de la línea Tokaido, que corre a una velocidad de 165 Km. por hora; la URSS está fabricando trenes que viajarán a 200Km. por hora; Italia y Alemania alienan proyectos para superexpresos de altas velocidades.

Muchos sistemas ferroviarios en el mundo operan con déficit, en algunos países se ha pensado en que los gobiernos se encarguen de su funcionamiento (en México los opera el Estado); otra alternativa sería el subsidio; pero lo cierto es que deben encontrarse las fórmulas que resuelvan los "números rojos" en tan importante servicio.

El porvenir ferrocarrilero es inquietante, Hitachi de Japón anunció en 1970 un proyecto de sistema magnético, que en lugar de flotación u base de aire comprimido, emplearía magnetos repelentes para levantar el tren sobre los rieles. El funcionamiento, según se prevé, será relativamente silencioso y logrará generar velocidades de hasta 540 Kilómetros por hora.

El tren, si es rápido, limpio y cómodo puede sustituir al automóvil. Para largas distancias, el ferrocarril no tiene rival, frente al aeroplano, en costo, comodidad o tiempo.

El transporte ferroviario se proporciona como servicio público o especial, este último cuando lo solicite un grupo de personas que pretendan alquilar parte del equipo, con el fin de hacer recorridos especiales, en dicho caso se trataría de un servicio discrecional.

"Como apoyo al sistema de ferrocarriles opera el tren - de montaña o cremallera (funicular), sus recorridos son curiosos pero de gran atractivo para el turista, pues le permite admirar panorámicas indescriptibles. Existen también el teleférico - (cabina sostenida por uno o varios cables aéreos por donde se desliza la misma), telesilla (teleférico con sillitas suspendidas a un cable aéreo único), telesquí (dispositivo teleférico que permite a los esquiadores subir a un sitio elevado con los esquís puestos). Estos son característicos de los centros receptores de montaña y alta montaña"(78).

Resultado del creciente y estable uso del ferrocarril en Europa, es la creación del servicio denominado "Cruceiro en tren", generándose el Eurailpass (boleto de viaje-exclusivo para turismo extranjero), su costo está determinado por el lapso que ampara (uno, dos o más meses), pudiendo utilizar en cualquier tiempo y distancia el sistema ferroviario de Europa Occidental. Como variantes hay: el Eurailgroup, el Studentrail pass, el billete kilométrico; en Canadá el Canrailpass; el Amerailpass para viajar en los países miembros de la Asociación Latino Americana de Ferrocarriles (A.L.A.F.)"(79).

Transportación náutica.

Hasta los años cincuentas de la presente centuria, casi todos los viajes a ultramar se efectuaban en barco. "El primer servicio de vapor regular por el norte del Atlántico fue ---

- (78) De la Torre Padilla Oscar. El Turismo Fenómeno Socioeconómico; Ed. Textos Universitarios S.A., México; 1976; Págs. 250 a 254.
 (79) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Nacional, Madrid; Tomo II; 1975; ob. Cit. p.p. 100 a 101.

El crucero marítimo es de carácter internacional, su duración es de una semana cuando menos. Las embarcaciones que realizan estos recorridos pueden ser:

- *De lujo: trasatlánticos acondicionados para transportar y alojar pasajeros, dotados con los más modernos instrumentos (radiotelefono intercontinental, estabilizadores, radar, radio y televisión en todas las cabinas y salones), instalaciones y servicios recreativos, camarotes, cabinas, restaurantes, bar, centro nocturno, cinema-teatro, salones sociales, casino, piscinas. Esta variedad de facilidades los convierte en un atractivo medio de transportación. Vg. los trasatlánticos "Leonardo da Vinci", --- "France", "Rafaello". Los recorridos marítimos más importantes son los del Mar Mediterráneo y Mar Caribe.*

- *Económica: cargueros en línea de cabotaje que ofrecen cómodas instalaciones: camarotes, salas de estar, restaurantes, bar, etc.; prestan servicio a turistas que viajan en grupo familiar, de clase socio-económica media y gustan de este tipo de recorridos.*

El charter marítimo es un servicio que se brinda sólo - en ciertas épocas; son embarcaciones fletadas total o parcialmente para uno o varios viajes con itinerario y tiempo determinados.

Todo crucero, marítimo o fluvial, proporciona colateralmente excursiones opcionales tierra adentro, mediante servicios terrestres o aéreos que se contratan por separado.

Iniciando por el *Great Western*, en 1938, transportando 68 pasajeros desde Nueva York a Inglaterra" (80)

La práctica de dar servicio y demás comodidades en los viajes por mar empezó pronto. Los viajes de placer a ultramar datan de los años sesentas del siglo pasado, "el primer crucero oceánico de turistas zarpó hacia el Mediterráneo y Tierra Santa en -- 1867, se llamaba *Quaker City*" (81). Para la década de los sesentas del siglo actual, los cruceros cobran gran importancia.

Los cruceros turísticos son recorridos de duración y extensión variables, se efectúan en forma regular, especial o charter en ciertas épocas del año. Los hay marítimos y fluviales.

El crucero fluvial puede ser local o regional, de frecuencia regular, enlaza sitios de interés turístico cercanos a las riberas. Se utiliza también en la celebración de fiestas y eventos de diversa naturaleza. La embarcación varía de acuerdo a la cantidad y calidad de servicios que ofrezca, generalmente tiene dos clases por lo menos" (82). El recorrido regional une varias ciudades de diversos países o estados. Vg. Cruceros del Volga, Danubio, Rin, Elba.

(80) Ortuño Martínez Manuel. Introducción al Estudio del Turismo; Ed. Textos Universitarios S.A., México; 1976; Pág. 115.

(81) De la Torre Padilla Oscar. El Turismo Fenómeno Socioeconómico; Ed. Textos Universitarios S.A., México; 1976; ob. Cit. Pág. 181.

(82) Buenlozano y Otros. Los Grupos de Empresas Nacionales y Multinacionales y el Derecho del Trabajo; Ed. U.N.A.M., México; 1982; Págs. 97 a 99.

Las embarcaciones de servicio regular más comunes son:

a).- *Transbordadores o Ferry-boats.* Diseñados o acondicionados para transportar pasajeros y vehículos, poseen unidades de alojamiento de varias clases, servicios de alimentación y recreación. Operan en rutas de tráfico nacional e internacional y se combinan con la transportación aérea. Este servicio es de gran demanda en: El Canal de la Mancha, el Estrecho de Gibraltar, el Mar, el Mar de Cortés, Islas Canarias e Islas Baleares.

b).- *Car-Ferry, variante del ferry-boats,* con dispositivo especial que permite transportar inclusive vagones de ferrocarril (auto-couchettes), en forma tal que el pasajero no tiene necesidad de levantarse de su asiento. También ofrecen servicio a turistas que se desplazan en su automóvil.

c).- *Hover-craft,* una de las embarcaciones más modernas, resultado del avance técnico. Es un aerodeslizador o nave motorizada que se suspende sobre un colchón de aire. Se desplaza por deslizamiento a pocos centímetros de la superficie del agua, elevado por la presión de la hélice. Alcanza una velocidad de 120Km. por hora y puede transportar hasta 250 pasajeros (83).

d).- *Hidrofoil,* embarcación que se eleva por la acción de aletas fijas al casco. Es un medio de transporte náutico admirable y relativamente rápido. Existe una firma Suiza que ha vendido unos 100 hidrofoils que funcionan a satisfacción. Se --

(83) Zimmerman Eric. Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura Económica; México, 1957; Pág. 163.

desplazan a más de 50 Km. por hora y transportan más de 30 pasajeros (84).

Por último, es conveniente mencionar las embarcaciones deportivas de uso individual: lanchas de motor, de remos, canoas y veleros para la práctica de pesca, yateo, regatas y buceo.

Transportación aérea.

La aviación comercial se ha desarrollado notablemente desde su aparición. El viajar largas distancias con rapidez, confort y seguridad ha permitido a la industria aeronáutica una vasta producción de aviones. Es, quizá, el medio de transporte más solicitado en la actualidad. El viaje aéreo predomina en el tráfico comercial, sobre todo en los desplazamientos que rebasan los 450 Km.

Las principales compañías productoras de aeronaves son la "Americana Lockheed, la Americana McDonell Douglas, la Americana Boeing, la Francesa Aerospatiale y la British Aircraft Corporation; fabricantes de aviones propeller, jets y supersónico"--- (85).

Los tipos de aeronaves son muy variados, los hay de hélice con poca capacidad y alcance DC3; la era del jet (avión de

(84) Zimmerman Eric. Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura Económica; México, 1957; Pág. 166.

(85) Zimmerman Eric. Recursos e Industrias del Mundo; Ed. Fondo de Cultura Económica; México, 1957; Pág. 170.

turbina) sorprendió al mundo con aviones veloces y seguros, actualmente se pueden citar el DC8, DC 10, DC10, Boeings 707, 727, 737, 747 (jumbo); finalmente hace su aparición el supersónico Concorde (versión franco-Inglesa), cuya velocidad supera los 2000 Km. por hora.

El servicio aéreo comercial se presta en forma regular e irregular en vuelos nacionales e internacionales. El servicio regular satisface la demanda de pasajeros, correspondencia y carga. Es continuo en itinerarios fijos, sujetos a rutas, tarifas, frecuencias y medidas de operación previstas con anterioridad, autorizadas por los gobiernos y las asociaciones respectivas (I.A.T.A. y O.A.C.I.) (86).

Las compañías de servicio aéreo regular afiliadas a la I.A.T.A., disfrutan del ejercicio de las "Libertades aéreas" -- que representan derechos comerciales sobre espacios aéreos extranjeros. Dichas libertades son:

1.- Derecho de volar sobre territorios de otros países.

2.- Derecho de aterrizaje en otro país por razones de operación, tales como: mantenimiento, aprovisionamiento de combustible, etc.

(86) Fernández Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo; Ed. Nacional Madrid; Tomo I; 1971; ob. Cit. Pág. 180.

3.- Derecho de desembarcar pasajeros en otros países.-

4.- Derecho para recoger o embarcar pasajeros en otros países.

El servicio aéreo irregular se caracteriza por la falta de periodicidad, ruta e itinerario fijos. Corresponde a vuelos sobre demanda comúnmente denominados "Charters". (vuelo de fletamiento).

El vuelo fletado para gente de intereses afines, ha trastornado considerablemente la situación de los viajes de ultramar. Con el flete se ahorra del 30 al 45 por ciento del costo del transporte, debido a ello el charter se está convirtiendo en el segmento de mayor auge del negocio viajero. Las líneas regulares se ven afectadas y la consideran desleal competitiva -- sin embargo, si existe el permiso oficial para este tipo de servicio, no se le puede restringir.

Las oficinas de aeronáutica civil son las encargadas de autorizar los charters, sujetándose éstos a las reglas siguientes:

1.- El propósito del viaje no puede ser lucrativo.

2.- Los costos totales se reparten entre los pasajeros.

El vuelo de fletamiento especial es aprovechado por agencias de viajes operadoras (tour operator), en la venta de viajes todo incluido (inclusive tours ITC), pues al formar un grupo que realizará un viaje determinado, fletando el avión abatinó los costos.

H.- SERVICIOS DE RECREACION.

Estos han sido generados con el único fin de hacer más placentera la estancia del turista, provocando también el incremento del tiempo programado para permanecer en determinado lugar. Dichos servicios complementan la satisfacción de necesidades secundarias de los viajeros.

La cantidad y calidad de los servicios de recreación es variable en cada centro receptor de turismo, pudiéndose presentar en forma eventual o permanente.

Una relación de hechos, eventos y espectáculos considerados servicios recreativos, es la siguiente:

- Teatro y cine.
- Conciertos y recitales.
- Ballet.
- Festivales de música y de la canción.

- Variedades en centros nocturnos.
- Discotechs.
- Espectáculos de luz y sonido.
- Carridas de toros, palenques, charreadas.
- Ferias y exposiciones (industriales, comerciales, artesanales, etc.).
- Eventos deportivos de amateurs y profesionales (-- box, tenis, base ball, etc.).
- Carreras de caballos, galgos, etc.
- Carreras de automóviles, veleros, lineos, etc.
- Balnearios de aguas termales.
- Museos (de arte moderno, arqueología, etnografía, etc.).

I.- COMERCIO ESPECIALIZADO.

El turista en general, gusta de adquirir objetos típicos o característicos del lugar que visita, tales artículos se denominan artesanías y son resultados de manifestaciones artísticas localizadas. El trabajo artesanal distingue a cada zona del país, en virtud de emplear materias primas propias de la región, diversas técnicas de elaboración y proyectarse aspectos socio-culturales. Los productores de artesanías poseen pequeñas facto

mas cuyo volumen de producción es mínimo; casi siempre se trata de familias que se han transmitido generacionalmente ciertas habilidades.

La creciente demanda de objetos artesanales por parte del turista, ha ocasionado el surgimiento de comercios especializados donde se puede adquirir una amplia variedad de productos típicos: jarciería, alfarería, cerámica, platería, pelotería.

Además del interés por comprar artesanías, el turista se inclina a adquirir productos manufacturados que identifican un determinado país: abrigos de piel, cámaras fotográficas alemanas, relojes suizos, suecos holandeses, casimires ingleses, etc.

Los comercios especializados se ubican en lugares de gran afluencia y tránsito turístico (hoteles, avenidas principales, aeropuertos, centros de convenciones), también en los llamados "tianguis" o mercados de artesanías.

Este importante sector contribuye de manera indiscutible con el fenómeno turístico, pues todos aquellos objetos que adquiere el viajero servirán a la promoción del centro receptor.

1.- SERVICIOS: BANCARIO, FINANCIERO Y DE SEGUROS.

El incremento de los desplazamientos humanos ha originado el necesario crecimiento y mejora de las infraestructuras y estructuras turísticas, para facilitar el traslado y la estan-

cia temporal. Es por ello que el sistema bancario, financiero y de seguros ha creado servicios específicos orientados a facilitar el desplazamiento turístico y favorecer a la industria que lo aprovecha.

Las funciones que hacen posible lo anterior son: seguridad (equipaje, persona, dinero, equipo, etc.), cambio de moneda, financiamiento (de viajes, para la construcción de empresas turísticas, infraestructuras).

Para alcanzar las funciones anteriores existen los siguientes instrumentos:

- 1.- Seguro de: vida, bienes.
- 2.- Sistema de cambio y compensación.
- 3.- Cuentas bancarias en moneda extranjera.
- 4.- Giros y cartas bancarias.
- 5.- Cambio de cheques.
- 6.- Cheques de viajero.
- 7.- Tarjetas de crédito.
- 8.- Crédito y ahorro.

Actualmente se han creado organismos dedicados única-

mente al financiamiento de estructuras e infraestructuras turísticas.

K.- PROMOCION TURISTICA.

La afluencia turística responde a diversas razones sociales y atractivos turísticos que determinan todo desplazamiento; pero, qué papel juega la promoción?

La necesidad de inducir el desplazamiento turístico es un aspecto insoslayable y básico para desarrollar el sector en todo lugar.

Por promoción turística se entenderá la "actividad integrada por el conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejoría operativa de la industria que le aprovecha" (87).

De la definición se distinguen dos objetivos:

- 1.- Incrementar el desplazamiento turístico.*
- 2.- Crear y desarrollar las estructuras turísticas.*

(87) H. Zamora Adriana, Tratados y Documentos Internacionales; Ed. Buenos -- Aires; 1975, Pág. 52.

Los instrumentos de que se sirve la promoción turística para el incremento del desplazamiento humano temporal son: la publicidad y las relaciones públicas.

La publicidad o propaganda se define como el conjunto de medios empleados para dar a conocer una empresa comercial, industrial, etc., para facilitar la venta de los artículos que produce o los servicios que ofrece. En el caso del sector turístico, la promoción se hará en torno a los atractivos y servicios.

Los medios de difusión que caracterizan la actividad publicitaria son: folletos, revistas, periódicos, carteles, posters, televisión, cinematógrafo, radio, correspondencia, aparatos y stands. De la selección y combinación de dichos medios, dependerá el máximo aprovechamiento de la campaña publicitaria.

Las relaciones públicas se significan como una actividad de carácter permanente, cuyo principal objetivo es la información personal (oral o escrita); la comunicación que se logra favorece la difusión de atractivos y servicios turísticos, la participación coordinada entre los prestadores de servicios y la colaboración entre éstos y las entidades gubernamentales del ramo.

Son actividades propias de las relaciones públicas, -- las siguientes:

- Organización de ruedas de prensa, cocktails, recepciones, congresos, conferencias, seminarios y convenciones.

- Organización de tours y eventos especiales para la promoción de recorridos, atractivos y servicios turísticos.

- Establecimiento y operación de módulos de promoción e información turísticos.

- Distribución de comunicados, reportajes, artículos o fotografías a la prensa, radiodifusoras y cadenas televisoras.

- Envíos directos (mailings), conteniendo sugerencias e información general para incrementar el desplazamiento turístico. Se pueden acompañar de material publicitario.

- Proyección de cortometrajes y películas de promoción turística.

La promoción, en general, debe implementarse de acuerdo a ciertos lineamientos para que se logren sus propósitos. Se debe tomar en consideración su objeto, dirección, realización y efectos.

a).- Objeto.- En relación con la materia a promover, puede ser:

General, cuando se pretende promover una nación, región, zona o localidad determinada, o la generalidad de atractivos y servicios turísticos. Ej.: "Conozca México", "Visite el Bajío", "Arquitectura Colonial de México".

Específico, en cuanto se promueva un atractivo o servicio turístico en particular. Ej.: "Palapaquetes", "Vuelo por Aeroméxico", "Conozca Disney World".

b).- Dirección.

Directa, cuando se dirige a un sector de población identificado y localizado, cuyos intereses y actitudes son similares. Ej.: Promociones estudiantiles, familiares, deportivas, infantiles, industriales.

Indirecta, se dirige a un sector de población más amplio, sin considerar intereses o preferencias semejantes, sino proyectando una información general. Ej.: "Descubra el Caribe", "Cantas turísticos".

c).- Realización.

Pública, cuando el Estado, a través de sus organismos, la efectúa. Ej.: Promociones de la Secretaría de Turismo del Consejo Nacional de Turismo, de Tonatur.

Privada, la llevan a cabo empresas particulares, asociaciones civiles o sociedades. Ej.: Cadenas Hoteleras, Líneas Aéreas, Agencias de Viajes, Restaurantes.

d).- Efectos. - En razón de los resultados que se logran por el paso del tiempo, puede ser:

Inmediata, es aquélla cuyos beneficios se producen a corto plazo. Ej.: Las campañas promocionales en que se ofrecen servicios a bajo precio y facilidades de crédito.

Mediata, favorece el incremento en los desplazamientos turísticos, a largo plazo. Ej.: "Año del Turismo Mundial", "Año del Turismo del Caribe".

La promoción turística se realiza de acuerdo a las siguientes fases: Planeación, realización y evaluación de resultados.

La planeación responde a la necesidad de seleccionar y combinar los instrumentos y medios más recomendables para alcanzar los objetivos propuestos.

La realización consiste en la aplicación del programa promocional.

La evaluación de resultados se significa como la comprobación de la efectividad y la mejora o corrección cuando sea necesario.

L.- CORRIENTE TURISTICA EFECTIVA.

El desplazamiento turístico que responde a diversos núcleos sociales, origina la integración de grupos de viajeros --

quienes, con su presencia temporal, generan actividad en la industria turística en un tiempo y espacio determinados.

El análisis cuantitativo y cualitativo de la corriente turística efectiva favorece la planeación y desarrollo del sector turismo, contribuyendo a una mejor prestación de servicios.

Los aspectos sobresalientes que deben analizarse, --- son:

Razones: el objeto o causas determinantes del desplazamiento turístico.

Continuidad de afluencia: referida a la fluidez del traslado y la visita del turista, para integrar la corriente turística, originándose su presencia continua.

Volumen: existencia de un nivel numérico considerable de viajeros, con su correspondiente significación socioeconómica en el centro receptor.

Gasto: determinación de la derrama económica de los turistas en el centro receptor. De mayor trascendencia en cuanto proviene de la corriente turística internacional, por sus consecuencias en la Balanza de Pagos.

Estancia: determinación de la duración media de la estancia.

Temporalidad: implica un tiempo de realización del desplazamiento y diferentes modalidades o temporadas turística. Se aprecia así la denominada "Estacionalidad del Turismo", pudiendo ser:

- 1.- De temporada (Verano e Invierno).
- 2.- Fuera de temporada.

La corriente turística Nacional se integra por los viajeros residentes en un país, cuyos desplazamientos se efectúan dentro del ámbito geográfico de sus fronteras.

La corriente turística Internacional la forman los viajeros que se desplazan más allá de las fronteras del país donde residen permanentemente.

La anterior clasificación admite diversas modalidades como: turismo receptivo, egresivo, al interior, fronterizo.

Medio de transporte empleado: determinación de las preferencias del turista por cada medio de transporte. Dato importante para generar, mejorar y ampliar la infraestructura y la estructura turística.

Eta, sexo, estado civil: permite el conocimiento de la composición de los grupos sociales que conforman la corriente turística.

C O N C L U S I O N E S

Gracias a la aparición de Organizaciones Sindicales - muy fuertes, las cuales hicieron que los trabajadores tengan mejores beneficios y condiciones de vida tanto para el trabajador como para sus familiares; entre los que se encuentran: la reducción de la jornada laboral, las vacaciones pagadas, los incrementos salariales, las jubilaciones y otras prestaciones más, mismos que hicieron posible la integración al fenómeno turístico de numeroso sector de la población en el orbe.

El desplazamiento turístico que responde a diversas razones sociales, origina la integración de grupos de viajeros --- quienes, en su presencia temporal generan actividad en la industria turística en un tiempo y espacio determinado, como por ejemplo, en este trabajo hago referencia de las caravanas de "Casas-Rodantes" en los Estados Unidos de América y en Europa Occidental el "Camping"; favoreciendo así el nacimiento y desarrollo del turismo grupal o masivo y en la actualidad existen agrupaciones cuyo objetivo principal es la organización de viajar.

Otro punto de suma importancia lo es la indiscutible presencia de las empresas turísticas, las cuales asumen la dirección de los procesos productivos de los países donde se establecen, determinando con ello las políticas de tipo económico, comercial, social, etc., a lo que el país huésped debe amoldarse para conservar la supuesta "ayuda" que estas empresas le brindan. Tal "ayuda" se traduce en la creación de fuentes de trabajo.

La industria turística explota la economía turística a través de los siguientes servicios que brinda como son: el alojamiento y alimentación, agencias de viajes y de transporte de pasajeros, complementados por otros de recreación, así como la venta de productos típicos entre otros.

Juegan un papel importante en el turismo los avances científicos y tecnológicos en materia de infraestructura del transporte en general y, en lo particular de los medios idóneos para el desplazamiento de las personas. El acceso a los centros turísticos ha experimentado una favorable transformación, para el desplazamiento de grupos numerosos.

Finalmente quiero complementar que para impulsar al turismo debe haber un ambiente turístico brindado por los habitantes de un conglomerado social hacia el turista, proporcionando así mismo un clima de seguridad, tranquilidad, armonía, amabilidad y hospitalidad. Así como mejorar todos los servicios turísticos para poder lograr un número mayor de turistas que por consecuencia beneficiará la economía de cualquier país.

BIBLIOGRAFIA

AGUILAR MONTEVERDE Alonso. *La Planificación del Desarrollo Económico*. Revista de Investigación Económica. Escuela Nacional de Economía. 1964.

ARELLANO GARCIA Carlos. *Derecho Internacional Público*. Editorial Porrúa, S.A., Primera Edición. Volumen I y II. 1983.

BASTES DE AVILA Fernando. *La Inmigración en América Latina*. Editorial Unión Panamericana-Washington. 1964.

BUENLOZANO y otros. *Los Grupos de Empresas Nacionales y Multinacionales y el Derecho del Trabajo*. Editorial U.N.A.M., México, 1982.

DE LA TORRE PADILLA Oscar. *El Turismo Fenómeno Socioeconómico*. Editorial Textos Universitarios, S.A., México, 1976.

DIAS Luis Miguel. *Historia de las Relaciones Internacionales de México*. Editorial Porrúa, S.A., México, 1983.

DUELOS SALINAS Adolfo. *Emigrados Políticos y sus Derechos con la Patria*. Editorial Imprenta de J. R-Wood y Coos. San Antonio - Texas. 1907.

FAUNZYLBER F. y Martínez Tarrago J. *Las Empresas Transnacionales*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México, 1977. (2 ejemplares).

FERNANDEZ FUSTER Luis. *Teoría y Técnica del Turismo*. Editorial Nacional, Madrid. Tomos I y II, 1971, 1975.

GAMIO M. *El Inmigrante Mexicano*. Editorial U.N.A.M., México, 1969.

GARCIA Pedro. *Boletín de Información Internacional*. Secretaría de Programación y Presupuesto, No. 50. 26 de Marzo de 1979.

H. ZAMORA Adriana. *Tratados y Documentos Internacionales*. Editorial Buenos Aires. 1975.

MEDINA URTEGA Manuel. *La Organización de las Naciones Unidas*. Editorial Tecnos Madrid. Primera Edición. 1969.

MIAJA DE LA MUELA Adolfo. *Derecho Internacional Público*. Editorial Cándanos Madrid. Séptima Edición. 1979.

NOVO VALENCIA Gerardo. *Diccionario General del Turismo*. Editorial Diana. México, 1977.

- ORTIZ AHLF Loretta. *Derecho Internacional Público*. Editorial -- Harla, México, 1990.
- ORTUÑO MARTINEZ Manuel. *Introducción al Estudio del Turismo*. -- Editorial Textos Universitarios, S.A., México, 1976. Segunda Edición.
- OSSORIO Angel. *Nociones de Derecho Internacional Público*. Editorial Atlántida, México. Primera Edición, 1985.
- ROJAS GARCIA Antonio. *Tratado de Economía Industrial*. Editorial U.N.A.M., México, 1974.
- RODRIGUEZ CERNA José. *Nuestro Derecho Internacional*. Editorial Guatemala, C.A., Primera Edición, 1938.
- S. DE TEJADA Federico. *Derecho Internacional Americano*. Editorial, C.I.C.A., Guatemala. 1920.
- SANCHEZ I SANCHEZ Carlos. *Curso de Derecho Internacional Público Americano*. Editorial Montalvo. República Dominicana. 1943.
- SEARA VAZQUEZ Modesto. *Tratado General de la Organización Internacional*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1985. -- (4 ejemplares).
- SEARA VAZQUEZ Modesto. *Derecho Internacional Público*. Editorial Porrúa, S.A., México. Decimotercera Edición. 1991.
- SEPULVEDA Cesar. *Derecho Internacional Público*. Editorial Porrúa, S.A., México. Decimosexta Edición. 1991.
- SEPULVEDA Cesar. *Las Fuentes del Derecho Internacional Americano*. Editorial Porrúa, S.A., México, 1969. (2 ejemplares).
- SEPULVEDA Cesar. *Las Relaciones Diplomáticas entre México y los Estados Unidos en el siglo XX*. Editorial Privada México, 1953.
- SEPULVEDA Cesar. *Terminología Usual en las Relaciones Internacionales*. Editorial, S.R.E., 1976.
- SORENSE Max. *Manual de Internacional Público*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1981. Segunda Reimpresión.
- VINER J. *Comercio Internacional y Desarrollo Económico*. Editorial Tecnos Madrid. 1966.
- ZIMMERMAN Eric. *Recursos e Industrias del Mundo*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1957.
-
- CONTINUACION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. Editorial Porrúa, S.A. México, 1991.

LEGISLACION TURISTICA APLICABLE

(ORDENAMIENTOS LEGALES Y NORMATIVIDAD DE LOS ORGANISMOS PUBLICOS).

"El sistema normativo de un país receptor y emisor de turismo, debe adecuarse para reglamentar debidamente el desplazamiento humano temporal. Los cambios en la esfera jurídica de lo do individuo que viaje más allá de las fronteras de su nación, se presentan sin excepción en todo el orbe"(88). El término "extranjero" identifica a estos viajeros quienes, en base al Derecho Internacional Privado, se someten a la reglamentación jurídica de los países visitados.

La legislación mexicana regula y reglamenta estos desplazamientos dentro de la denominación 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.

Las afirmaciones hechas configuran la terminología con que designamos las siguientes modalidades:

A.- Inmigración -entrada de extranjeros.

(88) Seara Vázquez Modesto. Derecho Internacional Público; Ed. Porrúa S.A.-- México, 1991; Pág. 121.

B.- Emigración - salida de nacionales con objeto de radicarse fuera de su país.

C.- Movimiento interno de extranjeros en el país.

De acuerdo con la ley se advierten dos posibilidades - de ingreso de extranjeros a nuestro país:

1.- Como inmigrante.- Extranjero que se interna en el país con el propósito de radicarse en él.

2.- Como no inmigrante.- Extranjero que se interna en el país temporalmente, sin propósito de radicarse en él.

Los conceptos anteriores coinciden con la característica esencial del fomento turístico: la temporalidad, que corresponde a la definición de los no inmigrantes.

El artículo 50 de la Ley General de Población, presenta una clasificación de los no inmigrantes, limitándose a dar un concepto legal de turista, definiéndolo de la siguiente manera:

"Turista es el extranjero que con permiso de la secretaría de Gobernación se interna en el país, con temporalidad máxima de seis meses improrrogables, con fines de recreo o salud, o para actividades científicas o deportivas, no remuneradas ni lucrativas".

Se contempla en esta definición un sentido puramente legalista, aunque por separado hace referencia a los siguientes tipos de no inmigrantes.

1.- *Transmigrante* -es el extranjero que se interna en el país, de paso hacia otro, con permiso de la Secretaría de Gobernación para permanecer en el país hasta por treinta días.

2.- *Visitante* -es el extranjero que se interna al país con permiso de la Secretaría de Gobernación, con el propósito de dedicarse al ejercicio de una actividad lucrativa o no siempre que sea lícita y honesta, con autorización de permanecer en el país hasta por seis meses prorrogables, por una sola vez por igual temporalidad, excepto si se trata de ejercer actividades científicas, técnicas, artísticas, deportivas o similares en las que podrán concederse dos prórrogas más.

Analizar en sentido amplio el término *turista*, se pueden deducir dos categorías:

a).- Lo que se refiere a la consideración que hace la Ley General de Población en su parte correspondiente y,

b).- La concepción derivada de la actividad que desarrolla actualmente la Secretaría de Turismo y la Ley Federal de Fomento al Turismo, encuadrándose en un sentido amplio dicha definición, la cual dice así " Para los efectos de esta Ley (Ley Federal de Fomento al Turismo), *Turista* es la persona que viaja fuera de su domicilio, con el propósito preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar. (artículo 30.).

Concluyendo, se puede afirmar que la definición de la Ley General de Población es restringida, en cuanto a las razones de control migratorio que caracterizan la legislación de todo país receptor de Turismo. El enfoque de la Ley Federal de Fomento al Turismo es amplio pues se refiere al fenómeno del desplazamiento humano temporal en torno a sus finalidades.

A continuación se presenta la relación de ordenamientos jurídicos que se involucran con la actividad turística:

- 1.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- 2.- Ley de Secretarías y Departamentos de Estado.
- 3.- Ley General de Población.
- 4.- Ley Federal de Fomento al Turismo.
- 5.- Reglamento a la Ley General de Población en su parte relativa al turismo.
- 6.- Reglamento de Guías de Turistas, guías choferes y similares.
- 7.- Reglamento de Agencias de Viajes.
- 8.- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.
- 9.- Código Aduanero.
- 10.- Código Sanitario.

11.- *Reglamento a la Ley que creó la Comisión Nacional de Turismo.*

12.- *Ley de Impuestos de Migración.*

De los anteriores cuerpos normativos se hace un breve análisis para una mejor comprensión.

A.- *Constitución Política.- Es la Ley fundamental, reguladora de la actividad estatal, además de que protege en todos sus derechos a quienes, sin distinción de nacionalidad, se internan y transitan en el territorio nacional. (art. 11).*

B.- *Ley de Secretarías y Departamentos de Estado.- Establece la competencia de las autoridades que intervienen en el fenómeno turístico.*

C.- *Ley General de Población.- Regula el movimiento migratorio, estableciendo las calidades con las que se pueden internar los extranjeros, precisando sus características y requisitos de entrada y salida del País.*

D.- *Ley Federal de Fomento al Turismo de reciente creación (1974), fomenta y protege la actividad turística, considerándola de interés público.*

E.- *Reglamento a la Ley General de Población en su parte relativa al Turismo.- Se refiere exclusivamente al turismo; -*

fue de las primeras que en forma especial trataron el tema --- (1927). En ella se señalan facultades al que fuera Departamento de Turismo y divide a la República Mexicana en 15 zonas turísticas.

F.- Reglamento de Guías de Turistas, Guías Choferes y similares.- Señala los requisitos que debe cubrir quien desea adquirir alguna de las calidades que reguló; señala deberes, derechos y obligaciones de estos prestadores de servicios turísticos.

G.- Reglamento de Agencias de Viajes.- Regula los requisitos, derechos y obligaciones de estas empresas.

H.- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.- Contiene la reglamentación de estas empresas, consignando además -- sus requisitos, derechos y obligaciones.

Estas leyes, reglamentos y disposiciones legales impli-
can la existencia de autoridades gubernamentales que intervienen
en el fenómeno turístico; las más importantes son :

Secretaría de Gobernación.
Secretaría de Relaciones Exteriores.
Secretaría de Turismo.
Consejo Nacional de Turismo.
Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
Secretaría de Salubridad.
Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
Secretaría de Programación 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 facilita 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 tiene a su cargo la formulación, programación, coordinación, vigilancia y fomento de la actividad turística.

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 Transportes 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 de 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.

(APENDICE: LOS RECURSOS NATURALES)

1.- RECURSOS TURISTICOS NATURALES.

CLASIFICACION Y SUBCLASIFICACION:

GEOMORFOLOGICOS:

Montañas: Altas montañas, volcanes, mesetas, cañones.

Planicies: Desiertos, salinas.

Litorales: Playas, acantilados, arrecifes, cayos, barras, islas, penínsulas, albuferas, esteros, puntas, bahías, raudales, caletas.

Geomorfas: Monolíticas, sobrepuestas, paredes kársticas, grutas y sótanos.

HIDROLOGICOS:

Manantiales: Frios, hipotermales, mesotermales, hipertermales.

Depósitos de Agua: Lagunas y lagos, cenotes, presas.

Corrientes de Agua: Ríos, arroyos.

BIOGEOGRAFICOS:

Fitogeografía: Bosques, selvas, palmares, cactáceas, manglares, lulares, praderas.

Zoogeografía: De pesca, de caza, de observación.

2.- RECURSOS TURISTICOS SOCIOCULTURALES.**CLASIFICACION Y SUBCLASIFICACION.**

A.- Sitios y arquitectura de interés artístico e histórico.

Zonas arqueológicas: Construcciones, petroglifos, pinturas rupestres, tumbas.

Arquitectura Civil: Edificios públicos, casas y residencias, alhóndigas, almacenes y bodegas, cárceles, aduanas, estaciones de ferrocarril, Kioscos, monumentos conmemorativos.

Arquitectura Religiosa: Templos, ex-conventos, cruces y humilladeros, panteones, monumentos funerarios.

Arquitectura Militar: Fuentes, baluartes y fontines, recintos amurallados, cuarteles y garitas.

Arquitectura Especializada: Haciendas agrícolas, Haciendas mineras y tiros de mina, puentes, túneles, acueductos y

acequias (canales), fábricas y molinos, faros y observato --
rios.

Sitios Históricos: Prehispánicos, conquista, colonia,
independencia, reforma, imperio, porfiriato, revolución.

B.- Manifestaciones Folklóricas.

Creencias y prácticas supersticiosas: Supersticiones,
animismo y brujería, curanderismo y magia, mitos y ritos, cosmo-
grafía.

Costumbres y Tradiciones Populares: Ceremonias (na-
cimientos, matrimonios, muerte, etc.). Eventos sociales (jue-
gos tradicionales, regionales, ferias, calendario de fiestas re-
ligiosas o civiles).

Folklone Literario: Tradiciones, leyendas, fábulas, a
anécdotas y mitos, cuentos, refranes y adivinanzas, lenguaje popu-
lar, poesías populares.

Folklone musical: Canciones populares e infantiles, -
danzas populares.

Antesartías: Cerámica y alfarería, cestería y trenza -
dos, escultura y grabados, instrumentos musicales, pinturas popu-
lares, trabajo en lana y textiles, bordados, trabajos en meta --
les, trabajo en piedras semipreciosas, sintéticos, trabajos en -
madera, trabajos en cuero, trabajos en cuero y hueso, trabajos -
en papel, trabajos en pluma, pirotecnia, ceroplastica (escultu-
ras comestibles), conchas marinas y carey, popotería, vidrio, -
piratas, chicle, indumentaria, arquitectura popular, trans-
porte típico.

Gastronomía típica: Platillos regionales, dulce y repostería.

Bebidas regionales: Aguardientes, licores, bebidas -- preparadas.

C.- Centros de Enseñanza y Cultura.

Centros de Enseñanza: Universidades e institutos superiores, escuelas de arte y oficios, institutos de idiomas.

Centros Culturales: Bibliotecas, hemerotecas, casas de la cultura, centros de intercambio cultural, museos de antropología e historia, museos de etnografía, museos de arqueología, museos de historia natural, museos de arte y artes populares, museos de cultura y pintura, museos tecnológicos, museos varios -- (charrería, numismática, cera, etc.).

D.- Realizaciones Técnicas, Científicas o artísticas Contemporáneas.

Obras de arte y técnica.

Acuarios.

Planetarios.

Teleféricos y funiculares.

E.- Eventos Programados.

Ferias: Industriales, artesanales, agrícolas, ganaderas, gastronómicas, comerciales, mixtas.

Exposiciones: Pintura, escultura, industriales, ganaderas, caninas, científicas, mixtas.

3.- RECURSOS TURISTICOS DE DIVERSION.

CLASIFICACION y SUBCLASIFICACION.

A.- Instalaciones deportivas y recreativas:

Panques recreativos, unidades deportivas, estadios, auditorios, coliseos, plazas de toros, lienzos y coleaderos, palenques, arenas, auditorios, teatros y cines, clubes deportivos, balnearios, galgódromo, hipódromo, frontones, zoológicos.

B.- Eventos Programados:

Deportivos: Torneos de golf, torneos de tenis, torneos de pesca, etc., competencias cinematográficas, ciclismo, motociclismo, automovilismo, motonaútica, montañismo, charrería, hipismo, alpinismo.

Festivales artísticos y culturales: Música, danza y baile, teatro, cine, de la canción, juegos florales, carnavales, desfiles, espectáculos de luz y sonido.

4.- RECURSOS TURISTICOS DE DESCANSO Y SALUD.

CLASIFICACION Y SUBCLASIFICACION.

Balnearios de aguas termales, balnearios, centros de descanso, villas, ex-haciendas, diversas localidades.

EL TURISMO EN EL DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO

PROLOGO 3

PRIMERA PARTE:

RESEÑA HISTORICA Y VISION GENERAL DEL TURISMO.

I).- Resena histórica de los desplazamientos humanos 5
II).- Razones sociales del desplazamiento turistico 10
III).- El sujeto del desplazamiento turistico 12
IV).- El turismo como fenómeno social 14
V).- El grupo social 16
VI).- Evolución de los diferentes niveles y status de vida 19

SEGUNDA PARTE:

INTRODUCCION Y DEFINICIONES DE TURISMO.

VII).- Diversas definiciones de turismo 22
VIII).- Ciencias auxiliares en el estudio del turismo 31
IX).- Avance científico y desarrollo tecnológico 35
X).- Finalidad de la industria turistica 36
XI).- El método de la industria turistica 39
XII).- Investigación turistica 42
XIII).- La industria turistica 44
XIV).- Corriente turistica 48

TERCERA PARTE:

CAUSAS DEL "SISTEMA TURISMO".

XV).- Causas Indirectas del turismo 49
A).- Infraestructuras 50
B).- Industrias conexas 52
C).- Sistema bancario, financiero y de seguros 53
D).- Ambiente turistico 54
E).- Corriente turistica potencial 57
XVI).- Causas Directas del turismo 60
A).- Recursos turisticos 60
B).- Servicios turisticos 64
C).- Alojamiento 67
D).- Alimentación 73
E).- Agencias de viajes 75

F).- Guías de turistas	76
G).- Transportación turística	78
H).- Servicios de recreación	90
I).- Comercio especializado	91
J).- Servicios : bancario, financiero y de seguros	92
K).- Promoción turística	94
L).- Corriente turística efectiva	98

CONCLUSIONES	101
------------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	103
------------------------	-----

LEGISLACION TURISTICA APLICABLE.

(Ordenamientos Legales y Normatividad de los Organismos Públicos)	105
(Apéndice: Los Recursos Turísticos)	103