

240



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

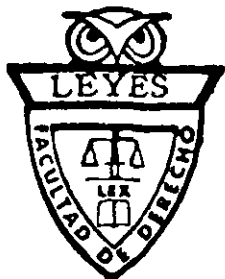
FACULTAD DE DERECHO

"EL CONTROL GUBERNAMENTAL DE LA ACTIVIDAD
TURISTICA EN MEXICO"

T E S I S

PARA OBTENER EL TITULO DE
L I C E N C I A D O E N D E R E C H O
P R E S E N T A
MARTHA SOFIA HERNANDEZ RAMIREZ

DIR. DE TESIS: LIC. PEDRO NOGUERON CONSUEGRA



MEXICO, D.F.

2000

27350



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE DERECHO ADMINISTRATIVO

Ciudad Universitaria, D.F., a 16 de Febrero del 2000

ING. LEOPOLDO SILVA GUTIERREZ
DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACION ESCOLAR
P R E S E N T E

La pasante de esta Facultad, MARTHA SOFIA HERNANDEZ RAMIREZ, con número de cuenta 7317431-0 ha elaborado la tesis denominada "EL CONTROL GUBERNAMENTAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN MEXICO", bajo la dirección del suscrito, y la cual cumple con los requisitos reglamentarios del caso.

En tal virtud considero que está en aptitud dicha tesis, de ser sometida a la aprobación de los señores profesores que integren el jurado de su examen profesional.

Ruego a usted ordenar lo conducente para que se continúen los trámites inherentes para que dicha pasante presente el examen profesional correspondiente, en caso de no existir inconveniente para ello.

Transcribo acuerdo del Consejo de Directores de Seminarios, según circular SG/003/98, de la Secretaría General:

"El interesado deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de seis meses siguientes (contados de día a día) a aquél en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, caducará la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que la oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen haya sido impedida por circunstancia grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad".

Reitero a usted las seguridades de mi consideración y respeto.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU"

El Director del Seminario

PEDRO NOGUERA CONSUEGRA
LICENCIADO EN DERECHO



c.c.p.- Lic. Horacio Castellanos Coutiño -Director de la Facultad de Derecho.- presente

*Con respeto y admiración
AL*

LIC. HORACIO CASTELLANOS COUTIÑO

*Por su calidad humana, al dedicarme
parte de su tiempo.*

AL LIC. PEDRO NOGUERON CONSUEGRA

*Por su asesoría y apoyo, en la realización
y desarrollo de esta tesis.*

A MIS PADRES

LIC. IGNACIO HERNANDEZ SANCHEZ

**GUADALUPE RAMIREZ DE HERNANDEZ
(Q.E.P.D.)**

A MI ESPOSO

LIC. JULIO SILVA RAMIREZ

CON AMOR

EDSON, EDER Y EDMUR

**EL CONTROL GUBERNAMENTAL DE
LA ACTIVIDAD TURISTICA**

INDICE

EL CONTROL GUBERNAMENTAL EN LA ACTIVIDAD TURISTICA

INTRODUCCION.....	1
-------------------	---

CAPITULO I EL TURISMO

1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN MEXICO.....	4
1.2 TURISMO NACIONAL	6
1.3 TURISMO INTERNACIONAL.....	7

CAPITULO II ORGANISMOS GUBERNAMENTALES DE CONTROL VIGILANCIA DEL TURISMO

2.1 ANTECEDENTES DE LA REGULACION TURISTICA EN MEXICO.....	11
2.2 SECRETARIA DE TURISMO.....	16
2.2.1 REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE TURISMO.....	19

CAPITULO III LEGISLACION TURISTICA Y SUS REFORMAS

3.1 LEY FEDERAL DE TURISMO.....	31
3.2 REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO.....	34
3.3 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO SOCIAL.....	40
3.4 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA	

	DE MEXICO.....	51
3.5	ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO ASESOR PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA.....	60
3.6	ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO.....	70

CAPITULO IV

	COMENTARIOS A LAS COINCIDENCIAS DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO Y LOS ORGANOS CREADOS PARA LA REGULACION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.....	77
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

	CONCLUSIONES.....	85
	BIBLIOGRAFIA.....	88

INTRODUCCION

La decisiva participación del estado, en el desarrollo de la actividad turística demanda niveles cada vez más elevados de eficiencia, eficacia y congruencia en la ejecución de las actividades encomendadas al ente encargado de la administración turística.

Uno de los principios básicos en una sociedad democrática como la nuestra, es que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, al contar con la facultad de aplicar los recursos públicos en la consecución de los objetivos nacionales, tienen la responsabilidad de enmarcarse en un orden jurídico que les permita desarrollar mejores sistemas para la ejecución de los objetivos establecidos.

El marco jurídico establece la correspondencia entre los grandes objetivos nacionales y las estrategias para alcanzarlos. Se da congruencia al Plan Nacional de Desarrollo, y se fijan las líneas generales de acción, logrando ubicar los objetivos y definir las metas susceptibles de alcanzar.

Así el turismo como una actividad que beneficia la economía nacional, ha requerido de irse adecuando en el contexto del nuevo orden mundial.

En tal sentido la dinámica de cambio en los sistemas administrativos obliga al Poder Ejecutivo Federal a concientizarse de la necesidad de supervisar la eficacia con la que se maneja el sector turismo, elaborando diversas Leyes, Decretos y Acuerdos específicos por medio de los cuáles se regula esta actividad.

Es natural que el conocimiento amplio y exacto de las disposiciones que rigen al turismo sea uno de los factores más importantes que favorecen el desarrollo del mismo.

En la presente tesis enfatizaré la importancia de la actividad turística como un instrumento de desarrollo económico y social de nuestro país.

CAPITULO I
EL TURISMO

CAPITULO I

EL TURISMO

1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN MEXICO

En el auge del Porfiriato con la entrada del capital inglés se crea la red ferroviaria como pilar de las comunicaciones en México, con ello se intercomunican las ciudades más importantes del país, empezando con este la afluencia de algunos grupos de turistas, que visitaban estas ciudades, primordialmente por comercio y que de alguna forma al regresar a sus lugares de origen daban a conocer de voz en voz las bellezas de las regiones visitadas, creando con esto el interés en conocerlas.(1)

Así al llegar a la época pre-revolucionaria el régimen Porfirista guiado por la intervención del ministro Ives Limantour, decidió crear un boletín mensual para detallar la información turística existente.

Durante la década revolucionaria 1910-1921, años difíciles para el pueblo de México, en los cuáles se construyen los

(1) Mac Donald Escobedo "TURISMO UNA RECAPITULACION" ED. BODOM, MEXICO 1981.

cimientos del México actual, no se tienen antecedentes de la actividad turística.

“Es hacia finales de la década de los veinte y principios de los treinta en las que se empezaban a dar corrientes del turismo provenientes del sur de California, las cuáles hacían su entrada a territorio nacional por la región que hoy se le conoce como Tijuana y que venían atraídos principalmente por el folklor y la calidez de las tabernas que abundaban en aquel sitio.

Por eso a la ciudad de Tijuana se le conoce como la puerta de entrada a México.

Hacia finales de los treinta con la introducción de la industria cinematográfica en México, en la que se mostraba la vida campesina del país, se da hacia el extranjero una promoción al turismo en general, mismo que se ve atraído por las exquisiteces de nuestros paisajes, costumbres y comida, etc., consolidándose el país como receptor de turismo principalmente de Norteamérica, esto se ve frenado por el periodo de la segunda guerra mundial, 1939-1945.” (2)

(2) LOS RETOS DEL TURISMO MEXICANO, FRENTE AL ORDEN ECONOMICO MUNDIAL, ENRIQUE SILVA RAMIREZ, TESIS INAP 1996

En la época de la posguerra por razones económicas, México da el salto a un país maquilador industrial, situación que provoca un auge económico en las finanzas públicas, situación que es aprovechada en el régimen Alemánista “1946-1952” para empezar a crear ofertas turísticas más estructuradas como fue el caso del Puerto de Acapulco.

Posteriormente los regímenes presidenciales atendiendo a la importancia generadora de divisas que aporta el turismo, han creado diversos megaproyectos que le dan competitividad al turismo en México como son el Triángulo del Sol, Mundo Maya, Loreto, Los Cabos, Huatulco, Manzanillo, las ciudades coloniales y el turismo fronterizo.

En todo este proceso de avance, México ha circunscrito varios convenios y tratados con todos los países del mundo, a fin de estar a la vanguardia en materia turística.

1.2 TURISMO NACIONAL

“En México, se considera como turista nacional aquel que visite un lugar distinto al de su domicilio habitual, hacia el interior del país con una estancia de uno a tres días”. (3)

3) TEORIA GENERAL DEL TURISMO, EDITORIAL DIANA, MEXICO 1981.†

Dentro del concepto de turismo nacional podríamos incluir el miniturismo, que no implica necesariamente pasar la noche en el lugar visitado, y que sin embargo es el que se utiliza en mayor medida.

El turismo nacional aporta diversas ventajas como la reducción de la salida de divisas, redistribución interna del ingreso nacional y a través de el tener mejor conocimiento de las potencialidades y riquezas del país.

México, está considerado como uno de los países con mayor flujo de turismo nacional, ya que debido a la concentración de riquezas en algunos sectores geográficos del país, se han generado alrededor de las grandes capitales de los estados polos de atracción turística que son visitados permanentemente los fines de semana por los habitantes de la región.

1.3 TURISMO INTERNACIONAL

Por su importancia hablaré sobre el turismo receptivo, que es aquél que por la derrama de divisas que deja al país, es el que ha merecido desde la década de los cincuenta, la mayor atención de los sectores involucrados en la gestión turística.

“En este sentido la política turística de México, debe involucrar un enfoque integral que abarque no sólo la satisfacción primaria del visitante extranjero, sino, hacerle una oferta que incluya el descubrimiento de nuestras raíces culturales tanto la indígena como la hispana, nuestros logros a través de la historia, y así, aspirar a hacer del turismo un medio realmente efectivo para el desarrollo nacional y mejorar el diálogo entre las naciones; por lo tanto se trata de facilitar un encuentro por medio de actividades, que aunque pudieran ser relativamente costosas, permitan alcanzarlos, ya que los beneficios posibles de obtener, van entonces, no solamente del orden económico sino más abundantes y evidentes.” (4)

En este orden de ideas el Poder Ejecutivo Federal consciente de la importancia de esta actividad ha efectuado desde el año de 1975 convenios de cooperación turística entre el gobierno de México y diversos países.

Dichos convenios han pretendido desde su raíz, que México instrumente una política turística que busque aprovechar las

(4) ALTERNATIVAS DEL TURISMO, EDITORIAL DIANA, 1986

oportunidades globales en beneficio de la población, que consolide el entendimiento, el intercambio y la cooperación con las naciones que nos unen lazos diplomáticos, y obtener con esto una derrama significativa de divisas.

CAPITULO II

**ORGANISMOS GUBERNAMENTALES
DE CONTROL Y VIGILANCIA DEL
TURISMO**

CAPITULO II

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES DE CONTROL Y VIGILANCIA DEL TURISMO

2.1 ANTECEDENTES DE LA REGULACION TURISTICA EN MEXICO

“En el periodo Gubernamental del Lic. Emilio Portes Gil, con gran visión en materia de turismo, se crea la Comisión Mixta Pro-Turismo el 6 de Julio de 1929, dependiente de la Secretaría de Gobernación y cuya meta principal era incrementar el movimiento turístico hacia México.”

En el gobierno del señor Pascual Ortíz Rubio, se formó la Comisión Nacional de Turismo, publicándose en el Diario Oficial de la Federación el 7 de febrero de ese mismo año su Ley orgánica, en ella se siguen los lineamientos generales que se señalaban en la Comisión Mixta Pro-Turismo. (5)

El 13 de Junio de 1932, se promulga el Reglamento relativo a la Ley de Migración, cuyo ordenamiento precisa las finalidades de la Comisión Nacional de Turismo.

(5) ADMINISTRACIÓN PUBLICA FEDERAL.- LA NUEVA ESTRUCTURA. JACINTO FAYA VIESCA

El 8 de marzo de 1933, se promulgó el Reglamento que creó la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo, las cuales recabarán y coordinarán información relativa al turismo, proponiendo medidas necesarias para su desarrollo.

En el gobierno del General Lázaro Cárdenas empieza a tomar auge el turismo en México, y el 3 de mayo de 1935, se promulga el Decreto que reglamentó la fracción XXX, del artículo 2° de la Ley de Secretarías de Estado, que crea la Comisión Nacional de Turismo.

En 1936, las funciones de la Comisión Nacional Mixta de Turismo, las absorbió la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Población, órgano encargado de desarrollar lo relativo a la propaganda turística y vigilancia de los servicios fundamentales.

En 1939, por Acuerdo Presidencial del 21 de Diciembre, se funda en primera instancia el Consejo Nacional de Turismo, que procura la colaboración de los gobiernos de los Estados con el Federal.

El 25 de noviembre de 1947, se promulga la Ley que crea la Comisión Nacional de Turismo, constituida por el Consejo Nacional y por el Comité Ejecutivo, en ella se establece una

mayor intervención del estado en las empresas privadas dedicadas a prestar servicios turísticos.

La Presidencia del Consejo recaía en el Secretario de Gobernación, y el Comité Ejecutivo estaba formado por cinco miembros; este organismo fue el precedente del Consejo Nacional de Turismo.

Para dar impulso al desarrollo de los proyectos tendientes a incrementar la infraestructura turística, el 13 de diciembre de 1956, se crea el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo antecedente del actual Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

La importancia que el poder ejecutivo debe atribuirle al turismo, fue reconocida en el sexenio del Lic. Adolfo López Mateos, 1958-1964, y así con las reformas a la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1958; en el artículo 18, se definen las atribuciones del Departamento de Turismo de nueva creación, dependiendo directamente del Ejecutivo Federal.

Uno de sus principales objetivos era mejorar la promoción de la actividad turística, que siendo culturalmente beneficiosa a la República, debía de protegerse en forma jurídica y política. En el año de 1959, se publicó un Decreto estableciendo los lugares y poblaciones nacionales de interés turístico, a fin de que el Departamento de Turismo realizara los estudios en la materia.

El Ejecutivo por acuerdo de fecha 6 de Julio de 1961, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de Agosto del mismo año, ordenó al Departamento de Turismo, la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico, dentro del cuál se planifica los esfuerzos realizados en el desarrollo turístico, con el fin de hacerlos más eficientes y productivos.

Para hacer más eficaz esa política puesta en práctica por el Ejecutivo, el día 8 de Diciembre de 1961, se crea en segunda instancia el Consejo Nacional de Turismo, que viene a satisfacer la función de un organismo técnico y especializado, tanto en materia de asesoría como en planeación y promoción.

La creación del Consejo Nacional de Turismo subraya la importancia concedida por el Ejecutivo al desarrollo de esta industria, y con el carácter de Presidente se nombra al Lic. Miguel Alemán Valdez, reconocido como el gran promotor del turismo.

Dicho Consejo funcionó durante 23 años, hasta que por Acuerdo Presidencial desaparece el 23 de Mayo de 1984.

En el periodo gubernamental del Lic. Gustavo Díaz Ordaz, "1964-1970", el día 16 de Diciembre de 1965, se expide el Reglamento Interior del Departamento de Turismo, el cuál regula su funcionamiento, quedando pendiente el otro punto medular, es decir el financiamiento que apoye la realización de los planes y proyectos correspondientes, en tal sentido el Gobierno Federal, por Decreto Presidencial del 7 de enero de 1974, se crea el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR, el cuál reúne experiencias anteriores en la materia y cuyo objetivo principal será la de asesorar y financiar los programas turísticos.

En este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento, y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística.

El primer intento sistemático para coordinar y regular a la actividad turística en México, se dio en el sexenio 1958-1964, en el que aparece la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, en cuyo artículo 18 se definen las atribuciones del Departamento de Turismo, órgano de nueva creación con dependencia directa del Ejecutivo Federal.

Fue este ente el encargado de operar la gestión operativa y jurídica del turismo, durante dieciséis años, periodo en el cuál existieron grandes cambios a nivel mundial en materia económica y social.

Para el año de 1974, y dado el crecimiento que en esta materia económica ha tomado el turismo, el Ejecutivo Federal publica la Ley Federal de Fomento al Turismo, con objeto de incorporar al desarrollo, núcleos de población marginada, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número de visitantes y el tiempo de estancia en el país, así mismo establece principios de coordinación y programación entre las Dependencias del Gobierno Federal que participan en la

promoción y fomento de las actividades turísticas y promueve el intercambio cultural y la integración de los habitantes.

Por Decreto de fecha 29 de diciembre de 1974, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de Diciembre de ese mismo año, se modificó la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, creando la Secretaría de Turismo, como el órgano del Poder Ejecutivo de la Federación, encargado de formular la programación, organización, coordinación y vigilancia del turismo, así como fomentar su desarrollo protegiendo los medios que proporcionan los servicios al turista y a las demás funciones a las que se refiere la Ley Federal de Fomento al Turismo.

El 17 de Enero de 1977, por Acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el Diario Oficial de la Federación, se designa como cabeza de sector.

Es a partir de este año en que el turismo en México, entra a la etapa llamada de *tecnificación*, en la que es necesario analizar el fenómeno turístico como una actividad, que siendo culturalmente beneficiosa a la Nación, también se convierte en un renglón de indudable interés público que debe protegerse en forma jurídica y política, a fin de buscar

asegurar por todos los medios posibles su consolidación como generadora de ingresos a la cuenta pública.

En este orden de ideas, y a partir de la importancia económica que tiene el turismo a escala mundial, el Gobierno Federal ha instrumentado diversos Decretos y Reglamentos, que han permitido al sector turismo adecuarse a la Globalización Económica actual.

“Para dar una idea de la importancia de la Secretaría de Turismo, esta participa en la elaboración de los planes turísticos, y de las declaraciones de las zonas de desarrollo turístico nacional, interviene en las comisiones consultivas de tarifas, lleva el registro de todos los prestadores de servicios turísticos, celebra convenios con los gobiernos de los Estados y de los Municipios en materia turística, tiene a su cargo la estadística nacional en materia de turismo.

Una de las tareas más delicadas consiste en diseñar proyectos de selectivos de inversión, por parte del gobierno Federal, para infraestructura y obras públicas.” (6)

De esta forma, el 31 de mayo de 1996 se publica en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento Interior de Turismo y

(6) EL TURISMO EN MEXICO, ANTE EL RETO DEL NUEVO ORDEN ECONOMICO MUNDIAL, TESIS INAP, ENRIQUE SILVA RAMIREZ

mediante Acuerdo publicado el día 1 de Julio de 1996, se adscriben orgánicamente las Unidades Administrativas que la conforman.

2.2.1 *REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE TURISMO*

Fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de mayo de 1996, y establece la competencia y atribuciones de la Secretaría y en su artículo 3° establece que ésta “conducirá sus actividades en forma programada y con base en las políticas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo, “ *el cuál marca como objetivos fundamentales de su accionar, el desarrollo y la promoción turística.*” (7)

En este contexto, analizaremos las atribuciones conferidas a la Secretaría de Turismo, tomando como punto de partida las dos Subsecretarías que ejecutan las acciones sustantivas de la misma.

-SUBSECRETARIA DE DESARROLLO TURISTICO

-SUBSECRETARIA DE PROMOCIÓN TURISTICA

(7) PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1995-2000 PODER EJECUTIVO FEDERAL

La *Subsecretaría de Desarrollo Turístico* tiene como objetivos fundamentales el proponer la política de desarrollo turístico, fomentar la diversificación de actividades turísticas, evaluar la factibilidad técnica y económica de los programas de desarrollo y proyectos de inversión propuestos para centros, regiones y productos turísticos y fomentar la participación de los inversionistas y entidades públicas en los proyectos turísticos elevados.

Para la consecución de sus objetivos fundamentales, ha sido estructurada en dos áreas operativas que son las encargadas de ejecutar las acciones derivadas de las atribuciones conferidas a la Subsecretaría, dichas áreas son :

- Dirección General de Política Turística
- Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos.
- Coordinaciones de programas.

A la *Dirección General de Política Turística*, le compete el diseño y establecimiento de las políticas de desarrollo turístico que normaran las actividades del sector, cuidando que estas estén apegadas a los objetivos generales del Plan Nacional de Desarrollo; para el efecto atenderá las siguientes funciones sustantivas:

- Elaborar las políticas de desarrollo turístico.
- Integrar el proyecto de programación sectorial.
- Diseñar lineamientos de políticas para la integración de los programas operativos anuales.
- Desarrollar el Sistema Nacional de Información Turística.
- Coordinar la comunicación de los diversos integrantes del Sector Turístico.
- Difundir la información estadística de la actividad turística y de las variables que las afectan.
- Coordinar las actividades para la operación y fomento de los servicios turísticos con otras dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como con gobiernos estatales y municipales.

Por otro lado, la *Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos*, basa su funcionamiento en la identificación y desarrollo de los productos diferenciados de mayor demanda a fin de incorporarlas al Catálogo de Turismo Nacional, para el efecto atiende las siguientes funciones :

- Efectuar los estudios tendientes a la identificación de centros, regiones y productos turísticos prioritarios.
- Realizar estudios de tendencias turísticas del mercado turístico nacional e internacional.
- Diseñar el programa de desarrollo de los centros, regiones y productos turísticos.
- Instrumentar las estrategias que impulsen el desarrollo de nuevos productos turísticos tales como turismo alternativo, de aventura, cinegetico, cultural, de grupos y convenciones, entre otros, que otorguen valor agregado a los diversos destinos mexicanos, en coordinación con los sectores público, social y privado.
- Promover la consolidación, reconversión y revaluación de productos turísticos locales y regionales a partir de la integración de atractivos con valor agregado.
- Determinar y fomentar el desarrollo de nuevos productos turísticos que respondan a las tendencias de la demanda nacional e internacional, a fin de

promover la atracción de flujos de inversión extranjera y nacional.

- Efectuar la evaluación del desarrollo de los centros, regiones y productos turísticos, señalando las causas de la problemática existente, proponiendo las acciones correctivas.
- *Coordinaciones de programas*

Las Coordinaciones llevan a cabo la interlocución con los gobiernos Estatales y Municipales, con el objeto de dar seguimiento a los diversos proyectos de desarrollo relacionados con la competitividad de los destinos que los integran con un marco de sustentabilidad. (8)

- . MUNDO MAYA
- . CIUDADES COLONIALES
- . BARRANCA DEL COBRE
- . PLAYAS
- . FRONTERA NORTE
- . PROGRAMAS ESTATALES

(8) OBJETIVOS Y ACTIVIDADES DE LA SUBSECRETARIA DE DESARROLLO TURISTICO 1999. <http://mexico-travel.Com/desarrollo/subce.html>

La *Subsecretaría de Promoción Turística*, a su vez tiene como facultades específicas desarrollar y ejecutar las políticas de promoción y mercadotecnia turística, analizar y evaluar las tendencias del mercado nacional e internacional, identificar aspectos de la imagen actual que requieren ser reforzadas para mejorar la aceptación de los productos turísticos nacionales en los mercados preseleccionados y diseñar campañas de promoción acordes con la imagen que se pretende dar en el mundo.

Esta Subsecretaría se encuentra conformada por tres áreas, las cuáles analizaremos a continuación:

- Dirección General de Mercadotecnia
- Dirección General de Operación Promocional.
- Representaciones de Turismo en el Extranjero.

A la *Dirección General de Mercadotecnia*, como órgano encargado de la difusión de la oferta turística del país, le compete el diseño de la mixtura general de mercadotecnia, para el efecto ha sido investida de las siguientes funciones:

- Coordinar el diseño de publicidad para imagen Nacional y para productos a promover conforme a los planes de negocios en zonas seleccionadas.

- Diseñar los lineamientos para selección y contratación de agencias publicitarias.
- Evaluar la aceptación de los planes de negocios y los programas de publicidad.
- Diseñar, producir y distribuir el material publicitario e informativo de carácter turístico.
- Realizar programas de mercadeo directo, dirigido al mercado turístico nacional e internacional.
- Diseñar y ejecutar las estrategias de participación en bolsas, ferias, exposiciones y eventos turísticos.
- Organización del Tianguis Turístico.

El Tianguis Turístico de Acapulco es el evento anual más importante en el que México promueve y difunde su oferta, y ocupa el noveno lugar en importancia a nivel mundial y el primero en Latinoamérica. (9)

La Dirección General de Operación Promocional, es el área encargada de coordinar la realización de convenios de promoción turística en el país y en el extranjero con dependencias oficiales, prestadores de servicios y organismos privados. Para el efecto cuenta con las siguientes

(9) PODER EJECUTIVO FEDERAL, PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, INFORME DE EJECUCION. 1998

atribuciones:

- Elaborar los programas promocionales encaminadas a propiciar y dirigir corrientes turísticas nacionales y extranjeras hacia diversos destinos turísticos nacionales.
- Diseñar la estrategia de promoción turística en el extranjero entre mayoristas, agencias de viajes y líneas aéreas.
- Coordinar los esfuerzos del Gobierno Federal, estatal y municipal, así como la participación de la iniciativa privada para lograr una mayor promoción de los centros turísticos de la República Mexicana, mediante la realización de campañas a nivel nacional e internacional.
- Elaborar y difundir la información oficial en materia de promoción turística.

A las *Representaciones de Turismo en el Extranjero*, le corresponde promover la difusión, fuera del territorio nacional de los atractivos turísticos del país para lo cuál han sido dotadas de las siguientes atribuciones:

- Ejecutar y dirigir los programas de promoción turística de México en el Extranjero.
- Realizar el análisis y diagnóstico de los mercados primarios y secundarios de su circunscripción.
- Promover la generación de nuevos vuelos de líneas regulares y de fletamento que cuentan con base en el territorio que cubre la Representación.
- Promover la inversión, fomentar el interés del capital extranjero en el sector.
- Organizar, asistir, apoyar y coordinar la participación de México en ferias, exposiciones, congresos y eventos turísticos.
- Apoyar, promover y organizar manifestaciones culturales que destaquen la singularidad del producto turístico mexicano y hagan patente el valor agregado que ofrece el país como destino turístico.

Atendiendo a lo dispuesto en el Decreto de Egresos de la Federación para el ejercicio de 1998, las Representaciones de Turismo en el Extranjero fueron reubicadas en los inmuebles de la Secretaría de Relaciones Exteriores. (10)

(10) PODER EJECUTIVO FEDERAL, PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, INFORME DE EJECUCION 1998.

Así mismo la Secretaría de Turismo cuenta con otras áreas sustantivas que vienen a englobar todo el accionar funcional de la misma, siempre apegadas a las políticas fijadas en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000.

Dichas Unidades Administrativas son las siguientes:

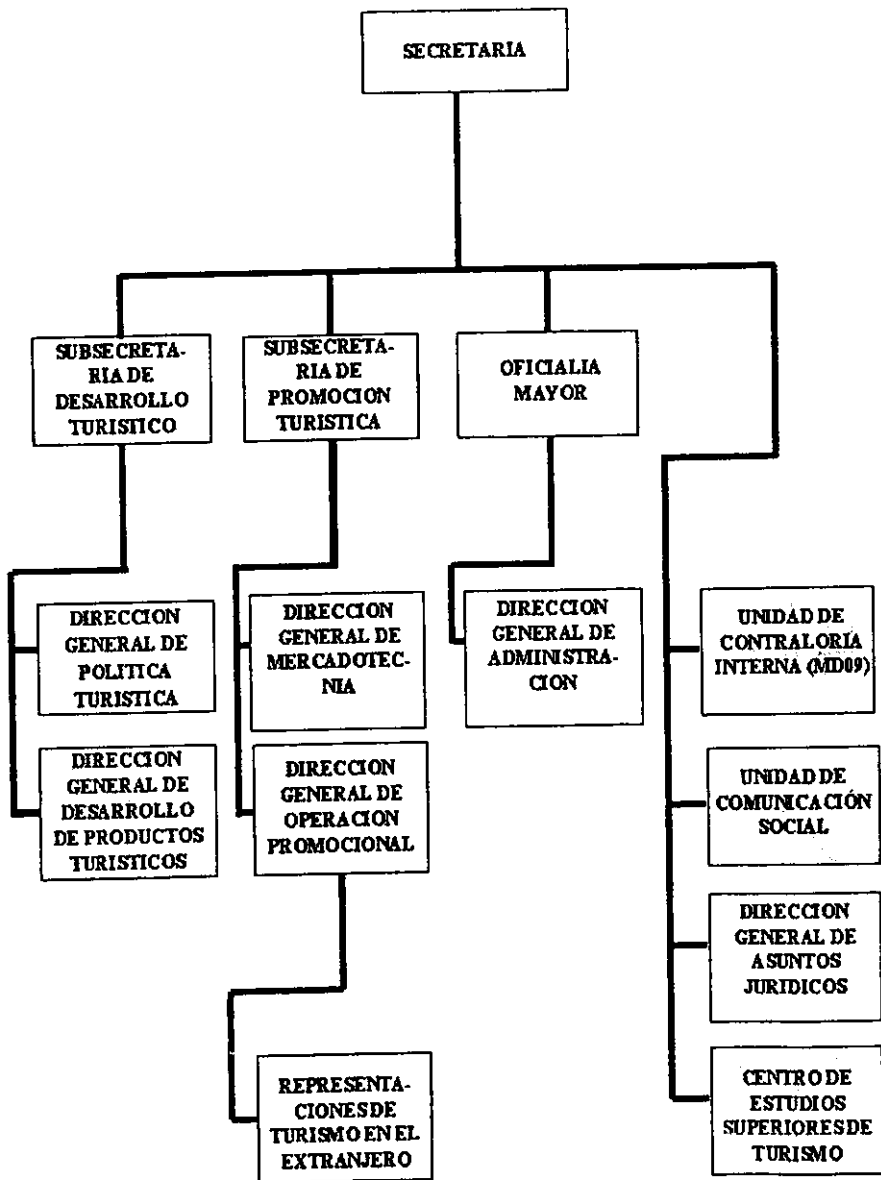
- Unidad de Servicios Turísticos.
- Dirección General de Servicios a Prestadores de Servicios Turísticos.
- Dirección General de Servicios al Turista.
- Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística.

Estas áreas son operativas y regulan tanto la prestación de los servicios como las acciones de auxilio al turismo.

Por otro lado cuenta con áreas con funciones de apoyo, asesoría y supervisión que no inciden directamente en las políticas generales marcadas a las áreas sustantivas, entre las cuáles se mencionan:

- Unidad de Comunicación Social.
- Contraloría Interna
- Centro de Estudios Superiores de Turismo
- Oficialía Mayor

- Dirección General de Asuntos Jurídicos
- Dirección General de Administración.



CAPITULO III

**LEGISLACION TURISTICA Y SUS
REFORMAS**

CAPITULO III

LEGISLACION TURISTICA Y SUS REFORMAS

3.1 *LEY FEDERAL DE TURISMO*

La actividad turística en México se encuentra regulada e instrumentada, a través de la Ley Federal de Turismo, misma que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 31 de Diciembre de 1992.

Esta Ley está integrada por 5 Títulos y un apartado de Transitorios que a saber son:

TITULO PRIMERO:	<i>DISPOSICIONES GENERALES</i>
TITULO SEGUNDO:	<i>DE LA PLANEACION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA</i>
TITULO TERCERO:	<i>DE LA DESCENTRALIZACION DE FUNCIONES</i>
TITULO CUARTO:	<i>DE LA PROMOCION Y FOMENTO AL TURISMO</i>
TITULO QUINTO:	<i>ASPECTOS GENERALES</i>

TRANSITORIO

Del análisis a su contenido se infiere que dicha Ley tiene por objeto fundamental la programación de la actividad turística del país, a través de diversos mecanismos que se incluyen en su articulado.

El Título Primero contempla la coordinación con las Entidades y Municipios a fin de determinar los mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el equilibrio ecológico y social.

Así mismo optimizar los servicios turísticos y fomentar el turismo social.

El Título Segundo, de la Planeación de la actividad turística, estipula la elaboración del programa sectorial turístico en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo, mismo que dentro de sus objetivos fundamentales contempla la atención al turismo social y zonas de desarrollo turístico prioritario.

El Título Tercero, establece la descentralización de funciones, catálogo de los entes que conforman la actividad turística en órganos estatales y municipales de turismo, para que promueva la celebración de acuerdos de coordinación entre ellos, a fin de elaborar y ejecutar programas de desarrollo turístico locales acordes con el programa sectorial del gobierno federal.

El Título Cuarto, de la Promoción y Fomento al Turismo, marca como prioridad básica la difusión y fomento de los atractivos turísticos nacionales, a través de los medios de comunicación y promoción y del material idóneo, para el efecto contempla los siguientes aspectos:

- DE LA PROGRAMACION TURISTICA
- CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA DE MEXICO.
- COOPERACION TURISTICA INTERNACIONAL Y OFICINAS DE REPRESENTACIONES EN EL EXTRANJERO
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO
- CAPACITACION TURISTICA.

EL Título Quinto se refiere a los aspectos operativos, estipula que las relaciones entre los entes que constituyen el marco turístico, serán regidos por la Ley Federal de Turismo y por la Ley Federal de Protección al Consumidor, para tal fin se subdivide en los siguientes apartados:

- OPERACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS
- DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO
- DE LA PROTECCION AL TURISTA
- DE LA VERIFICACION

- DE LAS SANCIONES

El apartado de Transitorios, contempla la vigencia de la presente Ley e incluye en su articulado la programación de la actividad turística nacional mediante la aplicación de diversas estrategias y controles que permiten en su conjunto hacer más competitiva la presencia del país a nivel mundial, y consecuentemente, con la captación de divisas, elevar el nivel de vida económico, social y cultural de los habitantes en las Entidades Federativas y Municipales con afluencia turística.

3.2 *REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO*

A fin de instrumentar la Ley Federal de Turismo, se conformó su Reglamento, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 2 de Mayo de 1994, mismo que es de observancia general y obligatoria para los Prestadores de Servicios Turísticos, nacionales y extranjeros, siendo la Secretaria de Turismo la entidad gubernamental encargada de su aplicación.

El Reglamento esta conformado por 15 Capítulos y un Apartado de Transitorios, que comprenden 94 artículos que regula los siguientes aspectos:

CAPITULO I	DISPOSICIONES GENERALES
CAPITULO II	ZONAS DE DESARROLLO TURISTICO PRIORITARIO
CAPITULO III	DESCENTRALIZACION DE FUNCIONES
CAPITULO IV	DE LA PROMOCION TURISTICA
CAPITULO V	ORIENTACION Y AUXILIO TURISTICO
CAPITULO VI	REGISTRO NACIONAL DE TURISMO
CAPITULO VII	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, CAMPAMENTOS Y PARADEROS
CAPITULO VIII	AGENCIAS, SUBAGENCIAS Y OPERADORAS DE VIAJES
CAPITULO IX	GUIAS DE TURISTAS
CAPITULO X	OPERADORAS TURISTICAS DE BUCEO Y LA SEGURIDAD DE LOS USUARIOS
CAPITULO XI	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
CAPITULO XII	EMPRESAS DE SISTEMAS DE INTERCAMBIO DE SERVICIOS TURISTICOS
CAPITULO XIII	VERIFICACION
CAPITULO XIV	SANCIONES
CAPITULO XV	RECURSO DE REVISION

TRANSITORIOS.

Una vez analizados los artículos que conforman este Reglamento, se deriva que lo podemos conceptualizar en tres grandes aspectos.

- Identificación, Registro y Control de los diferentes agentes económicos que integran la actividad turística.
- Identificación, promoción y fomento de las zonas de desarrollo turísticos prioritarios.
- Establecimiento de las medidas correctivas, que se deriven del incumplimientos y violación a la Ley y Reglamento de Turismo.

En este orden de ideas, el Capítulo Primero "De las Disposiciones Generales", que comprende los siete primeros artículos identifica a los diversos agentes económicos que conforman la mixtura turística.

Sin embargo no considera a toda la gama de ~~establecimientos~~, pues en el género de alimentos y bebidas, no toma en cuenta aquellos sitios ubicados en los "Books" de apuestas, hipódromos y galgodromos, así mismo en ningún apartado aparecen los giros negros ("table dance" y "touch

me”), situación que favorece la desregularización de sitios de dudosa calidad que afectan la imagen del sector.

Cabe hacer mención que en la impresión del Reglamento se cometieron graves errores tipográficos, como en la Fracción VI del artículo 2 (página 30) dice “debidas” y debe decir “bebidas” , o en la fracción VIII del mismo articulado (página 31) en donde dice “patriotismo turístico” debiendo decir “patrimonio turístico” (11)

En lo tocante a la promoción y fomento de las zonas de desarrollo turístico, que es la materia sustantiva del sector, este se encuentra comprendido en los Capítulos II al V.

En estos capitulados se mencionan los mecanismos de coordinación que deben acatar la Secretaria de Turismo, la de Desarrollo Social, Gobiernos Estatales y Municipales, así como la concertación de los sectores social y privado a fin de incorporarlos en los programas de desarrollo turístico.

Así, las zonas de desarrollo turístico prioritario serán una vez ubicadas sujetas a publicación en el Diario Oficial de la Federación y difundidas en la Gaceta Turística para promover entre los sectores público, social y privado, las

(11) Leyes y Códigos de México, Ley Federal de Turismo, Colección Porrúa, Decima Primera Edición. 1998.

siguientes acciones e inversiones:

- Infraestructura y equipamiento humano
- Preservación de la ecología
- Desarrollo socio económico y cultural
- Constitución de reservas territoriales
- Establecimientos de Centros de turismo social.

En lo tocante a la promoción y el fomento al turismo se prevé que se suscribirán convenios de cumplimiento obligatorio en el que intervienen el gobierno federal, estatal, municipal, Distrito Federal, así como prestadores de servicios nacionales y extranjeros.

Lo anterior con la finalidad de promover la oferta turística del país.

Capítulo XIII, se refiere al apartado de Verificación, y está sustanciado en los artículos 72 y 73, los cuáles hablan de la coordinación existente entre los diversos órganos dependientes del Sector Turismo y la Procuraduría Federal del Consumidor, a fin de que indistintamente practiquen visitas de verificación dejando en claro que no se le faculta para imponer sanciones.

Los Capítulos XIV y XV, marcan las diversas sanciones a que se hacen acreedores los prestadores de servicios que incurran en violaciones a lo dispuesto en la Ley, Reglamento y en las normas que de ella deriven, sanciones que van del orden de 250 a 3000 veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal, al momento de cometerse la infracción y según sea la gravedad, situación que queda como facultad discrecional de la Secretaría de Turismo, esto sin perjuicio de la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.

En el Capítulo XIV, estipula la forma jurídica, es decir la forma en que debe de sustanciarse el procedimiento.

El Capítulo XV, se refiere al Recurso de Revisión como última instancia por revocar, modificar o confirmar una resolución impugnada.

El apartado de Transitorios que comprende cuatro puntos, este se refiere a las generalidades del Reglamento y prevé cualquier vacío jurídico que pudiera existir antes de la entrada en vigor del Reglamento.

A fin de adecuarse en el marco del nuevo orden económico mundial, el Gobierno federal, ha implementado una serie de medidas tendientes a presentar un aspecto más competitivo

en materia turística, así se han efectuado diversas reformas a la Ley Federal de Turismo, y se han creado nuevos organismos, que en un contexto general pretenden hacer una gran estructura jurídico administrativa que logre alcanzar las metas fijadas en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000.

Dichas reformas serán mencionadas a continuación, y en el Capítulo IV de este documento determinaré la duplicidad de funciones en que ha incurrido el Gobierno Federal.

3.3 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO SOCIAL

La actividad turística en México, ha sufrido un incremento explosivo, debido en gran parte al adelanto industrial que ha permitido elevar el ingreso económico de las grandes masas y con ello, la solidez de nuestro mercado interno; la promulgación de leyes justas han reconocido el derecho de los trabajadores a una serie de satisfacciones sociales complementarias como son las vacaciones pagadas, las primas vacacionales, etc. Esto ha permitido que la población de las grandes concentraciones urbanas busquen un

contacto más directo con la naturaleza y que establezca una mayor comunicación humana y cultural.

En la Ley Federal de Turismo del 6 de Febrero de 1984, en su exposición de motivos que señala:

“ El turismo no es una actividad reservada para grupos económicos privilegiados, sino una forma social de intercambio único que ha de coadyuvar a la integración de los mexicanos de las más diversas latitudes y de todos los sectores del país.” (12)

En esa misma Ley en su capítulo VII, Título Unico, plantea la necesidad de atender al turismo social, así como promover, formular y coordinar los programas tendientes a movilizar el sujeto de turismo social, señalando la participación de ellos, tanto de los prestadores de servicios turísticos como de todos aquellos sectores cuyas áreas inciden en el turismo social.

Esta política se instrumentó en 1984, a través de la Dirección de Turismo Social de la Secretaría de Turismo, la que inició planes, programas y proyectos tendientes a desarrollar el turismo social en nuestro país.

A partir de entonces se conjugan los esfuerzos del sector

(12) PLAN NACIONAL DE TURISMO 1982-1988. TORRUCO MARQUES MIGUEL
BASES DE FORMULACION I.E.P.E.S.. MEXICO 1982

público y social en la promoción y fomento de esa actividad. Así participaron entre otros organismos, el Consejo Nacional de Cultura y Recreación para los Trabajadores; Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores al Servicio del Estado; Fondo Nacional de Garantía para el Consumo de los Trabajadores; Fideicomiso para el Turismo Obrero; Consejo Nacional de Recursos para la atención de la Juventud; Sistema nacional para el Desarrollo Integral de la Familia; Instituto Mexicano del Seguro Social y la Secretaría de la Reforma Agraria, que aunque en forma independiente configuraron una oferta diversificada que dieron facilidades económicas y de servicios y que algunas hasta la fecha las siguen proporcionando.

En 1980, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, se establecieron mecanismos crediticios en condiciones preferenciales para la construcción de establecimientos destinados al turismo social, realizando además inversiones directas en complejos turísticos que integran un servicio de alojamiento con habitaciones cuádruples, áreas de campamento y paradores de casas rodantes, todo ello apoyado por servicios de recreación al libre y bajo techo, en

los cuáles se realizan actividades programadas de contenido cultural, deportivo y recreacional; esto es con el objeto de captar los diferentes segmentos de la demanda de acuerdo a sus diversas circunstancias económicas, sociales y culturales. Así tenemos que en la actualidad, la Ley Federal de Turismo publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 31 de Diciembre de 1992, regula en su Título Segundo, Capítulo Segundo al Turismo Social, estableciendo instrumentos y medios, a través de los cuáles se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados viajen con fines recreativos, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

Para fomentar al Turismo Social, con fecha 6 de Agosto de 1997, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el "ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO SOCIAL", cuyo objetivo es la de involucrar a las instancias de gobierno, el sector social y el sector privado en el turismo social del país, y que a la letra establece:

CONSIDERANDO

Que el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, establece estrategias y acciones para elevar el potencial de la fuerza y

propiciar su desarrollo para alcanzar el crecimiento sostenido de la producción y la productividad;

Que la Ley Federal de Turismo, establece que el turismo social comprende los instrumentos y medios que la población que no tenga la oportunidad de acceder al gran turismo, pueda en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad, efectuar sus viajes con fines recreativos, para lo cuál las dependencias y entidades federales, coordinarán y promoverán sus esfuerzos entre ellas y con las de gobiernos estatales y municipales, y concertarán e inducirán la acción social y privada, para el desarrollo ordenado del turismo social que; en virtud de que el Reglamento Interior de esta Dependencia, faculta a su Titular para establecer las unidades de coordinación, asesoría y apoyo técnico que se requieran para el funcionamiento administrativo de la Secretaría de Turismo.

ACUERDO

PRIMERO.- *Se crea El Consejo Nacional de Turismo Social, en adelante denominado "El Consejo", como un órgano de colaboración y promoción turística, de la Secretaria de Turismo, en adelante denominada "La Secretaria".*

En “El Consejo” participan las instancias de gobierno, el sector social y el sector privado involucrados en el turismo social del país.

SEGUNDO.- *“El Consejo” tendrá por objeto desarrollar la política pública en materia de turismo social que considere a los jóvenes, adultos o miembros de la tercera edad como elemento estratégico para el desarrollo del país, así como el generar más espacios para la participación de la sociedad en la prestación de servicios, enfatizando e impulsando su capacidad autogestiva en un marco de desarrollo sustentable.*

TERCERO.- *Para cumplir con su objeto, “El Consejo” realizará todas aquellas acciones necesarias para promover, optimizar e incrementar los recursos y atractivos turísticos del país, en beneficio del turismo social.*

CUARTO.- *“El Consejo” se integrará con consejeros, representando al sector público, social y al privado. La designación de los consejeros se realizará mediante invitación que formule el titular de la Secretaría de Turismo, previa aceptación que por escrito manifiesten del cargo.*

“El Consejo” estará presidido por el titular de la Secretaría de Turismo, quién lo convocará a sesionar en forma trimestral.

QUINTO.- La dirección y toma de decisiones del Consejo, estará a cargo de una Mesa Directiva, la que se integrará por.-

I.- Presidencia: fungirá con carácter de Presidente el titular de la Unidad de Servicios Turísticos.

II.- Vicepresidencias:

A) Del Sector Público, que estará a cargo del Director General de Servicios al Turista.

B) Del Sector Social, designada por los representantes de este sector en el Consejo.

C) Del Sector Privado, designada por los representantes de este sector en el Consejo.

Los vicepresidentes de los sectores social y privado duraran un año en el cargo, sin perjuicio de que puedan ser reelectos por quienes los designaron.

III.- Coordinación General: estará a cargo del Director de la Unidad Técnica de Turismo Social de la Secretaria.

Cada uno de los miembros de la Mesa Directiva, designara un suplente. En ausencia del Presidente, el Vicepresidente del Sector Público presidirá las Sesiones del Consejo.

Participarán con carácter de asesores o invitados otros servidores públicos de la Secretaria; de otras dependencias y

entidades de la Administración Pública Federal, de los gobiernos de las entidades federativas, de organismos públicos, privados y sociales, así como de las instituciones educativas, asociaciones profesionales y civiles cuando se trate de asuntos o propuestas de su competencia, especialidad o interés y que "El Consejo" determine convocar. Los asesores e invitados que asistan para proporcionar o aclarar información, tendrán derecho a voz, pero no a voto.

SEXTO.- "El Consejo" tendrá las siguientes funciones:

I.- Analizar, proponer, evaluar y definir las acciones y líneas de ejecución tendientes a facilitar el acceso a las actividades turístico recreativas a grupos de población con recursos limitados;

II.- Dar seguimiento al programa de turismo social que lleve a cabo la Secretaría, encargándose de conocer y evaluar los productos de los estudios e investigaciones que se realicen en esta materia y adecuar el programa para responder a requerimientos emergentes de estudios que resulte pertinente realizar;

III.- Apoyar y fortalecer a los organismos gubernamentales, sociales y privados que ejecutan programas de acceso a las

actividades recreativas y vocacionales de la población en general;

IV.- *Proponer acciones para atender la demanda social de acceso a los espacios turísticos y recreativos de todo el país, para un mejor aprovechamiento del tiempo libre de los diversos sectores de la población mexicana;*

V.- *Propiciar la coordinación entre las dependencias de la administración pública federal estatal y municipal, así como con los sectores social y privado, para facilitar el desarrollo adecuado del turismo social, atendiendo a las características específicas de cada segmento del mercado;*

VI.- *Proponer estrategias para la oportuna y eficaz divulgación de los proyectos conjuntos de turismo social;*

VII.- *Elaborar y aprobar el Reglamento Interno de “El Consejo”;*

VIII.- *Integrar subcomité y/o grupos de trabajo, tanto de carácter permanente como transitorio, para realizar tareas específicas relacionadas con su objeto, y*

IX.- *Las demás que le sean encomendadas por el Presidente de “El Consejo”.*

SEPTIMO.- *“El Consejo” celebrará bimestralmente reuniones ordinarias, conforme al calendario que apruebe en la primera sesión de cada año, sin perjuicio de las sesiones extraordinarias que se requieran.*

OCTAVO.- *Las decisiones se adoptarán por mayoría simple; si hubiere empate, el Presidente tendrá voto de calidad.*

NOVENO.- *El Coordinador General deberá elaborar y someter a la aprobación del Vicepresidente del sector público, el proyecto de orden del día y de los asuntos a tratar, incluyendo la documentación correspondiente. Asimismo, se encargará de elaborar el acta de sesiones y de llevar el registro y seguimiento de los acuerdos tomados en el Consejo.*

DECIMO.- *El Presidente de la Mesa Directiva, informará trimestralmente al Presidente del Consejo sobre los acuerdos adoptados por dicho órgano colegiado.*

TRANSITORIOS

PRIMERO.- *El presente Acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.*

SEGUNDO.- *La convocatoria para la instalación de “El Consejo”, deberá ser emitida dentro de un plazo de treinta días, contados a partir de la entrada en vigor de este Acuerdo*

y la primera sesión deberá celebrarse dentro de los 45 días siguientes a su instalación. La primera sesión de cada año, a partir de 1998, deberá llevarse a cabo dentro de los 15 días del mes de enero.

Durante el periodo de 1998-1999, se han llevado a cabo diversos promocionales para fomentar el turismo social.

En 1998, se llevaron a cabo dos exposiciones del evento denominado "Turismo para Todos", al cuál asistieron aproximadamente 30 mil personas, a quienes se distribuyeron ejemplares sobre las alternativas para vacacionar de manera económica, con la participación de los sectores público, privado y social. (13)

También se realizó el III Foro Nacional de Turismo Social, en el que participaron 25 expositores de dos países y ocho entidades federativas, y se transmitieron 14 programas de radio denominados "Todos a Turistear". (14)

En 1999, se promocionaron diversos paquetes de turismo social, a través de campañas de publicidad y relaciones públicas con el eslogan "Todo México, Todo el año" (15)

(13) PODER EJECUTIVO FEDERAL, PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, INFORME DE EJECUCION, 1998.

(14) PODER EJECUTIVO FEDERAL, PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, INFORME D EJECUCION, 1998.

(15) PODER EJECUTIVO FEDERAL, QUINTO INFORME DE GOBIERNO, 1999

3.4 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA EN MEXICO.

El turismo es un sector con elevado potencial para generar riqueza y para incrementar beneficios, pero también es un sector que requiere promoción, planeación, programación de la publicidad y difusión por cualquier medio de la oferta turística.

Para aumentar los recursos financieros destinados a la promoción de los productos turísticos, y contar con mejores instrumentos para favorecer la participación pública y privada en dicha actividad, en el mes de mayo de 1999, fue aprobado por el Honorable Congreso de la Unión, la constitución del Consejo de Promoción Turística de México, la empresa de participación estatal mayoritaria que coordinará esfuerzos y recursos de los tres ordenes de gobierno y del sector privado, para planear, financiar y ejecutar programas en materia de promoción turística.

Para tal efecto fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el Día 19 de Mayo de 1999, el DECRETO POR EL QUE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES

DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO, mismo que a continuación se menciona:

DECRETO

"El CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO (SIC).

ARTICULO ÚNICO.- *Se reforman los enunciados de los Capítulos I y II del Título Cuarto, se reforman los artículos 19 al 25, así como la fracción VII del artículo 28, y se adiciona un artículo 36 bis al Capítulo II del Título Quinto de la Ley Federal de Turismo, para quedar como sigue:*

CAPITULO I

"De la Promoción Turística.

Artículo 19.- *Para los efectos de esta Ley, se entiende como promoción turística, la planeación y programación de la publicidad y difusión, por cualquier medio, de la Información especializada, - actividades, destinos, atractivos y servicios que el país ofrece en materia de turismo, dentro del marco de esta Ley, de la Ley de Planeación y de las disposiciones que al efecto determinó el Ejecutivo Federal, así como las actividades*

de promoción derivadas de los convenios que se suscriban con los gobiernos de los Estados, de los municipios y del Distrito Federal, y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México.

La política de promoción, turística atenderá en todo momento al desarrollo integral del país.

Artículo 20.- *la Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, será auxiliada por la empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal denominada Consejo de Promoción Turística de México.*

Artículo 21.- *El Consejo de Promoción Turística de México se integra por representantes de los sectores público y privado, teniendo por objeto el de planear, diseñar y coordinar, en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel nacional e Internacional.*

Artículo 22.- *El Consejo de Promoción Turística de México, en coordinación con la dependencia competente, podrá tener representantes en el exterior para el cumplimiento de su objeto.*

de promoción derivadas de los convenios que se suscriban con los gobiernos de los Estados, de los municipios y del Distrito Federal, y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México.

La política de promoción, turística atenderá en todo momento al desarrollo integral del país.

Artículo 20.- *la Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, será auxiliada por la empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal denominada Consejo de Promoción Turística de México.*

Artículo 21.- *El Consejo de Promoción Turística de México se integra por representantes de los sectores público y privado, teniendo por objeto el de planear, diseñar y coordinar, en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel nacional e Internacional.*

Artículo 22.- *El Consejo de Promoción Turística de México, en coordinación con la dependencia competente, podrá tener representantes en el exterior para el cumplimiento de su objeto.*

CAPITULO II

“Del Consejo de Promoción Turística de México.”

Artículo 23.- *El Consejo de Promoción Turística de México, se compondrá de una Asamblea General, de una Junta de Gobierno, de un Contralor General, de un Comisario y de un Director General.*

“La Asamblea General es el órgano, supremo del Consejo y se compondrá de todas aquellas personas tanto físicas como morales, ya sea del sector público, social o privado que se obliguen recíprocamente a combinar sus recursos o sus esfuerzos para la realización de la promoción turística, ajustándose a los estatutos orgánicos que al efecto sé expida.

“ La Junta de Gobierno se integra por veintinueve miembros repartidos de la siguiente manera: quince designados por el gobierno federal, de los cuales uno de la Secretaria de Turismo, uno de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público y uno del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, ocho rotatorios por cada tres años de las entidades federativas; cuatro rotatorios por tres años de los municipios turísticos; los catorce restantes provendrán de los representantes de las organizaciones de prestadores de servicios turísticos o

empresas turísticas. Dentro de los representantes del Gobierno Federal estará incluido el Presidente del Consejo.

Si fuera necesario, por acuerdo de la Asamblea, la Junta podrá ampliarse en todo momento, siempre y cuando guarde la proporcionalidad entre representantes de los sectores público y privado que se señala en el párrafo anterior.

El Consejo y la Junta de Gobierno estarán presididos por el Secretario de Turismo o por quién éste designe y sus miembros participarán en él de manera honoraria, y tendrán como domicilio legal el Distrito Federal.

El funcionamiento de la Junta de Gobierno, las atribuciones específicas del Director General, de la Contraloría General del Consejo, del Comisario y los procedimientos para designar a los representantes que la integran se detallarán en el Estatuto Orgánico que al efecto apruebe la Asamblea General, con base en la presente Ley, en la Ley Federal de Entidades Paraestatales y sus Reglamentos.

Para el desempeño de sus funciones el Organismo de Gobierno del Consejo de Promoción Turística de México, creará los comités técnicos especializados que se determinen, a fin de asesorar al Consejo sobre las áreas o sectores a promocionar.

ARTICULO 24.- El Consejo de Promoción Turística de México tendrá un patrimonio que se integrará con:

I.- Las aportaciones que realice el Gobierno Federal.

Dichas aportaciones serán propuestas por la Federación, por conducto de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público con base en las necesidades y razones que sean planteadas por la Secretaria de Turismo con el concurso del Consejo de Promoción Turística de México;

II. - Las aportaciones que, en su caso, realicen los gobiernos estatales, municipales y del Distrito Federal, como las entidades paraestatales

III. - Las aportaciones que efectúen los particulares;

IV. - Los recursos que el propio Consejo de Promoción Turística de México, genere, y

V. - Los demás que obtenga por cualquier otro título legal.

ARTICULO 25.- El Consejo de Promoción Turística de México tendrán los siguientes objetivos:

I- Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística en el marco de la Ley de Planeación Nacional de Desarrollo, del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa del Sector;

II.- Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos;

III.- Proporcionar, por cualquier medio, información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros que pretendan visitar los destinos y atractivos del país;

IV.- Proporcionar bienes o servicios inherentes a su objeto;

V.- Obtener recursos complementarios, económicos., técnicos y materiales, en territorio nacional o en el exterior, para el desarrollo de su objeto;

VI.- Suscribir convenios con los gobiernos de los Estados, de los municipios y del Distrito Federal y con organismos mixtos, estatales y municipales, en el ámbito de sus respectivas competencias, para instrumentar campañas de promoción turística;

VII.- Suscribir convenios con los prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México, con el fin de instrumentar campañas de promoción turística;

VIII. - Fomentar, con la participación de los sectores público y privado todo tipo de actividades que promuevan los atractivos y servicios turísticos del país;

***IX.-** Celebrar, con la participación que le corresponda a la Secretaría de Relaciones Exteriores, acuerdos de cooperación turística con órganos gubernamentales y organizaciones internacionales con el fin de promover los atractivos y los servicios turísticos que ofrece el país, y*

***X.-** Todas aquellas que sean necesarias para la realización de su objeto.*

***ARTICULO 28.-** El Fondo Nacional de Fomento al Turismo tendrá las siguientes funciones:*

"Fracciones 1 a VI.

***VII.-** Realizar la promoción y publicidad de sus actividades;*

"Fracciones VIII a XVI...

***ARTICULO 36 bis. -** La Secretaría, con la participación del Consejo de Promoción Turística de México, de las demás dependencias del gobierno federal, de los gobiernos estatal y municipal y del Distrito Federal, así como de los sectores social y privado, elaborara el **Catálogo Nacional Turístico** que contendrá una relación de los servicios y de los prestadores de servicios turísticos registrados ante la Secretaría, así como de los bienes y recursos naturales organismos y facilidades*

que constituyan, o puedan constituir factores para el desarrollo turístico

TRANSITORIOS

PRIMERO. - *El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.*

SEGUNDO. - *Las Secretarías de Hacienda y Crédito público y de Turismo realizarán, en el ámbito de sus respectivas competencias, gestiones para constituir el Consejo de Promoción Turística de México, dentro de los 150 días siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto.*

Para tal efecto, al integrarse el Consejo se deberá tomar en cuenta la disposición contenida en el Último párrafo del inciso 1 del punto II (Proyecto de Gasto Programable del Ejecutivo Federal) del Dictamen del Presupuesto de Egresos de la Federación para 1999, de acuerdo con la cual un porcentaje de los ingresos adicionales que se generen por derechos migratorios se pueden otorgar para promoción turística.

TERCERO. - *Será facultad de la Secretaría de Turismo definir la integración de la primera Junta de Gobierno, en los términos del artículo 23 de esta Ley.*

CUARTO. - Dentro de los 90 días contados a partir de la constitución del Consejo de Promoción Turística de México, la Asamblea aprobara su Estatuto Orgánico.

QUINTO.- Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan o trasgredan al presente Decreto.

SEXTO. - Una vez constituido, el Consejo de Promoción Turística de México, se hará cargo de la administración de los recursos destinados al desempeño de sus objetivos.

3.5 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO ASESOR PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA.

Para poder identificar e implementar las acciones en la mejora de la competitividad turística de México en el ámbito mundial, con fecha 2 de noviembre de 1999, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO ASESOR PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA, que es un órgano colegiado y de consulta integrado por los sectores público y privado, cuyo objeto será el de identificar los problemas que afectan o inhiben el desarrollo del sector turismo, y proponer alternativas de mejora de los factores de la competitividad, y

así mejorar la calidad de los servicios a través de una adecuada normatividad y capacitación, para promover esta actividad, con criterios de sustentabilidad y así revalorar la importancia de los recursos ecológicos y culturales susceptibles de ser aprovechados en este sector.

CONSIDERANDO

Que el turismo en México es la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país y que nuestro país tiene ventajas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobretodo, por la singularidad de sus recursos.

Que frente a sus principales competidores, nuestro país requiere incrementar la capacidad competitiva del sector y promover un desarrollo turístico sustentable como factores para mantener, mejorar y ampliar los servicios turísticos, la calidad de la oferta turística y la planta de empleo, aumentar la captación de divisas y fomentar el desarrollo regional para promover un crecimiento vigoroso y sostenido, aumentando y reorientando la oferta hacia los mercados de mayor potencial de respuesta, diversificando sus canales de distribución.

Que resulta evidente que la tarea fundamental del sector turismo del país, es recuperar y acrecentar su competitividad

en los servicios turísticos que presta, con el objeto de ubicarlo entre uno de los destinos turísticos de mayor captación de divisas en el orden mundial.

Que es necesario contar con un órgano colegiado asesor y de consulta integrado por los sectores público y privado, que tenga por objeto identificar prioridades de acción en mejora de la competitividad turística de México, por lo que con base en lo expuesto y fundado, he tenido a bien expedir el siguiente

ACUERDO

ARTICULO PRIMERO.- *Se crea el Consejo Consultivo para la Competitividad Turística, como órgano de asesoría y consulta del Secretario del Ramo, cuyo objeto será el de identificar los problemas fundamentales que afectan o inhiben el desarrollo del sector turístico e México y proponer alternativas de mejora de los factores de competitividad.*

ARTICULO SEGUNDO.- *El Consejo Consultivo para la Competitividad Turística se integrará de la siguiente manera -.*

I. *El Secretario de Turismo, quien lo presidirá;*

II. *El Subsecretario de Desarrollo Turístico, como Secretario Técnico del mismo;*

III. *El Director General de Desarrollo de Productos Turísticos como Prosecretario;*

IV. *25 Consejeros, de los cuales 10 serán del sector público y 15 del sector privado.*

ARTICULO TERCERO.- *El Consejo Consultivo para la Competitividad Turística tendrá las siguientes facultades-*

I. *Asesorar al Secretario del Ramo en aquellos asuntos relacionados con la competitividad en el sector;*

II. *Proponer aquellas acciones que sean necesarias para aumentar el desarrollo competitivo del sector en México;*

III. *Apoyar la difusión de las acciones que proponga, con el fin de socializar la información generada y acercarla a los demás agentes protagónicos de la actividad turística en el país;*

IV. *Desarrollar los mecanismos de colaboración y comunicación del Consejo Consultivo con otras instancias públicas y privadas relacionadas con el sector, que sean estratégicas para impulsar un desarrollo turístico competitivo.*

V. *Expedir sus Bases de Organización y Operación Interna, y*

VI. *Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto.*

ARTICULO CUARTO.- *El funcionamiento del Consejo Consultivo de Competitividad Turística se sujetará a las Bases de Organización y Operación que al efecto expida.*

Podrán ser invitados a participar en las Sesiones del Consejo Consultivo para la Competitividad Turística aquellas personas que, a juicio del Pleno de dicho Consejo, sea necesaria su concurrencia para cumplir con los fines del mismo, quienes contarán con voz, pero sin voto.

ARTICULO QUINTO.- *Para el mejor funcionamiento y cumplimiento de su objeto, el Consejo Consultivo de Competitividad Turística podrá crear las subcomisiones y grupos de trabajo que estime convenientes.*

TRANSITORIOS

PRIMERO.- *El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.*

SEGUNDO.- *La instalación del Consejo Consultivo para la Competitividad Turística se efectuará dentro de los 90 días hábiles siguientes a la entrada en vigor del presente Acuerdo.*

TERCERO.- *Las Reglas de Organización y Operación Interna del Consejo Consultivo para la Competitividad Turística*

deberán expedirse dentro de los 30 días siguientes a su instalación.

El presente Acuerdo para la Constitución del Consejo Consultivo para la Competitividad Turística será publicado en el Diario de la Federación en la cuarta semana del mes de septiembre del año en curso, fecha en la cual entrará en vigor dicho Consejo.

INTEGRANTES

“Los integrantes de este grupo de trabajo serán representantes de organismos e instituciones vinculadas de manera directa e indirecta con el desarrollo de los productos turísticos nacionales en su concepción como "cluster" o "destino".

Cluster: Ambito geográfico local bien definido donde se encuentran los atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios y organización turística.

Para ello, se han identificado cinco factores determinantes en la operación de los destinos, todos ellos incluyendo que son -.

1. Los factores de explotación turística. Considera a todos los recursos de atracción turística, naturales y culturales, la planificación para su uso sustentable, el ordenamiento

territorial, infraestructura y servicios básicos, tecnología de operación y comercialización, recursos humanos calificados, recursos de capital, entre otros.

2. Las empresas del sector. Adecuación del sector empresarial a las exigencias del mercado, la competencia, marco legal, laboral y fiscal, estrategias competitivas adoptadas, formas de organización y desempeño de la gestión empresarial de y en la región.

3. Sectores conexos y de apoyo. Adecuación de servicios de transporte de acceso y penetración, servicios financieros, telecomunicaciones, tecnológicos, informáticos, comerciales, sanitarios, disponibles al servicio de las empresas del sector;

4. La Demanda. Volumen y estacionalidad, características socioeconómicas y demográficas, mercados de origen, motivaciones de viaje, comportamiento de consumo, nivel de exigencia de satisfacción, conocimiento previo del destino, imagen del destino, etc.

5.-. Sector Público. Competencia de las diferentes instancias que existen dentro de la estructura gubernamental y cuyas funciones están ligadas de manera estrecha con la operación

de las empresas de servicios turísticos, tanto para facilitar la gestión, como para apoyar la operación.

Tomando como base los cinco factores descritos se integrarán subgrupos de trabajo, se definen las organizaciones, públicas, privadas y sociales, incluyendo al sector académico, que debieran estar representadas en el Grupo Consultivo sobre Competitividad y Turismo, buscando que los representantes sean personas que no sólo cuenten con la representación institucional, sino que también cuenten con experiencia probada en el campo en el que colaboran, a fin de resultar verdaderos aportantes y críticos constructivos.

Al respecto la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos elaborará la lista correspondiente de las instituciones participantes y en algunos casos, los nombres específicos de las personas que nos interesaría que participen, considerando que su actuación será honoraria, sin retribución económica alguna.” (16)

La Competitividad Turística es la capacidad para generar un rendimiento superior a las inversiones realizadas por encima del promedio del total de las empresas que compiten por los

(16) COMPETITIVIDAD TURISTICA <http://mexico-travel.com/ponencia/integram-htm>

mismos clientes, alcanzando beneficios económicos, sociales y medio ambientales sostenibles, con el fin de asegurar sus logros a lo largo del tiempo. (17)

El único camino factible para mantener y conquistar mercados es el mejoramiento de la competitividad de nuestros productos, a través de una estrategia deliberada que estimule la adopción de programas para los destinos en el que podamos asegurar la realización de acciones permanentes y con visión de largo plazo, con la participación de todos los sectores involucrados.

De lo anterior, podemos concluir que existe la Competitividad y es capaz de manejar las dificultades de estas. (18)

¿Como puede ser competitivo el Sector Turístico Mexicano?

Para que el sector turístico mexicano sea Competitivo, es necesario implementar algunas acciones inmediatas, tales como:

(17) COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS (SINOPSIS)
<http://mexico-travel.com/ponencia/fasil-html>

(18) COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS (SINOPSIS)
<http://mexico-travel.com/ponencia/fasil-html>

- 1.- Pensar el desarrollo turístico con un enfoque orientado al logro de la competitividad.
- 2.- Planificar estratégicamente los destinos turísticos nacionales.
- 3.- Analizar la atractividad de los mercados.
- 4.- Entender la Competitividad con un nuevo paradigma: "El Diamante de la Competitividad".
- 5.- Creación y mantenimiento de ventajas competitivas.
- 6.- Otorgar prioridad a la investigación y aplicación tecnológica al desarrollo de productos turísticos competitivos. (19)

De ahí la importancia de contar con una estrategia nacional de competitividad.

3.6 ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO.

Con la misma fecha que fue publicado el Decreto por el que se crea la constitución del Consejo Asesor para la Competitividad Turística, también se publica la creación del

(19) COMPETITIVIDAD TURISTICA

<http://mexico-travel.com/ponencia/integram-htm>

Consejo Consultivo de Turismo, el cuál será un órgano colegiado asesor de consulta integrado por los sectores público y privado, y tendrá por objeto sumar sus esfuerzos y experiencias para apoyar la actividad turística.

OSCAR ESPINOSA VILLARREAL, *Secretario de Turismo*, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 1o., 2o. fracción 1', 14, 26 y 42 fracción XXI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o. y 2o. fracciones IV y VIII de la Ley Federal de Turismo; 1o., 4o. y 5o. fracciones 1 y XI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, y;

CONSIDERANDO

Que el Turismo en México es una actividad que requiere de la participación de los sectores público y privado para fortalecer la competitividad y sustentabilidad del mismo, coadyuvando a la creación de empleos, a la generación de divisas y al fomento para el desarrollo regional.

Que es necesario contar con un órgano colegiado asesor y de consulta integrado por los sectores público y privado, que tengan por objeto sumar sus esfuerzos y experiencias para apoyar la actividad turística nacional, por lo que con base en lo expuesto y fundado, he tenido a bien expedir el siguiente

ACUERDO

ARTICULO PRIMERO.- *Se crea el Consejo Consultivo de Turismo, como órgano de asesoría y consulta del Secretario del Ramo, cuyo objeto será el de conjuntar los esfuerzos las experiencias de los sectores público y privado para identificar, estudiar y analizar los problemas, retos y oportunidades y proponer alternativas en torno a los aspectos relevantes que integran y se relacionan con el desarrollo integral y sustentable, la inversión pública y privada, la calidad de los servicios y la promoción, incluyendo así todas las etapas del proceso productiva de la actividad turística.*

ARTICULO SEGUNDO.- *El Consejo Consultivo de Turismo se Integrará de la siguiente manera:*

- I.-** *El Secretario de Turismo, quien lo presidirá;*
- II.-** *Un Vicepresidente del Sector Privado que será nombrado por él pleno del Consejo;*
- III.** *Un Vicepresidente del Sector Público que será el Subsecretario de Promoción Turística;*
- IV** *Dieciséis Consejeros que representarán al sector público;*
- V.** *Treinta Consejeros que representarán al sector privado;*

VI.- Cinco Consejeros que representarán a organismos, asociaciones, confederaciones, etc., que estén vinculados directa o indirectamente al turismo, y;

VII.- Los demás Consejeros que apruebe el Pleno del Consejo. Los Consejeros serán designados mediante invitación que formule el Presidente del Consejo y su aceptación por escrito del cargo.

El Vicepresidente del Sector Privado durará en su encargo dos años, sin perjuicio de que pueda ser reelecto por el Consejo Consultivo de Turismo para un periodo similar.

La dirección, administración y vigilancia del Consejo Consultivo de Turismo estará a cargo de un Comité Ejecutivo, cuya conformación y operación quedará establecida en las Bases de Organización Interna del propio Consejo.

ARTICULO TERCERO.- El Consejo Consultivo de Turismo tendrá las siguientes facultades:

I.- Asesorar al Secretario del Ramo en el ámbito turístico;

II.- Proponer políticas para el desarrollo en la actividad turística en coordinación con todos los sectores de la economía

del país y los gobiernos estatales, municipales y del Distrito Federal; ,

III.- Identificar los rezagos, retos y oportunidades más importantes que enfrenta el sector turismo;

IV. Determinar la elaboración de investigaciones y estudios que coadyuven al desarrollo del sector;

V. Analizar sistemáticamente los rezagos, retos y oportunidades identificadas;

VI.-. Proponer alternativas a través de líneas de acción, programas y proyectos que Incidan en la solución de las limitaciones del sector o en el aprovechamiento de las oportunidades detectadas;

VII. Evaluar los avances y resultados de las propuestas del propio Consejo;

VIII.-. Proponer la difusión de la Información sobre los resultados obtenidos;

IX. Planear y aprobar el calendario temático anual para las reuniones del Consejo;

X. Proponer y aprobar la Incorporación de nuevos Consejeros;

XI. - Definir y aprobar la organización y funcionamiento interno del Consejo;

XII. Crear los comités y subcomités especializados para apoyar técnicamente a los Consejeros;

XIII. - Expedir sus Bases de Organización Interna, y

XIV. - Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto.

ARTICULO CUARTO. - La operación y funcionamiento del Consejo se sujetará a las Bases de Organización que al efecto expida.

Podrán ser Invitados a participar a las reuniones del Consejo Consultivo de Turismo aquellas personas involucradas con el sector turístico que, a juicio del Pleno de dicha Organización sea necesaria su concurrencia para cumplir con los fines del mismo, quienes contarán con voz, pero sin voto.

ARTICULO QUINTO. - El Consejo Consultivo de Turismo promoverá la constitución de un fideicomiso privado, con el fin de apoyar su operación y la consecución de su objeto.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Acuerdo entrara en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Se abroga el Acuerdo por el que se crea el Consejo Mexicano para la Promoción Turística, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 31 de enero de 1996.

TERCERO.- La instalación del Consejo Consultivo de Turismo se efectuará dentro de los treinta días hábiles siguientes o la entrada en vigor del presente Acuerdo.

CUARTO.- Las Bases de Organización Interna del Consejo Consultivo de Turismo deberá expedirse dentro de los noventa días siguientes a su instalación.

CAPITULO IV

COMENTARIOS A LAS COINCIDENCIAS DE LAS ATRIBUCIONES Y FACULTADES DE LEY FEDERAL DE TURISMO Y LOS ORGANOS CREADOS PARA LA REGULACION TURISTICA

CAPITULO IV

Con el Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación, el día 19 de Mayo de 1999, con el cuál se Reforman los enunciados de los Capítulos I y II del Título Cuarto, y los artículos del 19 al 15, y asimismo se adiciona el artículo 36 Bis, al Capítulo II del Título Quinto de la Ley Federal de Turismo, se da vigencia a un nuevo contexto jurídico en la materia, y del mismo se desprende que uno de los objetivos fundamentales del Sector Turismo, es el de difundir los destinos turísticos en los segmentos del mercado nacional e internacional, a través de medios de comunicación, promoción y planeación, sin embargo no se mencionan a las Representaciones de Turismo en el Extranjero, quedando sin sustento las funciones que vienen realizando.

Con la creación del Consejo de Promoción Turística de México, como empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal y como órgano asesor del Titular de la Secretaría de Turismo, se da vida a un ente administrativo cuya única función es la de coadyuvar con esa dependencia del Ejecutivo federal, en el diseño de los

planes, estrategias y prioridades en materia de promoción turística, facultad que tiene originalmente asignada la Subsecretaría de Promoción Turística.

Del análisis a los artículos 19 al 25 de la Ley Federal de Turismo, que se refieren a la integración del Consejo de Promoción Turística de México, se infiere una estrategia general para difundir la oferta turística del país.

Para mayor abundamiento en la materia, a continuación se presenta un cuadro comparativo que detalla coincidencias entre las atribuciones conferidas al Consejo de Promoción Turística de México (artículo 25) y las del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo (artículo 8).

<p align="center">LEY FEDERAL DE TURISMO</p> <p align="center">ARTICULO 25</p>	<p align="center">REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE TURISMO</p> <p align="center">ARTICULO 8</p>
<p>I.- Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística en el marco de la Ley de Planeación Nacional, del Plan Nacional de Desarrollo y del programa del sector.</p>	<p>I.- Formular la política de promoción y mercadotecnia turística, sus objetivos, metas estrategias y evaluar su ejecución.</p> <p>II.- Analizar y evaluar tendencias del mercado nacional e internacional, con el objeto de diseñar campañas de promoción que sean más efectivas.</p> <p>IV.- Definir las estrategias para la promoción de la oferta de servicios y centros turísticos en el ámbito nacional e internacional.</p>

	<p>VI.- Apoyar a gobiernos estatales y municipales en el diseño de sus programas promocionales</p> <p>VII.- Planear la programación de la publicidad encaminada a propiciar y dirigir corrientes turísticas nacionales y extranjeras hacia los diversos destinos turísticos nacionales.</p>
II.- Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos.	El objetivo fundamental es la promoción de los destinos turísticos en los segmentos del mercado nacional e internacional.
III.- Proporcionar, por cualquier medio, información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros que pretendan visitar los destinos y atractivos del país.	<p>VII.- Planear la programación de la publicidad encaminada a propiciar y dirigir corrientes turísticas nacionales y extranjeras hacia los diversos destinos turísticos nacionales.</p> <p>XIII.- Definir el diseño, producción y distribución del material promocional e informativo de carácter turístico que se necesite en la realización de campañas publicitarias.</p>
IV.- Proporcionar bienes o servicios inherentes a su objeto.	
V.- Obtener recursos complementarios, económicos, técnicos y materiales, en territorio nacional o en el exterior, para el desarrollo de su objeto.	
VI.- Suscribir convenios con los gobiernos de los Estados, de los municipios y del Distrito Federal, y con organismos mixtos, estatales y municipales, en el ámbito de sus respectivas competencias, para instrumentar campañas de promoción turística.	XX.- Conjugar los esfuerzos del gobierno federal, estatal y municipal, así como la participación de la iniciativa privada, para lograr una mayor publicidad de los centros turísticos de la República Mexicanas, mediante la realización de campañas de promoción a nivel nacional e internacional.

<p>VII.- Suscribir convenios con los prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México, con el fin de instrumentar campañas de promoción turística.</p>	
<p>VIII., Fomentar, con la participación de los sectores públicos y privado todo tipo de actividades que promuevan los atractivos y servicios turísticos del país.</p>	
<p>IX.- Celebrar, con la participación que le corresponda a la Secretaría de Relaciones Exteriores, acuerdos de cooperación turística con órganos gubernamentales y organizaciones internacionales con el fin de promover los atractivos y los servicios turísticos que ofrece el país;</p>	<p>ARTICULO 26.- Las Representaciones de turismo en el Extranjero serán los órganos desconcentrados que, en coordinación con las representaciones diplomáticas y consulares a cargo de la Secretaría de relaciones Exteriores, así como otros organismos internacionales públicos o privados, promoverán la imagen de México como destino turístico, distribuirán la información y publicidad turística en el exterior, establecerán y mantendrán relaciones con agencias de viajes, operadores y mayoristas en el exterior, y ejercerán las demás funciones que le s delegue el Titular del Despacho.</p>
<p>X.- Todas aquellas que sean necesarias para la realización de su objeto.</p>	

De un análisis al contenido de ambos instrumentos jurídicos, se desprende que las dos vienen realizando funciones similares, y que no obstante los criterios de

austeridad y racionalidad en el gasto público federal, y que una de las políticas del gobierno actual es la de dar preferencia a los programas y actividades que beneficien el desarrollo social, se está creando un órgano asesor y de apoyo que en realidad viene a realizar funciones que ya están asignadas a la cabeza de sector, que es la Secretaría de Turismo.

Posteriormente, con fecha 2 de Noviembre de 1999, por Acuerdo del C. Secretario de Turismo, se publica en el Diario Oficial de la Federación la constitución del Consejo Asesor para la Competitividad Turística, mismo que tiene las siguientes facultades:

- I.-** Asesorar al Secretario del ramo en aquellos asuntos relacionados con la competitividad en el sector;
- II.-** Proponer aquellas acciones que sean necesarias para aumentar el desarrollo competitivo del sector en México;
- III.-** Apoyar la difusión de las acciones que proponga, con el fin de socializar la información generada y acercarla a los demás agentes protagónicos de la actividad turística en el país;

IV.- Desarrollar los mecanismos de colaboración y comunicación del Consejo consultivo con otras instancias públicas y privadas relacionadas con el sector, que sean estratégicas para impulsar un desarrollo turístico competitivo;

V.- Expedir sus Bases de Organización y Operación interna;
y

VI.- Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto.

De la lectura a las atribuciones conferidas, podemos inferir que la sustanciación operativa del Consejo Asesor para la Competitividad Turística, se basa en la necesidad de identificar los problemas fundamentales que afectan o inhiben el desarrollo del sector turístico en México, y proponer alternativas de mejoras de los factores de competitividad.

Por otro lado, y en la misma fecha 2 de Noviembre de 1999, y por Acuerdo del C. Secretario de Turismo, se crea el Consejo Consultivo de Turismo, el cuál fue dotado de las siguientes facultades:

I.- Asesorar al Secretario del Ramo en al ámbito turístico;

- II.-** Proponer políticas para el desarrollo en la actividad turística en coordinación con todos los sectores de la economía del país y los gobiernos estatales, municipales y del Distrito Federal;
- III.-** Identificar los rezagos, retos y oportunidades más importantes que enfrentan el sector turismo;
- IV.-** Determinar la elaboración de investigaciones y estudios que coadyuven al desarrollo del sector;
- V.-** Analizar sistemáticamente los rezagos, retos y oportunidades identificadas;
- VI.-** Proponer alternativas a través de líneas de acción, programas y proyectos que incidan en la solución de las limitaciones del sector o en el aprovechamiento de las oportunidades detectadas;
- VII.-** Evaluar los avances y resultados de las propuestas del propio Consejo;
- VIII.-** Proponer la difusión de la información sobre los resultados obtenidos;
- IX.-** Planear y aprobar el calendario temático anual para las reuniones del Consejo;

X.- Proponer y aprobar la incorporación de nuevos Consejeros;

XI.- Definir y aprobar la organización y funcionamiento interno del Consejo;

XII.- Crear los comités y subcomités especializados para apoyar técnicamente a los Consejeros;

XIII.- Expedir sus Bases de Organización Interna, y

XIV.- Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto.

De su análisis se puede determinar que este Consejo Consultivo se crea como un órgano de asesoría y consulta que pretende identificar, estudiar, analizar y proponer alternativas para la mejora sustentable de todas las etapas del proceso productivo de la actividad turística.

Sin embargo las funciones globales se duplican con las que actualmente viene desempeñando la Secretaría de Turismo, en sus áreas sustantivas como son la Subsecretaría de Promoción Turística y la Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

CONCLUSIONES

1.- Con las reformas efectuadas a la Ley Federal de Turismo, se da origen y sustento a tres organismos de nueva creación, que pretenden dotar de mayores atributos técnicos y operativos a la Secretaría de Turismo, sin embargo en la práctica vienen realizando funciones similares.

2.- Con la creación del Consejo de Promoción Turística de México, como empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal, es decir con personalidad jurídica y patrimonio propio, viene a engrosar el presupuesto del erario federal, y su objetivo principal se enfoca a la promoción turística, actividad que lleva a cabo la Subsecretaria de Promoción Turística.

3.- En cuanto al estudio de los objetivos que les fueron otorgados al Consejo Asesor para la Competitividad Turística y el Consejo Consultivo de Turismo, se desprende que para la creación de estas instancias administrativas, como órganos de apoyo, estas solo vienen a desarrollar también funciones sustantivas de la Secretaría de Turismo, dejando a esta Dependencia con la misma asignación presupuestal y orgánica.

Con lo anterior puedo afirmar que estas Reformas y su consecuente creación de órganos administrativos, solo fue concebida como una medida política, para engrandecer la gestión operativa de una Secretaría de Estado, que en realidad no tiene razón de permanecer en la estructura gubernamental, toda vez que su objetivo principal se enmarca en formular y conducir la política de la actividad turística, y esta se puede realizar como antaño con un Departamento de Turismo que se encargue de la difusión de los atractivos turísticos del país, por otro lado la Secretaría de Turismo no cuenta con atribuciones de vigilancia y aplicación de sanciones (función que desempeña la Procuraduría Federal del Consumidor), en tal sentido se puede concluir que estas reformas sólo fueron implementadas para fortalecer la imagen política del Titular del Ramo.

Ahora bien si en realidad se pretende profesionalizar a la gestión turística en México, se debería tomar en consideración los siguientes aspectos:

a) Para fortalecer la actividad turística, y con ello coadyuvar a la creación de empleos, captación de divisas y el fomento

Con lo anterior puedo afirmar que estas Reformas y su consecuente creación de órganos administrativos, solo fue concebida como una medida política, para engrandecer la gestión operativa de una Secretaría de Estado, que en realidad no tiene razón de permanecer en la estructura gubernamental, toda vez que su objetivo principal se enmarca en formular y conducir la política de la actividad turística, y esta se puede realizar como antaño con un Departamento de Turismo que se encargue de la difusión de los atractivos turísticos del país, por otro lado la Secretaría de Turismo no cuenta con atribuciones de vigilancia y aplicación de sanciones (función que desempeña la Procuraduría Federal del Consumidor), en tal sentido se puede concluir que estas reformas sólo fueron implementadas para fortalecer la imagen política del Titular del Ramo.

Ahora bien si en realidad se pretende profesionalizar a la gestión turística en México, se debería tomar en consideración los siguientes aspectos:

a) Para fortalecer la actividad turística, y con ello coadyuvar a la creación de empleos, captación de divisas y el fomento

al desarrollo regional se tiene que consolidar y diversificar los destinos turísticos del país, mediante el fomento de la inversión pública y privada en el desarrollo de la infraestructura, a establecer instancias mixtas de promoción que permitan incrementar y optimizar los recursos para difundir la oferta turística en segmentos y regiones del mercado nacional e internacional, más rentables y de pronta respuesta; a mejorar la calidad de los servicios y a promover esta actividad con criterios de sustentabilidad para aprovechar el extraordinario patrimonio turístico y la excepcional situación geográfica de nuestro país.

b) Consolidar el turismo interno, (social) creando destinos múltiples y diversos que ofrezcan una amplia gama de atractivos y servicios, para que tengan acceso a la práctica de esta actividad un mayor número de mexicanos.

c) La Competitividad en el ámbito Turístico, es un término novedoso, y puede ser un camino factible para mantener y conquistar mercados, a través de un cambio fundamental, ofreciendo más calidad y en la mejora de servicios, desarrollando más infraestructura turística y así competir con otros mercados al mismo nivel.

BIBLIOGRAFIA

OBRAS

CHAVEZ ALDAPE, LUIS
ALTERNATIVAS DEL TURISMO
EDITORIAL DIANA
1986

FAYA VIESCA JACINTO
ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL
LA NUEVA ESTRUCTURA
EDITORIAL PORRUA
1979

FERNANDEZ RUIZ JORGE
DERECHO ADMINISTRATIVO
EDITORIAL PORRUA
1995

MAC DONALD ESCOBEDO
TURISMO UNA RECAPITULACIÓN
EDITORIAL BADOM
MEXICO, 1981

RAMIREZ BLANCO, MANUEL
TEORIA GENERAL DE TURISMO
EDITORIAL DIANA
MEXICO, 1981

SERRA ROJAS ANDRES
DERECHO ADMINISTRATIVO
EDITORIAL PORRUA
MEXICO, 1982

LEGISLACION

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS
NEXICANOS

LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA
FEDERAL

LEYES Y CODIGOS DE MEXICO

- LEY FEDERAL DE TURISMO

- REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO

COLECCIÓN PORRUA

DECIMA PRIMERA EDICION

1998

REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE
TURISMO

DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA
DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY FEDERAL DE
TURISMO

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

19 DE MAYO DE 1999

ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO NACIONAL
DE TURISMO SOCIAL

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

6 DE AGOSTO DE 1997

ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO ASESOR
PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

DEL 2 DE NOVIEMBRE DE 1999

ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL CONSEJO
CONSULTIVO DE TURISMO

DEL 2 DE NOVIEMBRE DE 1999.

OTROS DOCUMENTOS

CRONICA LEGISLATIVA
ORGANO LEGISLATIVO DE INFORMACION DE LA LVII
LEGISLATURA
No. 7 3ª. Época.
H. CAMARA DE DIPUTADOS

EL TURISMO EN MEXICO, ANTE EL RETO DEL NUEVO
ORDEN ECONOMICO MUNDIAL.
ENRIQUE SILVA RAMIREZ
TESIS INAP
MEXICO 1997

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1995-2000
PODER EJECUTIVO FEDERAL

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO
INFORME DE EJECUCION 1998
PODER EJECUTIVO FEDERAL

PLAN NACIONAL DE TURISMO
BASES DE FORMULACION I.E.P.E.S.
TORRUCO MARQUES MIGUEL
MEXICO, 1982

QUINTO INFORME DE GOBIERNO 1999
SECCION CRECIMIENTO ECONOMICO
PODER EJECUTIVO FEDERAL

DIRECCIONES ELECTRONICAS

COMPETITIVIDAD TURISTICA

<http://mexico-travel.com/ponencia/integram.htm/>

COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS (SINOPSIS)

<http://mexico-travel.com/ponencia/fasil.htm/>

OBJETIVOS Y ACTIVIDADES DE LA SUBSECRETARIA DE DESARROLLO TURISTICO 1999

<http://mexico-travel.com/desarrollo/subse.htm/>