

610

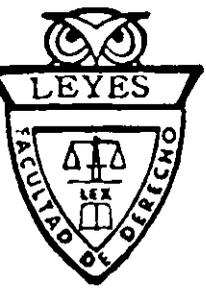


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE DERECHO MERCANTIL

"ASPECTOS CORPORATIVOS DE LA EMPRESA HOTELERA"

T E S I S
QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
JORGE ALBERTO MOLET BURGUETE



ASESOR DE TESIS: LIC. GILDARDO ENRIQUE BAUTISTA OLALDE

292769

CIUDAD UNIVERSITARIA

2001



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.

**Nada contribuye más a tranquilizar la mente
como un firme propósito, un punto en el que
el alma pueda fijar su ojo intelectual.**

MARY WOLLSTONECRAFT.

**¡Sujeta bien el tiempo! Protégelo, vigílalo, cada hora, cada minuto. Si
no lo tienes en cuenta se desvanece. (...) Considera sagrado cada
momento. Dale a cada uno claridad y significado, a cada uno el peso
de tu atención, a cada uno su verdadero y merecido logro.**

THOMAS MANN.

A la Universidad Nacional Autónoma de México.
Por darme la oportunidad de lograr,
lo que he logrado.

A mi madre:
Sra. Bertha Burguete de Molet.
Gracias por estar conmigo, hoy.
Esta tesis es tuya.
Te quiero.

A mi padre:
Lic. Jorge Molet Coutiño.
Tus sacrificios no serán en vano.
Te quiero.

A mis hermanos:
Lic. Laura Molet Burguete y
León Molet Burguete.
Por su cariño y apoyo,
gracias.

A la familia Ballesteros Molet:
Georgina, Enrique, Sofía e Irene.
Por estas nuevas alegrías,
gracias.

A mi novia:
Lic. Lorena Ubeda Chacón.
Mi fuerza y mi motivación.
Por tu amor y apoyo,
mil gracias.
Te amo.

A mis abuelos:

**Dr. Eliseo Burguete Cordova y
Doña Isabel Hernández de Burguete.
Gracias.**

**A la memoria de mis abuelos:
Don Leoncio Molet Alcocer y
Doña Antonia Coutiño de Molet.**

A la memoria de mis tíos:

**Sra. Elva Molet Coutiño y
Dr. Francisco Burguete Hernández.
Siempre están en mi corazón.**

**A todos y cada uno de mis tíos y primos.
En especial a Jesús Villaseñor Molet.**

**A mis padrinos:
Lic. Francisco Ramos Bejarano y
Sra. Maria Alicia Quiñones de Ramos.
Por el cariño de toda una vida.**

A los licenciados:
Rubén Ruiz Alcántara,
Manuel Díaz Infante de la Mora y
Enrique Bautista Olalde.
Por su apoyo, muchas gracias.

A mis maestros.
La transmisión de sus conocimientos
fue parte fundamental para la
realización de este trabajo.

A mis grandes amigos:

Sra. Laura Bagnarelli de Rangel,
Sra. Verónica De Anzorena de Rincón,
Srita. Elizabeth Piñón Aramburu,
Srita. Bárbara Morales Guerra,
Dr. Omar Avendaño Reyes,
Lic. Adolfo Vargas Garza,
Lic. Alejandro Cadaval Narezo,
Arq. Francisco Migueles Narezo,
Lic. Juan Carlos Peña Aldape,
Lic. Jesús Rubio Zaga,
Lic. Carlos Archundia,
Lic. Alfredo Salazar López,
Lic. Alejandro Torres León,
Lic. César Pedrero Mondragón,
Sr. Aaron Olvera, y
Sr. Roberto Prieto Hope.

Por haberme impulsado siempre
a concluir este trabajo.
Por su amistad,
gracias.

ASPECTOS CORPORATIVOS DE LA EMPRESA HOTELERA

INTRODUCCION.....	I
--------------------------	----------

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES, CONCEPTO Y DIFERENCIAS FUNDAMENTALES DE LA HOSTERIA Y LA HOTELERIA

A. Evolución de la hostería en México.....	1
a. Edad antigua.....	1
b. Edad media.....	5
c. Epoca contemporánea.....	7
B. Desarrollo de la hotelería en el ámbito internacional y nacional....	20
a. Desarrollo internacional.....	21
b. Desarrollo nacional.....	24
c. La hotelería como factor económico.....	34
d. Importancia de la hotelería en México.....	37
C. Diferentes vocablos utilizados para definir a un hostel.....	39

CAPITULO SEGUNDO

LA EMPRESA DE TURISMO

A. Concepto.....	42
a. Concepto económico y jurídico de empresa.....	42
b. Las construcciones jurídicas de la empresa.....	48

CAPITULO CUARTO

ASPECTOS SOCIETARIOS DE LA EMPRESA HOTELERA COMO SOCIEDAD ANONIMA

A. Fase inicial del contrato social. Constitución.....	116
a. Características.....	117
b. Facultades de la asamblea.....	122
c. Objeto de la sociedad.....	124
B. Fusión. Concepto y manifestación.....	126
a. Pluralidad de sociedades en la misma fusión.....	127
b. Fusión por medio de absorción.....	128
c. Procedimiento.....	129
C. Transformación. Concepto y manifestación.....	138
D. Escisión. Concepto y manifestación.....	139
E. Disolución y liquidación. Concepto y manifestación.....	143

CAPITULO QUINTO

ELEMENTOS QUE CONSTITUYEN UNA PROPUESTA PARA CREAR LAS SOCIEDADES PRESTADORAS DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE

A. Problemáticas de la empresa hotelera en la práctica mercantil mexicana.....	150
a. Problemática con la Autoridad administrativa.....	152
b. Servicios.....	166
- Contrato para la celebración de eventos sociales.....	167

c. Identificación de los conceptos jurídicos y económicos de la empresa.....	54
d. Complejidad para definir la empresa de turismo.....	55
B. Elementos.....	60
a. Elementos personales.....	60
b. Elementos materiales e inmateriales.....	76
c. Personalidad de la empresa de turismo.....	83

CAPITULO TERCERO

MANIFESTACIÓN DE LA HOTELERÍA COMO EMPRESA DE TURISMO

A. La hotelería como empresa.....	93
B. Carácter mercantil.....	95
C. Régimen jurídico.....	96
a. La empresa hotelera en el derecho constitucional.....	97
b. La empresa hotelera en el derecho fiscal.....	98
c. La empresa hotelera en el derecho mercantil.....	100
d. La empresa hotelera en el derecho administrativo.....	101
D. Elementos de la empresa hotelera.....	103
E. Precio del alojamiento.....	106
F. El contrato de hospedaje.....	109

- Contrato de lavandería.....	171
- Contrato de hospedaje.....	173
B. Cumplimiento a las Normas Oficiales Mexicanas que regulan la actividad hotelera.....	177
C. Propuesta para la creación de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje (S.P.S.H.).....	180
a. Naturaleza jurídica de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje.....	182
b. Finalidad de la Norma Oficial Mexicana.....	183
c. Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-XXX-SE-2001, Prácticas comerciales y requisitos para conformar las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje.....	185
d. Propuesta de reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor.....	190

CONCLUSIONES.....	193
--------------------------	------------

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

En el último cuarto del siglo XX la industria de los viajes y el turismo se han consolidado como un sector fundamental en el mundo entero. La Organización Mundial del Turismo define a este fenómeno como el conjunto de actividades desplegadas por las personas durante su viaje y su estancia en el lugar situado fuera de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos.

La expansión del turismo es fruto del fenómeno de la globalización que estamos experimentando, así como del creciente desarrollo económico, tecnológico y social de los países que se plasma en una nueva cultura del ocio y el descanso. Como veremos en este trabajo, los ingresos generados por viajes internacionales han llegado a sobrepasar el valor de las exportaciones mundiales de petróleo, además de ser un pilar fundamental de muchas economías. Así pues, es sin duda la actividad turística un fenómeno de auge a escala mundial y con un futuro más que prometedor.

Durante 1999, el turismo internacional registró un movimiento de 662.9 millones de personas e ingresos (excluido el transporte internacional) por 453.4 mil millones de dólares, que representaron un incremento de 4.1 y de 3.0% al año previo.¹

Elemento configurador de la oferta turística en cualquier país es la llamada "industria sin chimenea", es decir la industria hotelera. Se

¹ INFORME DE LABORES, 1999-2000. Secretaría de Turismo. México, 2000. P. 9.

impone la necesidad de crear y conservar una planta de establecimientos suficientes para responder a una demanda cada vez más exigente y geográficamente bien distribuida. Para 1999 el 76.4% de los visitantes hospedados en hoteles fueron nacionales.²

En México, la hotelería es una actividad económica que ha evolucionado y actualmente constituye una de las industrias más importantes de nuestra economía. En efecto, esta actividad es un factor primordial para el desarrollo económico, considerando la gran cantidad de divisas que se captan por este concepto y el beneficio directo en la creación de empleos.

Al darnos cuenta de la importancia económica que genera el turismo, se fueron creando diversos organismos con la única finalidad de fomentar y desarrollar esta actividad, con apoyo del Gobierno. Estos organismos, en sus diferentes modalidades, aportaron ideas para lograr el desarrollo en este sector y evolucionar paralelamente con otros países que ofrecen atractivos importantes y que cuentan con instalaciones muy competitivas.

La manera en que la hotelería ha crecido en los últimos años, es suficiente para voltear la mirada a toda una industria que se desarrolla día a día, ya no como una medida emergente, sino como una industria sustentada en el trabajo de nuestra gente y cuidado de nuestros recursos naturales.

² Idem. P. 11.

Siendo de tanta relevancia para nuestro país, resulta de total importancia estudiar las formas y opciones en que se pueda fomentar esta actividad.

Objetivo primordial enfocado a favorecer la hotelería, debe ser lograr un equilibrio entre las condiciones mínimas de carácter técnico - construcción, dimensiones, mobiliario, equipo -, y las condiciones relativas al servicio y atención al turista, obviamente más variables y de difícil respuesta. No se debe olvidar la importancia de implantar una clasificación de los precios, capaz de dar confianza al viajero, y que sus desplazamientos de un lugar a otro, le permita encontrar instalaciones de la misma categoría, nivel de confort y servicios semejantes con independencia de que en ocasiones la satisfacción dependa del trato personal que pueda recibir por encima de las condiciones reglamentarias exigidas.

En México, el carácter mercantil de la empresa hotelera se establece al encontrarse contemplada en el artículo 75 fracción VIII del Código de Comercio; estar regida por la Ley General de Sociedades Mercantiles al conformarse como una sociedad anónima y; por estar reglamentada por la Ley Federal de Protección al Consumidor, totalmente desligada de las regulaciones administrativas que rigen a esta actividad. No negamos el carácter mercantil de esta actividad, de hecho proponemos que se siga rigiendo por los mismos ordenamientos, lo que pretendemos es relacionar y crear un marco legal conjunto, con la finalidad de homologar los criterios jurídicos que regulan la actividad hotelera, por medio de una nueva figura societaria con carácter especial.

Así pues, por la experiencia, hemos observado que las diferentes autoridades que regulan la actividad hotelera en nuestro país, más que fomentar este sector económico, mediante una simplificación administrativa real y una atención pronta y expedita a sus demandas, se ha convertido en un factor que interrumpe el desarrollo hotelero con toda la serie de tramitologías y regulaciones que se relacionan con este sector.

Es por lo anterior, que en este trabajo proponemos la creación de las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje, como la forma de solucionar gran parte de la problemática que hemos planteado, es decir, se busca lograr un mayor contacto del empresariado hotelero con la autoridad; simplificación administrativa; prevención de conflictos; seguridad jurídica y; homologación de criterios.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial con apoyo de la Secretaría de Turismo, tendrán la obligación de expedir la norma que hoy se propone y de proporcionar a las Sociedades Prestadoras de Servicios Hoteleros, la información necesaria de todos aquellos requisitos mínimos con que deben contar para su legal operación, sin perjuicio de los ordenamientos y Normas Oficiales Mexicanas que por su naturaleza tengan relación con el ámbito hotelero. Por su parte, el hotelero tendrá la obligación de transformarse en una Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, en los términos señalados en el proyecto de Norma Oficial Mexicana denominada "Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-XXX-SCFI-2001, Prácticas comerciales y

requisitos para conformar las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje", planteada en esta tesis.

Para la realización de este estudio, tomamos como premisa mayor a la actividad turística en el mundo y en México, derivándose como elemento configurador y como premisa menor la industria hotelera, razón por la cual, en el capítulo primero de este trabajo se enmarcan los antecedentes del turismo y la hotelería englobadas conjuntamente, así como las formas de desarrollo y la importancia de la actividad hotelera.

El capítulo segundo analiza elementos y personalidad de la empresa de turismo en general, creando las condiciones necesarias para lograr explicar la forma en que se encuentra integrada la actividad hotelera en el marco turístico, razón por la cual no podemos dejar de estudiarlo.

El capítulo tercero estudia a la hotelería como empresa, su carácter mercantil, régimen jurídico tocando aspectos muy trascendentales en la operación del hotel, como es la fijación del precio de hospedaje y el contrato de hospedaje con que se deben de regir las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje que aquí se proponen.

En virtud de la forma en que opera la empresa hotelera en la actualidad, hemos considerado importante enmarcar en el capítulo cuarto, los aspectos societarios de una empresa hotelera que funciona bajo el régimen de sociedad anónima de capital variable, abarcando desde la constitución de la sociedad, hasta su disolución y liquidación.

Finalmente, el capítulo quinto, engloba la propuesta fundamental que sustentamos, basada en la creación de las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje, señalando en un principio, la problemática real en que se desarrolla la actividad hotelera y analizando los principales ordenamientos que regulan la operación de una empresa de hospedaje, para finalmente realizar el proyecto de Norma Oficial Mexicana, así como la propuesta de reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, que le otorgaría la legitimación a estas sociedades para poder operar y lograr los objetivos que se plantean en esta tesis.

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES, CONCEPTO Y DIFERENCIAS FUNDAMENTALES DE LA HOSTERIA Y LA HOTELERIA

A. Evolución de la hostería en México.

a. Edad antigua.

El maestro Alfonso Jiménez, en su libro "*Turismo, Estructura y Desarrollo*",¹ señala acertadamente que el turismo desde siempre ha estado vinculado a las condiciones sociales, económicas y tecnológicas que privan en la sociedad de los diferentes países o regiones donde se generan los desplazamientos de viajeros, sin desvincular nunca la gran importancia que ha tenido el transporte.

En este capítulo se contemplará la evolución de estos factores, así como la forma en que ha evolucionado desde la época antigua hasta nuestros días, situación que nos hará arribar dentro de un marco global del desarrollo del turismo como género, y la hotelería como la especie, analizando al turismo en forma general, para aterrizar en una parte de esta en particular, la hotelería.

Desde un punto de vista personal y posterior a un arduo trabajo de investigación, consideramos que no se tienen antecedentes de actividad hotelera como tal en la antigüedad considerando la industria que representa actualmente, sino actividades que tenían semejanza

¹ JIMENEZ, Alfonso. Turismo, Estructura y Desarrollo. Ed. McGraw Hill. México, 1993. P. 3.

con la misma y que se inició en la práctica, por la circunstancia en que se encontraban los prestadores de los servicios de hospedaje y contar con lugares de descanso establecidos en las rutas de los viajeros.

Hay autores que señalan que la actividad de descanso y viaje, se consideraba exclusivo para la aristocracia. Los motivos que generan estos viajes son diversos, entre ellos los religiosos, políticos, bélicos y culturales. Otros señalan que desde la época de los griegos y los romanos ya se daban los viajes de descanso (viajes de baños termales), siendo necesario formar parte de una clase social y contar con recursos económicos suficientes. Esta actividad se desarrolló, no obstante que el transporte fuera lento y los caminos inseguros. Así pues, el único antecedente de hospedaje se da con amistades o familiares, es decir, no se tiene antecedentes de la hotelería como tal,² sino de hospedaje u hospedería.

De igual forma, la conquista y la colonización de México genera una gran cantidad de viajeros tanto nacionales como extranjeros con afán de conocer todas las características que contenían tan singular y atractiva región, como su geografía, bellezas naturales, hábitos, costumbres criollas, así como todo lo típico y original de su sociedad.

Surgen misiones especiales, relatos, experiencias, hazañas y aventuras en nuestro país, en las cuales nos podemos dar cuenta de las condiciones que presentaba México en esta época, el mal estado de los caminos, la escasez de transporte y los diversos peligros a los

² MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Turismo, una Recapitulación. Ed. Bonodi. México, 1981. P. 4.

que se exponían los viajeros, pues eran víctimas de ladrones, amenazas y enfermedades. Las crónicas nos relatan las pésimas condiciones de las instalaciones de hospedaje, como son posadas, postas, ventas y mesones, narrando las condiciones limitadas de los servicios pero todo esto con la característica de un escenario de enorme brillantez y belleza, lo que genera una mayor afluencia de personas, ávidas por conocer las nuevas tierras y por lo tanto, la necesidad de crear lugares de descanso para estos viajeros.

Durante el periodo prehispánico los más remotos antecedentes de esta actividad, fueron pequeños alojamientos aztecas con los que los viajeros se tropezaban en los caminos y en ellos *"encontraban techo, maíz, agua y leña que manos anónimas depositaban y reponían regularmente sin importar quiénes o para que los consumían"*.³

Posteriormente, tras la conquista, se internan las figuras españolas de las ventas, las cuales fueron presentando diversos servicios para los animales importados por los españoles, como es el caso del agua para los caballos y posteriormente con los servicios de las diligencias, es decir, estos mesones buscan poco a poco, satisfacer integralmente las necesidades del viajero, así como las de sus animales creando estos nuevos servicios. Estos mesones datan de 1530, estableciéndose primeramente en la ruta México – Veracruz, y en ambas ciudades.

Este movimiento de conquista generó la creación de los mesones, en los que, con el tiempo, como ya mencionamos, fueron evolucionando

³ MANUEL ROMERO, Hector. El Turismo en México. Sus tiempos Históricos, sus Espacios Políticos. SECTUR. P. 7.

para desarrollar servicios suficientes que dejaran satisfecho al viajero y de esta forma, aumentar el valor de sus servicios.

La apertura de los caminos al centro del país, originó que la afluencia de viajeros aumentara en gran medida, como es el caso de la ya mencionada "Ruta de los Conquistadores", caminos que en un principio eran pequeñas brechas, pero con el tiempo, se fueron ampliando y construyendo sobre estas, las carreteras con las cuales se generaba el comercio.

Una de las primeras instalaciones preturísticas del continente americano es el llamado Hotel de Cortés, en la avenida Reforma de la Ciudad de México, que fue una hospedería Agustina que data del siglo XVI.

Las ventas presentan una estructura sobria y austera, se caracterizaban por prestar servicios de descanso, ubicadas junto a los principales caminos, ofreciendo hospedaje a viajeros y animales, por lo que contaban también con grandes corrales y caballerizas, otorgando de esta manera una atención de poca comodidad y lujo, enfocados simplemente al servicio de descanso.

Con el tiempo y en los tres siglos de gobierno español en México, todos estos establecimientos se fueron segregando por todo el territorio, cubriendo las necesidades de un mayor número de personas que se encontraban de paso en esa región, así podemos decir que la distribución de estos establecimientos se supeditaban a las vías de

comunicación y guiadas por las necesidades generales del país, referencia que hicimos al iniciar el presente capítulo.

b. Edad media.

Esta etapa se caracterizó por sus desplazamientos religiosos hacia Tierra Santa y más bien con propósitos de conquista. En esta etapa histórica se sentan las bases de la hotelería ya que por el gran número de peregrinaciones provoca que los monasterios construyan anexos a sus edificaciones principales con la finalidad de crear albergues y hospicios de los viajeros.⁴

En el siglo dieciséis, los motivos de los viajes se transforman a la búsqueda de poder y riqueza.

Los viajes para peregrinos y la clase ociosa, sigue perfeccionando la diversión en el siglo diecisiete, el cual, se le conoce como el siglo del "Gran Tour" aristocrático, en el que generalmente se buscaba la aventura. Los viajes se caracterizan por los constantes peligros que lo constituyen. Por otro lado, para este siglo la burguesía es independiente, rica y tiene los viajes como parte de una formación que le proporciona cultura y status.

Durante el reinado de Carlomagno, se promulgaron leyes en las que se establecía el deber cristiano de brindar gratuitamente un lugar de descanso al viajero, sin embargo, estos alojamientos se alargaban

⁴ GRAY S. William. Hoteles y Moteles. Administración y funcionamiento. Editorial Trillas. México, 1995. P. 13.

indefinidamente en muchas ocasiones, razón por la cual, la ley limitó la permanencia de cualquier viajero a tres noches en cada lugar.

El hospedaje de esta época no se cobraba, por las razones antes señaladas, sin embargo en el año de 1282, en Florencia, Italia, los grandes posaderos de la ciudad formaron un gremio con el fin de hacer de la hospitalidad un negocio. Las posadas operaban bajo permiso y se les permitía importar y revender vino. Es interesante observar que las posadas de esta época no pertenecían a los posaderos, sino a la ciudad, y eran operadas bajo contratos de arrendamiento por tres años. En muy poco tiempo, la idea de hospitalidad como negocio llegó a otras ciudades de Italia, desarrollándose así una nueva actividad económica y preponderantemente lucrativa.

En México se vivió la misma experiencia tiempo atrás de que se estableciera el Virreinato, ya que en realidad, no se puede decir que el turismo existiera como tal en su sentido estricto, tal como se define actualmente; los viajes estaban relacionados con la filosofía económica del momento. Con el tiempo, al igual que en Europa, se adoptó en la Nueva España el concepto del hospedaje como negocio, lo que se convirtió en una forma de vida para muchas familias.

Durante los siglos XVI al XVIII se vislumbra una gran mejora en la calidad del hospedaje. Esto se puede ver claramente en Inglaterra. William S. Gray y Salvatore C. Liguori, señalan en su libro "Hoteles y Moteles, Administración y Funcionamiento" lo siguiente:

"El medio de transporte común era la diligencia. Las jornadas prolongadas, como la de Londres a Edimburgo, se hacían en varios días, por lo que las diligencias se veían obligadas a pernoctar. Requerían no sólo de alimento y descanso para los caballos, sino también de alimento y alojamiento para los pasajeros. Resultado directo de ello fue la construcción de posadas o tabernas en lugares estratégicos en las rutas de la diligencia. Puesto que sus pasajeros eran principalmente personas adineradas, acostumbradas a ciertos lujos, las diligencias contribuyeron no solamente al aumento en el número de posadas, sino a mejoras en su calidad... Los permisos para las posaderas eran expedidos por el señor o caballero local, en cuya jurisdicción se encontraba la posada. Es razonable suponer que la expedición de tales permisos requerían de cierta forma de patrocinio, como podría suceder actualmente."⁵

Consideramos que en la edad media, se comienza a considerar a la actividad del hospedaje, como una forma alterna de generar beneficios económicos, lo que llamó la atención de propietarios de inmuebles para dedicarse a la prestación de este servicio.

c. Epoca contemporánea.

El final del siglo XIX y el principio del XX se desarrolló en gran medida la hotelería como hoy la conocemos, no únicamente en el número de hoteles sino en las diversas y múltiples novedades introducidas para brindar todas las comodidades a sus huéspedes. Así, muchos hombres dedicados ya a la hotelería se percataron de que esta actividad

⁵ Ibidem. P. 14.

comercial podría convertirse en una exitosa industria. En el año de 1907, Elsworth M. Statler, el hombre considerado como padre de la industria hotelera moderna, construyó el hotel "Búfalo Statler" introduciendo muchas novedades, como fue el caso de que cada una de las habitaciones contaban ya con un baño privado. Statler es considerado también como el creador del concepto de cadena hotelera, que habría de seguir grandes hoteles actuales.

En México, el 11 de julio de 1929 y por orden presidencial, se creó la Comisión Pro-Turismo dependiente de la Secretaría de Gobernación y fue anunciada por el Presidente Portes Gil en su informe de gobierno, esto a causa de:

" La intensa corriente del turismo que en estos últimos años nos ha visitado".⁶

Con todos estos acontecimientos y a partir de 1930, año en que México cuenta con una estabilidad política favorable y una paz social confiable, se permite el establecimiento de políticas sociales y comerciales que trae como consecuencia un acelerado crecimiento económico y demográfico que acrecientan la transformación de la sociedad mexicana, misma que se ve estimulada por la Guerra Mundial mediante la industrialización y elevadas exportaciones, iniciando inversiones y ampliando ingresos provenientes del exterior.

⁶ JIMÉNEZ MARTÍNEZ, Alfonso de J. Turismo, Estructura y Desarrollo. México. p. 22.

El siete de febrero de ese mismo año, se promulga una Ley que establece la Comisión Nacional de Turismo, presidida por el Secretario de Gobernación.⁷

El 15 de diciembre de 1932, por decreto del Congreso de la Unión, se confiere al Secretario de Economía Nacional, las atribuciones que tenía el encargado del Despacho de la Secretaría de Gobernación; después, el 27 de marzo de 1933, por acuerdo presidencial, se crea la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo.⁸

Otro acontecimiento relevante para el fomento de la industria hotelera, fue el que se generó en el año de 1935, cuando el gobierno mexicano estableció la Institución Financiera de Crédito Hotelero, que es otra Comisión Nacional de Turismo (dependiente de la Secretaría de Gobernación) y una Oficina de Turismo encargada de la promoción, enseñanza y perfeccionamiento de los servicios.

En este mismo año la Oficina de Turismo se transforma en Departamento de Turismo y por primera vez en México se reglamentan los servicios de guías de turistas y de los agentes de viajes y para el año de 1938 ya existen en México 16 agencias de viajes, coordinadas con el Departamento de Turismo.

En 1939, se crea el Consejo Nacional de Turismo, que se proponía promover el acercamiento social, cultural, espiritual, político y económico entre los pueblos, señalando al turismo como vía factible

⁷ SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA, Comisión de Administración Pública. Manual de Organización del Gobierno Federal, 1969 - 1970, P. 363.

⁸ Idem.

para tales propósitos y enaltecedor de los valores nacionales, así como reafirmador de la solidaridad Interamericana. Este Consejo Nacional de Turismo se formaba en tres secciones fundamentales:

1. Un Patronato Oficial para respaldar la iniciativa privada;
2. una Comisión Nacional de Turismo; y
3. comisiones locales de turismo.⁹

De igual forma, ese mismo año, se crea la Asociación Mexicana de Turismo, estableciendo una fuerza común de turismo integrada primordialmente por prestadores de servicios turísticos.

Los años 1945 y 1958 marcan el inicio y fin de una etapa del turismo en México, iniciando con las repercusiones que tiene nuestro país con el fin de la guerra y finalizando con la creación de una Institución como el Departamento de Turismo, encargado de regular y promover la actividad turística a México, la cual se ve beneficiada por la filosofía económica de apertura de mercados que elige el país, consiguiendo de este modo el primer gran argumento para su apoyo; esta etapa se caracteriza por el desarrollo económico a toda Latinoamérica, se empieza a visualizar el turismo como una industria por el gran capital que produce y el producto que vende.

El Turismo en México se ve ya como un fenómeno económico desde que el gobierno decide desarrollar el país a través de la industrialización y es necesario, por lo tanto, buscar un producto que pueda exportarse y que permita financiar las inversiones que se

⁹ Diario Oficial de la Federación. México. Diciembre 21, 1939.

requieran y realicen. Así pues, el fenómeno económico llamado *Turismo*, permite la obtención de divisas necesarias para adquirir los bienes de capital que se requieren para su industrialización.

En el año 1946 el Lic. Manuel Ávila Camacho en su último informe de gobierno declaró:

"Una corriente de visitantes extranjeros, especialmente norteamericanos, alcanzó el nivel más alto que registra el movimiento del turismo y con ellos, la creciente cantidad de divisas para el desarrollo".

"La aviación comercial, cuyo incremento fue superior al de años anteriores, se prepara para cooperar con las líneas internacionales que operan en el país, pugnando por extender, bajo nuestra bandera, sus redes por el extranjero". ¹⁰

Con esto, el desarrollo turístico que presenta México es favorable y la cercanía con Estados Unidos y sus condiciones socioeconómicas, hacen que México aproveche la situación en el campo de viajes entre la población de los Estados Unidos, donde se encuentra la mayor parte de turistas que viajan por el mundo.

En la década de los años cincuenta, en el sexenio del Lic. Miguel Alemán Valdés (1946 - 1952), se puede afirmar que por primera vez se ve en el turismo una gran oportunidad para financiar la industria de la transformación. Se temía por la llamada fuga de capitales del

¹⁰ MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Op.Cit, P. 124.

turista mexicano en el exterior, no se contemplaba que esta fuga se nivelaba con el gasto del turismo extranjero en nuestro país. Así, durante su campaña presidencial se redacta un documento conocido como Carta Turística, en la que se señala:

*"La disminución progresiva de la importación de los artículos manufacturados en la misma medida en que podamos producirlos no supone un descenso, sino un aumento de la importación de otros muchos bienes de consumo de uso durable y de inversión, así como la multitud de materias industriales que nuestros recursos naturales no nos permite producir. Por otra parte la ampliación y establecimiento iniciales de numerosas industrias, particularmente de sus ramas básicas, como la electrónica, química, siderurgia y mecánica requerirá de importación a gran escala de costos de equipos, aparatos e instrumento. Las condiciones anteriores explican la importancia que concedo a la **industria del turismo**".* ¹¹

Es muy importante analizar la importancia trascendental que toma la industria turística como fuente de recursos prioritarios para el desarrollo del país.

Para desarrollar los fines del Presidente Miguel Alemán se concibieron 4 puntos como estrategia:

1. Comunicaciones y Transportes:

¹¹ *Ibidem*, P. 125.

En este aspecto se apreciaron actividades como la construcción de nuevos caminos y el aumento de los servicios de ómnibus, recomendando su conexión con los ferrocarriles y el establecimiento de nuevas rutas, la multiplicación del número de aparatos, así como el mejoramiento de los aeropuertos existentes y la construcción de otros nuevos.

2. Alojamiento:

Se les daría apoyo a las sugerencias relativas a la libre importación de artículos que, no produciéndose en México, son necesarios para la construcción y financiamiento de hoteles, así como la reducción de los impuestos sobre nuevos alojamientos destinados a turistas y el establecimiento de un Banco de Crédito Turístico, con el fin de facilitar la edificación, construcción y adaptación de hoteles, posadas y restaurantes.

3. Atractivos turísticos:

Se da prioridad a la conservación y desarrollo del patrimonio turístico del país velando por la tradición arquitectónica, música, danza y folklore popular.

4. Capacitación:

Establecimiento de una escuela de capacitación técnica para la formación personal especializada en la promoción turística y en la

administración de hoteles y restaurantes. Podemos afirmar que este fue el principio de calidad en las políticas actuales de nuestro país.

Las acciones que se ejecutan durante este período, están relacionadas con la construcción de carreteras y la apertura de nuevas rutas aéreas, así como la construcción o mejoramiento de aeropuertos en el país, finalmente se crea la Escuela de Capacitación Hotelera.

Así, dada la situación del país y del turismo internacional, estas acciones sientan bases del desarrollo del turismo en México, al facilitar el acceso a los viajeros.

En 1947, se autorizó a empresas nacionales el establecimiento de transportes trasatlánticos, para que México se encontrara en una situación de comunicación directa con Europa. El 25 de noviembre de ese mismo año, se expide el Reglamento de la Ley de Población, que crea la Comisión Nacional de Turismo, el cual consta de 66 artículos preceptivos y 4 transitorios, los cuales se dividen en 6 capítulos que son:

1. Del fomento y desarrollo del turismo,
2. Del Consejo Nacional de Turismo,
3. Del Comité Ejecutivo,
4. De los órganos auxiliares,
5. De las agencias de turismo,
6. De los guías de turistas,
7. De los servicios de transporte,
8. De los establecimientos de hospedaje y restaurantes,
9. De las sanciones.

En diciembre de 1949, se publica la primera Ley Federal de Turismo. El 14 de noviembre de 1956 se constituyó el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo; en 1959 se creó el Departamento de Turismo como órgano auxiliar directo del Ejecutivo Federal en sustitución de la Dirección General de Turismo dependiente de la Secretaría de Gobernación.

En octubre de 1960, se promulga una nueva Ley de Turismo, que tuvo el objetivo de lograr una planeación adecuada de la Industria turística, hacer más eficaz la protección del turismo y lograr la regularidad, eficiencia y justo precio de los servicios para que con ello se amplíe el valor de la economía nacional.¹² En el Gobierno del Lic. Adolfo López Mateos (1958-1964), se fomentó una política exterior más activa promoviendo la imagen de México internacionalmente. El 3 de enero de 1961, se hace la promulgación de la Ley Federal de Turismo, estableciéndose un nuevo Consejo Nacional de Turismo como órgano de asesoramiento y consulta de las autoridades dependiendo directamente del Ejecutivo Federal.

El Presidente Gustavo Díaz Ordaz, en su período como primer mandatario de 1964 a 1970 sacó a México de su tradicional aislamiento. En este período, nuestro país toma la iniciativa de promover sus relaciones con países de Centroamérica, motivando y realizando inversiones extranjeras.

El Presidente Luis Echeverría Álvarez, en su período presidencial de 1970 a 1976, busca la diversificación de las relaciones con otros

¹² OLIVERA TORO, Jorge. Legislación y Organización Mexicana, P. 81.

países, observando un papel más activo en asuntos internacionales, esto provocaría la solvencia del turismo y desarrollo en la materia.

A finales de 1970, la industria mexicana había llegado al límite de la expansión por lo que se requería de una elevada inversión y una avanzada tecnología. Así pues, en este período, nacen los cambios en fórmulas de acción a la política interna que debía de ajustarse a la política exterior. Para ello se crea una política de amplificación y diversificación de mercados, estímulos a las exportaciones, nacionalizar importaciones, así como procurar controlar el endeudamiento y fomentar la recuperación de superávit turístico mediante la promoción al extranjero.

De igual forma realizó una serie de viajes, los cuales tuvieron como resultados numerosos convenios comerciales, financieros, tecnológicos, culturales y de coordinación turística. Al contrario de las expectativas, el déficit comercial y el endeudamiento externo seguía creciendo. El turismo extranjero no aumentó y el superávit de la balanza de viajeros siguió reduciéndose.

Estos acontecimientos tuvieron como consecuencia que la Ley de Inversiones Extranjeras generara una reacción negativa mayoritaria en el sector empresarial. Gracias al turismo extranjero, México nunca tuvo que recurrir al financiamiento exterior. La deuda creada en 1976 se debió a que las exportaciones no crecieron al mismo ritmo que las importaciones, se perdió autosuficiencia en dos renglones básicos de la economía: el petróleo y los alimentos. Creció el gasto del viajero

mexicano al exterior, disminuyendo los ingresos por concepto del turismo externo.

El 16 de Abril de 1974 se constituyeron la Comisión Intersecretarial Ejecutiva del Turismo y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), fideicomiso administrado por Nacional Financiera, la cual absorbió los fondos de promoción de infraestructura turística, garantía y fomento al turismo.

Se considera el acontecimiento de la década la transformación del Departamento de Turismo en Secretaría de Turismo (SECTUR); promulgada el 30 de diciembre de 1974. Esta Secretaría tiene a su cargo la formulación, programación, coordinación, vigilancia y fomento a la actividad turística. Esta Secretaria se crea con base en:

*"La necesidad de fortalecer las actividades turísticas como forma de contrarrestar efectos negativos de los mecanismos sistemáticamente empobrecidos que arrojan en el comercio entre países, relaciones desfavorables de intercambio y ventajas comparativas, anulando los beneficios para las naciones débiles."*¹³

El Presidente José López Portillo concreto su atención en el manejo interno de la crisis (1976 - 1982); de esta forma la política exterior quedó relegada. Los dos primeros años de este sexenio fueron considerados a la superación de la crisis, los dos siguientes a la consolidación de la economía y los dos últimos a un crecimiento acelerado basado en una estabilidad política.

¹³ OLIVERA TORO, Jorge. Op. Cit, P. 23.

A principios de los años ochenta, se nota que el número de viajeros extranjeros que visitaron México fue inferior a los mexicanos que visitaron los Estados Unidos. En enero de 1980, se publica otra Ley Federal de Turismo que abroga la de 1974 y en enero de 1982, se somete a modificaciones sustanciales relacionadas con los fidelcomisos de crédito e inversión, promoción y obligaciones de los prestadores de servicios en el nuevo marco de reorientación de la oferta hacia el mercado nacional.

En este período se da el Plan Nacional de Turismo en el cual se determinaban tres objetivos básicos:

1. Asegurar la coherencia entre los propósitos y las acciones, apoyándose básicamente en la planificación, para lograr integrar las fases que integran la planificación: planeación, programación, presupuesto y evaluación.
2. Buscar que la planificación se considere una práctica cotidiana en el sector.
3. Racionalizar el desarrollo turístico integrando las fuerzas de planificación obligatorio para todo el sector público federal.¹⁴

En el período del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado (1982 - 1988), se crea el Plan Nacional de Desarrollo, así como reformas y cambios ideológicos que proporcionan gran afluencia de turistas al país y poder en este rubro. Se crean los llamados Centros de Turismo

¹⁴ Plan Global de Desarrollo. México, 1976 - 1982, P. 36.

Planificados, iniciándose un buen número de proyectos de gran turismo.

El 6 de febrero de 1984, se publica una nueva ley que abroga la de 1980, buscando el fomento y planeación organizado de los sectores turísticos.¹⁵

En el sexenio del Presidente Carlos Salinas de Gortari (1988 - 1994), se crean los llamados megaproyectos, los cuales buscan crear grandes centros turísticos que dieran fama Internacional a los atractivos turísticos de México. Concomitantemente ingresa al país una gran cantidad de inversión extranjera por lo que se apoya en gran medida a este sector. El 18 de diciembre de 1992 con el Lic. Pedro Joaquín Coldwell como Secretario de Turismo se crea la Nueva Ley Federal de Turismo que abroga la de 1984, la cual consta de 55 artículos y tres transitorios con el fin de:

"...reforzar las instancias de coordinación entre el sector y las dependencias afines de la Administración Pública Federal, los Gobiernos Estatales y Municipales, con el fin de evitar la duplicidad en los trámites que deben realizar los particulares ante las diversas autoridades, así como la descentralización en la toma de decisiones."¹⁶

Con esta ley se pretende fomentar el turismo social, hacer más efectivo el sistema de quejas presentadas por los turistas, la elaboración de un Catalogo Nacional Turístico con fines promocionales

¹⁵ Ley Federal de Turismo, 1992, P. 25.

¹⁶ Ley Federal de Turismo, Editorial Porrúa. México, 1992, P. 2.

y establecer convenios de promoción turística con otros países. De esta forma se busca la creación de nuevos empleos y un mayor ingreso de divisas a nuestro país.

Para lograr sus fines, esta Ley se basa fundamentalmente en los siguientes puntos:

1. Planeación de la actividad turística,
2. Del programa sectorial turístico,
3. Turismo social.
4. Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario,
5. De los órganos estatales y municipales del turismo,
6. De programas de publicidad y promoción,
7. Cooperación turística internacional,
8. Capacitación turística,
9. Del Fondo Nacional de Fomento al Turismo,
10. Aspectos operativos.¹⁷

Durante el periodo del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, el Plan Nacional de Desarrollo, no toca directamente el tema del turismo, mientras que en otros puntos se refiere indirectamente a éste. Por otra parte, no se presenta el tradicional informe de gobierno, esta vez se presenta un mensaje de gobierno en el cual se puede observar que no se toca en ningún momento el tema del turismo dentro del nuevo federalismo que propuso.¹⁸

¹⁷ Ibidem, P. 25.

¹⁸ DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, septiembre 4, 1995. Mensaje al H. Congreso de la Unión del C. Presidente de la República, Ernesto Zedillo Ponce de León, con motivo de la presentación de su primer informe de gobierno.

B. Desarrollo de la hotelería en el ámbito internacional y nacional

Actualmente ya se puede hablar de una industria hotelera que se ha venido desarrollando de manera importante, al grado de crear una secretaría de estado especializada en apoyar y fomentar esta actividad así como la creación de instituciones definidas con atribuciones para regularla. Sin embargo, para llegar a estos niveles, las diferentes dependencias creadas para este fin, tuvieron que evolucionar al igual que la hotelería, creando de esta manera nuevos conceptos y herramientas de apoyo.

a. Desarrollo internacional.

Como ya lo comentamos, el crecimiento de la industria hotelera en los años veinte, marcan la pauta del desarrollo de esta actividad en todo el mundo. Sin embargo, las grandes industrias hoteleras, siguen introduciendo nuevos conceptos y servicios, en un esfuerzo por satisfacer las necesidades del público viajero.

La Organización Mundial del Turismo define a este fenómeno como *"el conjunto de actividades desplegadas por las personas durante su viaje y su estancia en el lugar situado fuera de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos"*¹⁹

¹⁹ UN-WTO. Recommendations on tourism statistics, ST/ESA/STAT/SER. P. 83. 1993.

La expansión de la hotelería, aunado al desarrollo turístico es fruto del fenómeno de la globalización que estamos experimentando, así como del creciente desarrollo económico, tecnológico y social de los países que se plasma en una nueva cultura del ocio y el descanso.

Según datos recogidos por la Comisión Europea, en el período 1980 a 1996 el número de pasajeros internacionales en el mundo entero aumentó por término medio un 4.6% al año. En 1997, las llegadas debidas al turismo internacional alcanzaron un nuevo récord de 613 millones, y anticipan una expansión de este tipo de turismo de aquí al año 2010 que triplica el número de llegadas y quintuplica el volumen de los ingresos registrados en 1995. Para este mismo año, los ingresos generados por los viajes internacionales ascendería a 448,000 millones de dólares, lo que representa un aumento del 14% en relación con 1995, es decir, 342,000 millones de dólares más que en 1980, superando el valor de las exportaciones mundiales de petróleo, estimado en 330,000 millones de dólares.²⁰

Con lo anterior, podemos observar que estamos ante un sector económico de primer orden, que además suele ser el pilar fundamental de muchas economías del llamado tercer mundo. Asimismo, esas dimensiones económicas repercuten directamente sobre el empleo. Según la comisión europea, el turismo proporciona hoy un puesto de trabajo directo o indirecto de cada nueve y generará un aumento de empleo del 46% de aquí al año 2007, empleos que en gran parte se ven generados por la industria hotelera.

²⁰ LEGISLACIÓN SOBRE TURISMO. Actualización con las modificaciones de la organización de la Administración Turística del Estado de abril y mayo de 2000. Legislación. Código Sectorial. Ed. Mc. Graw Hill. Madrid, España, 2000. P. 1049.

En la actualidad, se han constituido hoteles de diversas clasificaciones, como son los céntricos, clásicos, rectangulares, triangulares mismos que se han visto desplazados por grandes proyectos arquitectónicos de diseños innovadores. Extensos hoteles especializados, como es el caso de los hoteles para convenciones, con grandes áreas públicas y espacio funcional con el único fin de satisfacer las necesidades del mercado.

Por otra parte, la ubicación de los hoteles también se ha modificado ya que su ubicación se establece en los centros turísticos de mayor importancia, sin embargo, en la gran mayoría de los países se ubicaban cerca de las estaciones de tren y en virtud de que en la actualidad el transporte aéreo ha ido en aumento, gran parte de los hoteles se aglomeran en las afueras de aeropuertos y carreteras, es decir, sin hacer menos el transporte ferroviario que como sabemos es el principal medio de transporte en muchos países y especialmente en Europa, como lo mencionamos al principio de este capítulo, la actividad hotelera, sigue ligada a los sistemas de transporte, ya que a mayor número de viajes, mayor es el número de viajeros, lo que a generado la proliferación de esta actividad a nivel mundial.

Países como Estados Unidos, han sabido desarrollar la actividad hotelera traspasando sus fronteras y creando de esta forma grandes cadenas hoteleras con un prestigio internacional que los respalda y beneficiando de igual forma la economía local en donde se establecen.

La generación de ingresos tal altos, mayor que el cotizado por el petróleo así como la generación de empleos en el ámbito mundial, son las causas fundamentales para considerar esta actividad prioritaria, más aún en un país en el que se requiere de un pronto aceleramiento de la economía, como es el nuestro.

b. Desarrollo nacional.

Con relación a los incisos anteriores, y por la importancia que ha tomado esta actividad, desde hace varios años, el Estado se ha visto en la necesidad de proteger y fomentar la industria turística en nuestro país, por lo que desde el año de 1929, se han venido creando diversos organismos, dependientes directamente del Ejecutivo Federal, para lograr los objetivos de desarrollo en la actividad turística y hotelera. A continuación se enumeran brevemente las principales organizaciones en materia turística que se han creado en nuestro país desde 1929:

Comisión Mixta Pro - Turismo (1929).

Por acuerdo de fecha 6 de julio de 1929, durante el último año del sexenio del Licenciado Emilio Portes Gil, se creó la Comisión Mixta Pro-Turismo, dependiente de la Secretaría de Gobernación, integrada por representantes de todas y cada una de las Secretarías de Estado, de los Departamentos de Salubridad, de Estadística, de Contraloría y del Distrito Federal, del Banco de México, de la Confederación de Cámaras de Comercio y de la Cámara de Industriales, de la Asociación de

Administradores de Hoteles, de los Ferrocarriles Nacionales, de las Logias Masónicas y de otras instituciones similares.²¹

Esta Comisión proponía y ejecutaba procedimientos y sistemas con la finalidad de fomentar y desarrollar el turismo nacional. Exhortaba a empresas privadas, instituciones bancarias, empresas ferrocarrileras y de navegación, así como a todas aquéllas cuyos intereses pudieran verse beneficiados con el incremento del turismo a cooperar con el gobierno para el incremento de la industria turística. El objetivo principal de esta organización fue suprimir todas aquellas disposiciones que obstruían el acceso ágil y rápido de los turistas al territorio nacional.²²

Comisión Nacional de Turismo (1930).

El 30 de enero de 1930, se promulgó el Reglamento de la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo, y el 3 de febrero del mismo año, se promulgó su Ley Orgánica.²³ Dos días después, el Licenciado Pascual Ortiz Rubio, tomó protesta como Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

A la creación de esta Comisión, se le otorga personalidad jurídica propia y el presidente de la misma, sería el Secretario de Gobernación. De acuerdo con la Ley y el Reglamento, se fijaron las bases para la formación de comisiones locales de turismo en los

²¹ MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Turismo, una Recapitulación. P. 107.

²² XLVI LEGISLATURA. Los Presidentes de México ante la Nación. T. III. P. 889.

²³ MAC DONALD ESCOBEDO. Op. Cit. P. 109.

estados, con representantes de las autoridades locales, hoteleras y aquellas que tuvieran conexión con el turismo.

El objetivo fundamental de esta comisión, fue el fomento del turismo nacional e internacional, eliminando obstáculos para el desarrollo de la industria turística.

La Comisión se estructuró con una asamblea como órgano supremo, un Comité Ejecutivo, Subcomisiones de Administración, Propaganda y Prensa, Vigilancia y Seguridad, Comunicaciones y Transportes, Turismo Local, Actividades Pro-Turismo, Estadística, Investigación e Integración.

Comisión de Turismo. Comité Oficial de Patronato de Turismo (1933).

La Secretaría de Economía Nacional de 1933, creó una oficina de turismo como una de sus dependencias, y por acuerdo presidencial, el 8 de marzo de 1933, organizó la Comisión de Turismo, integrado por el jefe de la oficina de turismo de dicha Secretaría y los representantes de las actividades industriales y comerciales conectadas al turismo.²⁴

Esta Comisión aplicaba sus servicios al estudio de los problemas relacionados con el turismo, proponiendo soluciones que mejoraran las condiciones de los turistas. Por otra parte, se instituyó un Comité Oficial y Patronato de Turismo, con titulares de la Secretaría de

²⁴ CABALLERO, Gloria. Historia Legislativa del Turismo Mexicano. P. 3.

Gobernación, Relaciones Exteriores, Comunicaciones y Transportes, Hacienda y Crédito Público, Obras Públicas y Salubridad. En 1935, con la reforma de la Ley de Secretarías de Estado, se confirió como atribuciones de la Secretaría de Gobernación, la materia de Turismo.

Consejo Nacional de Turismo. (1935).

Este organismo se crea por decreto de la Comisión Nacional de Turismo,²⁵ que se encontraba integrada por: a) Consejo Patrocinador, integrado por titulares de diversas Secretarías de Estado; b) Consejo Consultivo, compuesto por representantes de empresas, bancos y comercios; c) Comité Ejecutivo, integrado por un presidente, un secretario y un asesor. Por decreto de fecha 20 de abril de 1963, la Oficina de Turismo se transforma en Departamentos de Turismo.

Departamento de Turismo dependiente de la Secretaría de Gobernación (1937).

El 10 de mayo de 1937, se expidió el reglamento de la Ley General de Población. Dicho ordenamientos disponía del Departamento de Turismo, encargado de desarrollar actividades relativas al turismo.²⁶

Las oficinas de Turismo en las entidades federativas, colaborarían con el Departamento de Turismo y éste construiría comités Pro - Turismo y centros de atracción en lugares convenientes, valiéndose de las autoridades y de la iniciativa privada. Las agencias de turismo serían

²⁵ Ibidem. Pp. 3, 7.

²⁶ MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Evolución de la Hotelería Mexicana de 1519 a Nuestros Días. P. 93.

dependencias del Departamento de Turismo y se establecerían en los puestos fronterizos y marítimos de mayor corriente turística.

De igual forma, se señalaron disposiciones que regularían la actividad y a los prestadores de servicios, reglamentando hoteles, restaurantes, alojamientos, transportes, guías de turistas y demás prestadores de servicios, fijando sanciones por violación a dichas disposiciones.

Consejo Nacional de Turismo (1939).

Estaba compuesto por un patronato oficial y comisiones nacionales y locales de turismo. El patronato se integró por titulares de dependencias del Ejecutivo Federal, la Comisión Nacional con representaciones oficiales y privadas y las comisiones locales por representantes de autoridades federales y locales de los municipios y de los organismos privados conectados a la actividad turística.

Esta organización sustituyó a la Comisión Nacional de Turismo en 1935; su objetivo era promover las condiciones necesarias a la existencia, fomento y desarrollo de turismo, constituyéndose en fondo de propaganda con aportaciones privadas y oficiales. Fue una institución de Servicio Social.²⁷

Comisión Nacional de Turismo, Consejo Nacional y Comité Ejecutivo (1947).

²⁷ MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Op. Cit. P. 8.

Durante el sexenio del Licenciado Miguel Alemán Valdés, el 25 de noviembre de 1947, el Congreso de la Unión, expidió la Ley que da origen a la Comisión Nacional de Turismo, para conocer los problemas relativos al turismo nacional y extranjero.²⁸ Dicha comisión se compondría de un consejo nacional, con integración gubernamental de representantes de empresas públicas, la presidencia del consejo la desempeñó el Secretario de Gobernación.

Además del Consejo Nacional, se creó un Comité Ejecutivo, integrado por un presidente, un secretario y tres vocales, designados por el Presidente de la República.

El Reglamento que creó la Comisión Nacional del Turismo, fue expedido el 29 de marzo de 1949. Este Reglamento facultaba a la Comisión a establecer delegaciones de turismo en los puntos geográficos de mayor afluencia turística, así como en ciudades del país y del extranjero, así mismo, regulaba las actividades de las agencias de turismo, de guías de turistas, servicios de transporte, establecimientos de hospedaje y restaurantes además de fijar sanciones por infracciones cometidas al reglamento.²⁹

Dirección General de Turismo y Consejo Nacional de Turismo (1949).

En este año, con fecha 15 de diciembre, se expide la Ley Federal de Turismo, la cual, establecía como facultad de la Secretaría de

²⁸ CABALLERO, Gloria. Op. Cit. P. 8.

²⁹ *Ibíd.* P. 10.

Gobernación, el estudio y resolución de los problemas relativos a la materia de turismo en toda la República. Esta Ley suprime a la Comisión Nacional de Turismo de 1947.

Nace de igual forma, la Dirección General de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo, ésta última para fijar la política general en esta materia. Con esta organización se concreta la actividad administrativa de resolución de los problemas turísticos en una dependencia gubernamental.

Por decreto del Congreso de la Unión, el 14 de Noviembre de 1956, se creó el Fondo de Garantías y Fomentos del Turismo (FOGATUR), cuyo manejo se consolidó en un fideicomiso público, el cual, se encomendó a Nacional Financiera, S.A., formando un patrimonio de 50 millones de pesos, más las asignaciones que anualmente se fijaban, aportaciones de gobiernos de los estados y la de los particulares.

El fondo se rigió por un comité técnico, integrado por representantes del Departamento de Turismo, de las dos Secretarías, de Hacienda y Crédito Público y de Nacional Financiera. Dicho organismo cumplió su tarea de fomento y desarrollo de la actividad turística mediante apoyos financieros a las operaciones celebradas a través del sistema bancario nacional y privado.

Departamento de Turismo (1959).

Durante el período del Lic. Adolfo López Mateos se realizaron varias modificaciones al sistema orgánico del país, siendo las más

sobresalientes las Secretarías del Patrimonio Nacional, de la Presidencia, de Obras Públicas y del Departamento de Turismo.

Este último tiende a mejorar la promoción de una actividad que hasta ese momento había presentado utilidades importantes al país, y que se pretendía aumentara en buena medida con base en métodos modernos y sistemas más eficientes.

De esta forma se crea el Departamento de Turismo (según decreto del 1º de Enero de 1959), como órgano autónomo dependiente del Poder Ejecutivo Federal. La Ley de Secretarías y Departamentos del Estado del 1ro de Enero de 1959 señaló:

"El turismo ha sido considerado en el proyecto como una actividad de especial importancia que requiere estímulo, promoción y fomento debiéndose destinarse a ello los recursos que le corresponden. De ahí que se haya juzgado pertinente crear un departamento específico, con facultades suficientes y medios adecuados para cumplir las funciones que lo concierne."

De ahí podemos determinar el objetivo específico por el que fue creado el Departamento de Turismo (órgano auxiliar del Ejecutivo Federal) que reemplazó la estructura administrativa de 1949.

Consejo Nacional de Turismo (1961).

Independientemente de la existencia del departamento de Turismo, hoy Secretaría, por decreto presidencial, el 8 de Diciembre de 1961,

fue creado como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades federales, el Consejo Nacional de Turismo, cuyas actividades están encaminadas a la elaboración de estudios y promociones turísticas mediante circunstancias que operan sobre el turismo nacional y extranjero.³⁰ Se promulga la Ley Federal de Turismo el 3 de Enero de 1961.

Secretaría de Turismo: SECTUR (1974).

En este período se tomó la decisión de fortalecer la actividad turística y como primera medida el Departamento de Turismo fue sustituido por una Secretaría.

Con esta acción nos podemos dar cuenta que el turismo se vio como fuente de captación de divisas que equilibra la balanza comercial y consolida la autoridad económica. La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal del 22 de Diciembre de 1976, estableció como dependencia de la Administración y despacho de negocios de orden administrativo a la Secretaría de Turismo.

Para ésta época ya se considera que la actividad turística contribuye a la redistribución del ingreso, aumenta la demanda de artículos nacionales, anima e impulsa la inversión en obras de infraestructura, fomenta las industrias tradicionales y promueve el desarrollo en áreas rurales, de igual manera, el turismo tanto nacional como internacional, eleva los niveles de vida en el campo al diversificar las actividades que en él se realizan.

³⁰ CABALLERO, Gloria. Op. Cit. P. 3,4.

La creciente importancia del turismo como vehículo de integración nacional y factor clave de desarrollo económico y social ha determinado que el Ejecutivo Federal haya creado a lo largo de los últimos 40 años diversas formas de organización administrativa para el fomento de dichos servicios, con el objeto de lograr una mejor coordinación de los esfuerzos, la eficiencia de la acción integral y concentrar la visión democrática en su desempeño.

La Secretaría de Turismo es la encargada de formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional; registrar a los prestadores de servicios turísticos; autorizar los precios y las tarifas de los servicios turísticos y vigilar su correcta aplicación; promover zonas de desarrollo turístico nacional y coordinar que la prestación de los servicios turísticos se proporcione conforme a las disposiciones legales aplicables a los términos autorizados o en la forma en que se hayan contratado.

Fondo Nacional del Turismo: FONATUR (1974).

En los años setenta cuando se creó el llamado FOGATUR, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público era quien expedía las reglas para operación de la institución. Así pues, esta institución integrándose con INFRATUR (Fondo de Promoción e Infraestructura Turística), cambió de nombre para denominarse FONATUR (Fondo Nacional del Turismo), el cual se estableció en la Ley Federal de Fomento al Turismo en 1973.³¹

³¹ MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Op. Cit. P. 218.

FONATUR es un fideicomiso público en el que se cuenta con la participación estatal como fideicomisario; como fideicomitente encontramos a los prestadores de servicios que solicitan el apoyo de esta institución y como institución fiduciaria a Nacional Financiera.

Su capital inicial fue integrado con aportaciones del gobierno federal, de gobiernos estatales y municipales, organismos y empresas públicas y particulares, además de absorber los capitales de:

a) INFRATUR: Fondo de Promoción de Infraestructura Turística de 500 millones; y

b) FOGATUR: Fondo de Garantía al Turismo de 300 millones.

El objetivo primordial de FONATUR es de auxiliar y apoyar al inversionista nacional a desarrollar infraestructura, para que puedan ser con el tiempo, propietarios en buena proporción de esta industria. De igual forma promueve la inversión y el desarrollo turístico del país, impulsa la planta turística y regiones prioritarias para diversificar los atractivos del lugar buscando siempre extender la permanencia del visitante.³²

c. La hotelería como factor económico.

Iniciaremos este apartado, dando algunos datos estadísticos que consideramos relevantes, con la intención de comprender la dimensión

³² VILLASEÑOR DAVALOS, José Luis. Derecho Turístico Mexicano. P. 119.

en importancia que tiene el turismo en el mundo. Durante 1999, el turismo internacional registró un movimiento de 662.9 millones de personas e ingresos (excluido el transporte internacional) por 453.4 mil millones de dólares, que representaron un incremento de 4.1 y de 3.0%, respecto del año previo. Las regiones del mundo que, en ese mismo año captaron el mayor número de turistas fueron en orden de importancia Europa: con 59.2%, América con 18.6%, y Asia Oriental/Pacífico con 14.6%, que en conjunto recibieron el 92.4% de la llegada de turistas. En el mismo año, en América, en materia de ingresos destacaron Estados Unidos con 16.4%, Canadá con 2.2%, México con 1.6%, Brasil con 1.0%, y Argentina con 0.6%. De manera conjunta, estos destinos participaron con el 21.9% en función de los ingresos por turismo internacional.³³

Definitivamente, el turismo en nuestro país se ha convertido en un factor primordial para el sostenimiento de nuestra economía, considerando la cantidad tan grande de divisas que se capta por este concepto, así como el número de familias que se sostiene con esta actividad.

Como hemos señalado, el turismo y la hotelería han ido en aumento con el transcurso del tiempo, tan es así que en 1984, el país tenía un promedio de gasto de turismo receptivo de 1,952.7 millones de dólares, y para 1997, dicha cantidad aumentó en gran medida a 5,302.6 millones de dólares, solamente en el turismo destinado a los Estados Unidos de Norteamérica, principal país en derrama económica en el ramo turístico para México. Es claro pues, que esta actividad

³³ INFORME DE LABORES. Secretaría de Turismo. México, 2000. P. 9.

tiene una gran importancia para nuestra economía ya que se considera una de las actividades más productivas.³⁴

Con el paso del tiempo hemos constatado que los industriales, políticos, abogados y el mismo gobierno no creemos lo suficiente en los beneficios que puede acarrear el turismo, es decir, en el ramo jurídico existen ramas del derecho que se consideran inmensamente más importantes que el desarrollo turístico del país, sin tomar en consideración, la importancia económica y social que tiene esta actividad.

La manera en que el turismo ha crecido en los últimos años tanto a nivel nacional como internacional, es suficiente para voltear la mirada a toda una industria que se desarrolla día a día, entre ellas la hotelería, proporcionando trabajo y recursos a millones de personas, ya no como una medida emergente, o una actividad opcional, si no una industria sustentada en el trabajo y cuidado de nuestros recursos naturales.

Nos referimos a este desarrollo tomando en consideración, la magnitud que ha tomado esta industria, que se equipara a las actividades más productivas del país, que es el petróleo, creando empleos y atrayendo divisas importantes que fomentan y benefician en gran medida a la economía de México, situación por demás suficiente para dejar de creer que la hotelería es un simple negocio y considerarlo como toda una industria que requiere del cuidado de nuestras autoridades y protección de nuestras leyes.

³⁴ Estadísticas de Turismo. Secretaría de Turismo. 2000

La ventaja geográfica con que cuenta México, debe de ser desarrollada de una forma inteligente, delineada y estudiada, para que su crecimiento sea paralelo al crecimiento de la oferta de otros países, abarcando los mercados más remotos y ofreciendo la mejor calidad de los servicios.

Esta es la importancia económica que tiene la hotelería en nuestro país, la trascendencia que ha tomado y la proyección que se debe tener hacia el futuro, apoyando la inversión en este sector que se ha visto afectada por la falta de interés de nuestras autoridades, que si bien es cierto existen prioridades, es importante no hacer a un lado los beneficios internos que se podrían adquirir en este ramo, apoyándonos en la experiencia del pasado, para mejorar el presente y así, proyectarnos mejor al futuro.

d. Importancia de la hotelería en México.

Como podemos observar en este estudio histórico que hemos realizado, en el pasado se consideraba al turismo como un lujo para las personas que detentaban la riqueza en nuestro país. Únicamente podía gozar de este privilegio las clases acomodadas de nuestra sociedad que se encontraban en una posición favorecida para hacer gastos de esta especie. Posteriormente, este fenómeno se convirtió en un derecho para los patrones y trabajadores.

Actualmente, debido a la saturación de información y el ritmo de vida que se mantiene en las grandes urbes, este derecho se ha convertido

en una verdadera necesidad, con la finalidad de reducir los índices de estrés y presiones surgidas de la vida cotidiana que aunado a los crecientes niveles poblacionales se ha convertido en una forma de vida para millones de personas.

Es indiscutible que el fenómeno del turismo, ha sobrepasado las expectativas a nivel mundial, en virtud de que actualmente es considerado una de las principales actividades generadoras de divisas y redistribución de la riqueza a nivel mundial, por lo que México no puede ser la excepción. Con el paso del tiempo, la afluencia de turistas a la República Mexicana se ha multiplicado de manera explosiva, creando innumerables fuentes de trabajo y atrayendo al país nuevos capitales extranjeros en razón de los climas y ecosistemas con que cuenta nuestro país.

De acuerdo con resultados obtenidos de la Cuenta Satélite del Turismo de México, elaborada conjuntamente con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), para el período 1993-1998, se estima que la aportación del turismo al producto interno bruto fue de 8.3% en promedio del total nacional y participó con el 6.0% de las ocupaciones remuneradas en promedio del país.³⁵

No se ignora en lo absoluto, la gran utilidad del turismo, como tampoco el hecho de que no es única y exclusivamente empleo del tiempo libre, diversión, holganza, vacaciones, salud, descanso, de hacer compras o efectuar negocios, de trasladarse y permanecer temporalmente fuera del lugar habitual de residencia por motivos

³⁵ INFORME DE LABORES 1999-2000. Secretaría de Turismo. México, D.F. P. 10

ajenos al lucro; no se trata de la simple organización de servicios, empresas e instalaciones idóneas para facilitar los viajes, nos referimos a un fenómeno con profundas raíces humanas, de hombres y mujeres con ansias de brindar a sus iguales lo mejor de sí mismos, de explorar identidades, paisajes y costumbres, de lograr mediante esta actividad, toda una profesión y manera digna y decorosa de vivir.

En México, existe una gran cantidad de hombres y mujeres, que viven de la actividad turística, y que se ha venido acrecentando con el paso del tiempo. Las pequeñas bahías que anteriormente eran un atractivo exótico para un número determinado de personas, se han venido a convertir en grandes megaproyectos o centros turísticos planificados, con inversiones millonarias que constituyen parte importante de la economía de un país.

En lo personal creemos que esta actividad en México es extremadamente importante, ya que representa una industria que se ha venido desarrollando hasta llegar a niveles económicos, sociales, culturales y profesionales muy significativos. Es aquí en lo que radica la importancia del turismo en nuestro país; la necesidad de mantener una actividad que proporcione grandes beneficios económicos y la penuria de millones de personas que ven solventada sus necesidades primordiales con base en la actividad que hoy nos atañe.

C. Diferentes vocablos utilizados para definir a un hostel.

Hemos decidido incluir este inciso, con la finalidad de dejar muy clara la diferencia entre los diferentes vocablos que hemos venido

ocupando, lo que nos será de utilidad en los siguientes capítulos. En el transcurso del tiempo, desde los tiempos más remotos en que se tenga conocimiento de la existencia de la actividad de dar a otros albergue, definido este como *"edificio o lugar en que una persona halla hospedaje o resguardo"*, u hospedar a los viajeros en casas particulares, se han ocupado diversas acepciones con que se nombra a esta tarea.

Comenzaremos señalando los usos más antiguos que hemos venido ocupando, como es el caso de la venta, la cual, la enciclopedia multimedia Salvat, lo define como *"Casa en despoblado, junto a caminos, para hospedaje y viajeros"*, por otra parte tenemos al mesón, que se define como *"establecimiento público donde se alojan huéspedes de paso. Por tipismo restaurante"*. Como podemos observar las denominaciones "venta" y "mesón", son relativos a pequeños establecimientos en los que se ofrece el servicio de hospedaje y alimentos, generalmente en caminos y lugares poco concurridos.

Por otra parte el hostel u hostería se define como *"establecimiento donde se proporciona comida y alojamiento a quién lo paga"*, considerando ya una actividad a la Hostelería, definida esta como *"Industria que proporciona alojamiento, comida y otros servicios, mediante pago, a huéspedes o viajeros"*.

Así pues, el término Hotel significa *"establecimiento de hostelería que puede alojar más o menos cómodamente a un número generalmente no escaso de huéspedes y viajeros"*. Con las definiciones antes

señaladas, podemos afirmar que la diferencia esencial entre *hostal* y *hotel*, consiste en el tamaño del primero, que generalmente es más pequeño que el segundo, pero que en muchas ocasiones es utilizado de manera indistinta.

La legislación española señala otras formas de tipología hotelera. Visto su sistema autonómico, las diferentes reglamentaciones contemplan la posibilidad de que las Consejerías Turísticas, previa petición del interesado, admitan especialidades hoteleras con oferta de servicios de montaña, playa, gran lujo, balnearios, conjuntos históricos, etc., y mejoras en cuanto prestaciones de climatización, escaleras, ascensores, salones sociales, minibar, peluquería, lavandería y planchado.

Por lo anterior, solo es posible citar el lado del hotel propiamente dicho, *el hotel - apartamento* (con posibilidad de conservar, elaborar y consumir alimentos dentro de cada unidad de alojamiento), *el hotel - residencia* (con servicios propios de hotel a excepción del comedor), *el hostal* (alojamiento con o sin servicios complementarios, con o sin entradas, escaleras, ascensores y escaleras de uso exclusivo) y *el motel* (situado en las proximidades del eje de una carretera, estancias breves, entrada independiente desde él y garaje adjunto). Y quedan fuera la simple tenencia de huéspedes con carácter estable y los apartamentos turísticos.³⁶

³⁶ Legislación al Turismo. Ed. Mc Graw Hill. Madrid, España, 2000 p. 202

CAPITULO SEGUNDO

EMPRESA DE TURISMO

A. Concepto.

a. Concepto económico y jurídico de empresa.

Concepto económico de empresa.

La figura de empresa se reconoce como una figura primordialmente de índole económica, cuya naturaleza intrínseca escapa al derecho. Es por esto, que nos limitaremos a señalar algunos conceptos meramente económicos que nos servirán como base para tratar de incorporar una definición desde el punto de vista jurídico.

Dice el maestro Jorge Barrera Graf, que "la empresa... es una figura esencial del nuevo derecho mercantil que consiste en el conjunto de personas y cosas organizadas por el titular, con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de producción o de intercambio de bienes o de servicios destinados al mercado."⁶

Por otra parte, Joaquín Garrigues lo define de la siguiente forma:

⁶ BARRERA GRAF, Jorge. "Instituciones de Derecho Mercantil". Ed. Porrúa. México. P. 82.

*"La empresa es la organización de los factores de la producción con el fin de obtener una ganancia ilimitada."*²

Desde este punto de vista, el concepto de empresa no ofrece ninguna dificultad, pues cualquier hombre de negocios lo podría definir como el conjunto de bienes organizados por el comerciante con fines de lucro.

Concepto jurídico de la empresa.

El maestro Miguel Acosta Romero, llega a la conclusión *"En México la noción de empresa no tiene identidad jurídica propia; si se trata de empresa privada se le identifica con alguna de las formas previstas en el Código Civil, en Ley General de Sociedades Mercantiles o en otras Leyes de Derecho Público, para dar lugar a una persona jurídica colectiva o, en otro caso, se le identifica con el propietario de la empresa, persona física si se trata de las empresas públicas, adoptará cualquiera de las formas de estructura señalada en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.*

Nuestros preceptos legales no formulan un concepto jurídico unitario de empresa; y solamente encontramos disposiciones acerca de los elementos patrimoniales de la empresa. La Ley de Propiedad Industrial del 16 de Mayo de 1902 se preocupaba por la protección de los derechos conexos a la empresa, en su ámbito de competencia legal, como lo es el nombre comercial, marcas, patentes. En cambio,

² GARRIGUES, Joaquín "Curso de derecho mercantil", 7ª edición. Edit. Porrúa, S.A. México; 1977.P. 166.

los demás elementos integrantes del patrimonio de la empresa como las mercancías, el mobiliario, instalaciones, maquinaria y muebles siguen sometidos a las reglas del Derecho Civil y del Derecho Mercantil.

El legislador, de una manera muy sutil ha querido destacar de la empresa el hecho de constituir una unidad patrimonial con vida propia. En nuestro sistema jurídico faltan disposiciones legales que resuelvan los problemas que plantea el arrendamiento de empresa como objeto unitario de derecho, y además sabemos que la voluntad de las partes no es suficiente para convertir a la empresa en un objeto distinto de sus elementos integrantes.

Para intentar llegar a la concepción unitaria de la empresa se parte de un dato de la experiencia, que es la imposibilidad de identificar la empresa con sus elementos patrimoniales aislados; ya que la empresa mercantil es mas que un conglomerado de cosas y derechos.

Si la misión del jurista consiste en dar forma y nomenclatura jurídica a los hechos económicos, habremos de reconocer que frente al hecho de la empresa, los juristas no han llegado a un consenso. Sin embargo los juristas han pretendido transportar intacto el concepto económico al campo del derecho, y en busca de un concepto jurídico se han dedicado a formular las mas variadas construcciones doctrinales. En este capítulo trataremos de comprender ese concepto.

La palabra empresa según el diccionario de la academia de la lengua, proviene del latín "*inprehensa*", que significa cogida o tomada, y da

dos acepciones que encuadran en el concepto jurídico: "Casa o sociedad mercantil o industrial para emprender o llevar a cabo... negocios o proyectos de importancia", "obra o designio llevado a efecto, en especial cuando en él intervienen varias personas".

Por lo que respecta a la primera acepción, el concepto jurídico de la empresa, se refiere a la casa o fondo de comercio; este aspecto patrimonial se relaciona con la expresión francesa *fond du commerce* y que para nosotros significa el caudal o conjunto de bienes de una persona o una comunidad que se establece para realizar negocios; es decir, la actividad del fundador, empresario o titular de la empresa que se desenvuelve con una cierta finalidad, como lo es producir para el mercado, que es a lo que alude la otra acepción del diccionario: una obra o un designio del dueño de la empresa.

De la doctrina italiana podemos tomar la siguiente definición:

"La actividad del empresario consiste en la organización de los distintos factores de la producción, con el fin de producir bienes y servicios para el mercado". El anterior se trata de un concepto económico que el derecho ha acogido a falta de instituciones y elementos jurídicos que pudiera utilizar para explicar esta figura. En este concepto se involucran factores distintos, que si tienen un contenido jurídico propio, que el derecho regula y valora en forma diversa.

La conducta del empresario, por su parte significa la realización de varios actos de carácter mercantil, que lleva a cabo una persona que

según el Código de Comercio es calificada como comerciante: una finalidad de dichas personas que consiste en la producción de bienes y servicios para el mercado, la que a su vez el derecho mercantil toma en cuenta para considerar a los actos y a la figura misma de la negociación, como comercial, es decir, empresa mercantil lucrativa y no de beneficencia, o con fines sociales o culturales únicamente, en fin, que la actividad consista en organizar ciertos factores productivos.

Es frecuente confundir a la empresa con la sociedad mercantil que la organiza y explota; motivo por el cual no se puede confundir el todo con una parte. La empresa es una conducta del hombre, es decir un que hacer, en torno a ciertos elementos materiales e inmateriales, los cuales constituyen el patrimonio de la negociación.

La sociedad es quien realiza la actividad; es decir; la persona que funda y explota la empresa. Se trata de dos conceptos distintos pero inseparables, toda vez que no existe empresa sin empresario, ni este sin aquella. El titular de la negociación es el empresario, figura que puede recaer tanto en una persona física, como en una persona moral (o de un grupo de aquellas o de estas); una sociedad privada o pública, así como el Estado y entes públicos como son las Sociedades Nacionales de Crédito, o bien, organismos descentralizados y empresas de participación estatal.⁸

También se confunde a la empresa con la hacienda, o sea, con su patrimonio. Recordemos que la empresa no es solamente el conjunto

⁸ BARRERA GRAF, Jorge. "Instituciones de Derecho Mercantil". Ed. Porrúa. México. P. 92.

de bienes o derechos aportados por el empresario y organizados con una finalidad, sino que también se trata de la actividad misma y la organización de todos los bienes, que constituye un elemento adicional de la empresa con un valor propio que se denomina aviamiento y que se relaciona con la clientela de la negociación.

Como es el caso del empresario, la hacienda es elemento esencial de la negociación, de tal suerte que si ella desaparece se haría imposible la empresa, salvo que con la hacienda se transmita también la actividad misma del empresario, y que solo sea sustituida la persona titular de la negociación.

El derecho reconoce diversas clases de empresas: según que su titular sea sujeto de derecho privado o bien de derecho público, por lo tanto se habla de empresas privadas o públicas; y según la naturaleza de la actividad a que se dediquen, por lo tanto puede hablarse de empresas agrícolas, industriales fabriles o manufactureras, comerciales, turísticas etc.⁹

Dentro del contenido de nuestra legislación mercantil no encontramos el significado de la palabra empresa, como tal, sino que podemos observar el de "*acto de comercio*", desconectado de la organización económica en que tales actos son producidos. La importancia de conocer el significado de la palabra empresa para el derecho mercantil se funda en ser presupuesto de la figura del empresario, en el hecho de que su actividad externa delimita el contenido del derecho

⁹ Instituto de Investigaciones Jurídicas. "Diccionario Jurídico Mexicano". Ed. Porrúa. P. 1262 a 1264.

mercantil y en que la empresa es cada vez más importante y objeto del tráfico jurídico. No debemos olvidar que el derecho mercantil no penetra en la organización interna de la empresa; toda vez que esta disciplina se concreta a dictar normas sobre la contabilidad, sobre sus signos distintivos, su patrimonio mercantil y los auxiliares que utiliza el empresario para su explotación; por lo tanto concluimos que el derecho mercantil no es sinónimo de derecho de empresa.

El autor Joaquín Garrigues afirma que cuando nazca un verdadero derecho de empresa es muy probable que no sea íntegramente derecho mercantil.

Finalmente, resulta interesante observar que el artículo 75 del Código de Comercio contiene una contradicción en virtud de lo establecido por el mismo ordenamiento, pues el enunciado expresa: "La ley reputa actos de comercio" con la lectura de dicho artículo, se observa que siete de sus 25 fracciones habla de empresa y como hemos dicho, la empresa no tiene una noción jurídica, por lo menos en México.¹⁰

b. Las construcciones jurídicas de la empresa.

La empresa como persona jurídica.

No debe parecernos extraño que se le haya atribuido a la empresa el carácter de persona, si tomamos en cuenta que se trata del recurso unificador por excelencia. Según esta doctrina, la empresa no es un

¹⁰ ACOSTA ROMERO, Miguel, Nuevo Derecho Mercantil. Ed. Porrúa. México, D.F. ,2000,p.266

simple conjunto de bienes. A la fusión de todos los elementos aislados correspondería una completa independencia jurídica y el nacimiento de un sujeto nuevo con vida propia.

Por lo tanto concluyen que el negocio hace al comerciante, que el negocio es el verdadero portador del crédito. Esto quiere decir que el cambio de titular de la negociación es intrascendente.

Pero todos los días vemos casos en los cuales la muerte del titular de la empresa, causa la quiebra o al menos la baja en los ingresos de la misma. Esta doctrina que atribuye personalidad jurídica a la empresa, renace modernamente a causa de la confusión de ciertos autores entre empresa y sociedad; pero sabemos muy bien que no debemos confundir estos términos, toda vez que la sociedad mercantil es la persona jurídica encargada de la explotación de la empresa o al menos de los factores de la producción. Esto significaría confundir el todo con una parte de la misma.

La empresa como patrimonio separado.

Se ha intentado construir la empresa como un patrimonio separado o patrimonio de afectación, porque se trata de un patrimonio autónomo, distinto del patrimonio civil del comerciante, definido por su finalidad y cerrado en sí mismo; cuenta con su administración propia; suele tener un nombre especial y una especial representación y tiene siempre capacidad para las relaciones jurídicas frente a terceros.

El comerciante aparece con una doble personalidad; como comerciante y no comerciante y viene a ser titular de dos patrimonios distintos. La realidad de la vida mercantil demuestra la falta de autonomía del patrimonio mercantil. Existe cierta autonomía desde el punto de vista contable; pero los preceptos legales positivos vigentes rechazan el concepto jurídico de patrimonio separado, toda vez que al patrimonio mercantil no se le ha dado la nota característica de ser separado y autónomo.

En la práctica podemos ver que la quiebra de un comerciante puede ser provocada por deudas de origen civil y afectando a todo el patrimonio del deudor común. El patrimonio mercantil no cuenta con deudas propias, sino que responde de toda clase de deudas, sin diferenciar que sean estas civiles o mercantiles, e inclusive cuando un comerciante tiene varios negocios mercantiles, los acreedores pueden dirigirse de manera indistinta contra todos ellos, aunque los créditos se deriven de la explotación de un negocio determinado. Otro ejemplo lo vemos en la sucesión del comerciante; ya que se confunden en una sola herencia el patrimonio civil y el mercantil.

La empresa como universalidad.

Se discute si se trata de una universalidad de hecho, es decir, un conjunto de cosas variables según la voluntad de quién las ha unido, y reconocidas por el derecho como unidad jurídica, o puede ser una universalidad de derecho, dado que la empresa comprende igualmente derechos. Actualmente se vuelve a considerar a la

empresa como una universalidad de cosas, entendida como la reunión física o económica de elementos que la legislación considera, al menos en ciertos aspectos, como entidad única, sometida a una disciplina nueva y diversa de aquella que es propia de los elementos aislados. Es cierto que no existe texto legal alguno que reconozca a la empresa como un todo invisible.

La empresa como actividad.

Para esta construcción, en el fenómeno económico de la empresa existen dos aspectos diferentes: la empresa, o actividad económica del empresario, y la hacienda o establecimiento que se integra por el conjunto de medios instrumentales con los que aquel realiza su actividad económica.

Por lo tanto, la empresa no es un conglomerado de elementos de distinta naturaleza, y organizados y unidos por un vínculo, que sería la finalidad económica. Se trata sin embargo del ejercicio profesional de una actividad económica organizada con la finalidad de actuar en el mercado de bienes y servicios. Pero concebir a la empresa únicamente como una actividad es errónea, toda vez que si es cierto que la actividad del empresario y de sus colaboradores, ha dado paso a la creación de la empresa sin embargo esta actividad no representa a la empresa misma. La empresa es la organización de la actividad de los sujetos, y además incluye un conjunto de elementos de naturaleza distinta sobre los que se vierte la actividad organizada.

La empresa como organización.-

Esta estructura separa dos conceptos que en las otras teorías se confunden, se trata de la empresa y del patrimonio de la misma. Las teorías patrimoniales de la empresa confunden a esta con el conjunto de derechos y obligaciones. Pero en la realidad podemos observar que la empresa mercantil es mas que los edificios en que se encuentra ubicada, o de las maquinas o muebles que utiliza, de los bienes o servicios que produce o vende, y en general de todos los bienes patrimoniales puestos al servicio de la explotación comercial. Inclusive, estos bienes pueden ser destruidos y continuar la vida de la empresa, sin embargo los elementos materiales pueden aun subsistir cuando la empresa ha dejado de existir.

Otro ejemplo lo encontramos cuando vemos la venta de una empresa, y el precio sobrepasa el valor de los bienes materiales que se transmiten; por lo tanto se debe destacar el lado espiritual o inmaterial de la empresa como negocio. En este sentido, encontramos en un sector de la doctrina que quiere encontrar la esencia de la empresa mercantil dentro de sus elementos sui generis; es decir, en las relaciones de hecho, y que no se trata de cosas ni de derechos, sino componentes económicos de la empresa. Los elementos patrimoniales no son fundamentales en el concepto de empresa.

La empresa es algo que sobrepasa al conjunto de bienes o patrimonio con que cuenta; por lo tanto es sencillamente la organización de los medios de producción y una ocasión asegurada de venta. Estos dos factores son los que constituyen el valor del precio a la hora de la

venta o del arrendamiento de una empresa. La empresa no es una cosa corporal, pero mediante su organización penetra en el mundo de las manifestaciones visibles.

En este sentido se afirma que el elemento decisivo de la empresa es su organización espiritual, o sea el ordenamiento de los factores reales y personales de la producción; motivo por el cual la empresa es una energía viviente que crea valores, cuya existencia como organización se encuentra ligada a la persona y al mantenimiento de su explotación. El fundamento jurídico de la tutela de la empresa lo encontramos en la necesidad de protección al trabajo desarrollado en ella y que crea su valor.

La idea organizadora es la que vincula a los elementos patrimoniales entre sí, dotándoles de un valor superior a la suma de los valores aislados. Pero la idea organizadora, no puede transmitirse con independencia de los elementos que la materializan. Tampoco puede ser objeto de tráfico jurídico el conjunto de actividades, ni el trabajo que crea la empresa.

En la práctica, estos elementos no se compran ni se venden, aunque legalmente puedan ser objetos de un contrato. La empresa es un conjunto organizado de elementos distintos, los cuales no se funden entre sí, no pierden su individualidad, y aun la conservan constituyendo un objeto de distintos derechos. En virtud de que la empresa es importante como unidad económica, la ley la protege, defendiendo el principio de la conservación de la empresa como más favorable a la economía nacional. Pero aun no existe precepto legal

alguno que conceptúe a la unidad económica conocida como empresa, ni como patrimonio, ni como organización.

Para afirmar que el organismo económico que constituye la empresa ha sido reconocido por el derecho como un todo unitario, sería preciso encontrar en la ley la configuración de la empresa como un objeto jurídico único, del cual los derechos conexos a la empresa serían considerados como partes constitutivas; la transmisibilidad como un solo objeto; la protección de la organización como creación del empresario; la conservación de la unidad de la empresa y la defensa contra su desmembración o su liquidación antieconómica.

c. Identificación de los conceptos jurídico y económico de empresa.

Cuando los juristas definen a la empresa lo hacen operando con alguno de sus elementos, por lo tanto la empresa como unidad escapa al análisis de los mismos, quienes al definirla se limitan a tomar la parte por el todo. Debemos tomar en cuenta que la empresa es un conjunto de actividades regido por la idea organizadora del empresario actuando sobre un patrimonio y dando lugar a relaciones jurídicas y a otras de puro hecho. La empresa es un concepto dinámico mientras que su patrimonio es un concepto estático, y toda empresa en funcionamiento es un conjunto dinámico de elementos distintos integrados por cosas corporales, derechos y relaciones materiales de puro hecho, pero esta organización no es sujeto de derecho, ni universalidad de hecho o de derecho, ni se trata de una individualidad jurídica.

Los distintos elementos que componen a la empresa se encuentran unidos por el vínculo de la identidad del destino económico, que es suficiente para que la voluntad de las partes considere unitariamente a la empresa en los actos de disposición intervivos sometiendo a todos los elementos que la componen a las mismas mutaciones jurídicas. Pero esta voluntad es insuficiente para convertir a la empresa en un ente o nuevo objeto unitario de derecho.⁶

Por las razones anteriormente apuntadas, y para los efectos del presente trabajo consideraremos a la empresa como al "conjunto organizado de elementos heterogéneos movidos por la idea rectora del empresario, por la actividad de este y de sus colaboradores".

Con una idea muy similar el autor Roberto Mantilla Molina⁷ conceptúa a la negociación mercantil como " el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósito de lucro".

d. Complejidad para definir a la empresa de turismo.

Vista la dificultad en que nos encontramos al tratar de definir a la empresa, la misma se complica un poco más, toda vez que para los propósitos del presente capítulo debemos tratar de explicar al lector lo que se podría entender por una empresa de turismo, tomándolo como

⁶ GARRIGUES, Joaquín "Curso de Derecho Mercantil", 7ª edición. Edit. Porrúa. México. P. 166 p.176.

⁷ MANTILLA MOLINA, Roberto, "Derecho Mercantil", 28ª. Edición. Edit. Porrúa, S.A. México 1992 p. 105

una premisa mayor, para posteriormente definir y particularizar este estudio en el concepto de empresa hotelera.

Uno de los principales conceptos a definir en este trabajo es el término "turismo", por lo que iniciaremos mencionando varios conceptos de esta palabra por diferentes autores, para lograr un enfoque de dicho vocablo.

Conforme al Diccionario de la Lengua Española, podemos entender por turismo *"la afición a viajar por gusto de recorrer un país o parte del mismo y a la organización y medios para realizar estos viajes"*.⁸ Por otra parte, el Diccionario Larousse, define a la palabra turismo como *"la afición a los viajes de recreo"*.⁹ El autor Enrique Pérez Bonn, en su libro Tratado Elemental de Derecho Turístico, cita una definición global de turismo del Dr. Paul Berneker, diciendo: *"Por turismo entendemos el conjunto de relaciones y actividades relacionadas con el movimiento transitorio y voluntario de forasteros por motivos no profesionales ni de negocios"*.¹⁰

Desde el punto de vista administrativo, podemos decir que el turismo es un fenómeno vinculado directamente con las condiciones sociales, económicas y tecnológicas de cualquier país en que se genere desplazamientos de viajeros.

⁸ Diccionario de la Lengua Española.

⁹ Diccionario Larousse. Ediciones Larousse. México 1992.

¹⁰ PEREZ BONN, Enrique. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Madrid 1978. P. 81.

Nuestra Carta Magna, señala en su artículo 11 de forma literal:

"Todo hombre tiene derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes. El ejercicio de este derecho está subordinado a las facultades de la autoridad judicial en los casos de responsabilidad criminal o civil, y a las de la autoridad administrativa por lo que toca a las limitaciones que impongan las leyes sobre migración, inmigración y salubridad general de la República, o sobre extranjeros perniciosos residentes en el país".

Este precepto constitucional consagra tanto la libertad de tránsito, como la libertad de residencia, ambas de diversas expresiones y contenidos. Con relación al tema que estamos desarrollando, nos interesa profundizar en la libertad de tránsito, sin embargo no está de más decir que la **libertad de residencia** se refiere *"a la facultad de todo individuo para establecer su residencia o morada, permanente o transitoria, en cualquier parte del territorio nacional".*¹¹

Por su parte la **libertad de tránsito** se refiere a la *"facultad de que disfruta todo individuo para desplazarse por el territorio del país sin necesidad de autorización o permiso previos de la autoridad, pasaporte o salvoconducto, o cualquier otro requisito para entrar y salir del país".*¹² Dichas libertades únicamente se ven limitadas por

¹¹ INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURIDICAS. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo 1. Ed. Porrúa. UNAM. P. 106

¹² IDEM

disposición de la autoridad judicial, lo que da la libertad total al individuo, de poder desplazarse de un lugar a otro por el territorio nacional, para conocer, descansar y desarrollar el turismo sin necesidad de permisos especiales, lo que ha permitido el desarrollo de la industria turística en su totalidad.

La Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario Oficial de fecha 31 de diciembre de 1992, no plantea una definición de turismo, sin embargo, maneja el término de diversas formas, como es el caso de su artículo tercero, el que define al **Prestador de Servicio Turístico**, de la siguiente manera: *"es la persona física o moral que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta Ley"*. De igual forma, define el término **Turista** como *"la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de sus servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población"*.

En este último caso, consideramos que no está de más, hacer la distinción entre el término **"turista"** y **"extranjero"**, término, éste último, que podemos encontrar en la fracción IV del artículo 2º de la Ley de Nacionalidad,¹³ el cual señala como extranjero a *"aquel que no tiene la nacionalidad mexicana"*. Finalmente, la misma Ley Federal de Turismo, en su artículo 4º, señala quienes son los que se consideran servicios turísticos, señalando a los siguientes: *"I Hoteles, moteles,*

¹³ DOF. 23 de enero de 1998.

albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas. II Agencias, subagencias y operadores de viajes. III Guías de turistas, de acuerdo con la clasificación prevista en las disposiciones reglamentarias. IV Restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares que se encuentren ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas... así como aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas. V Empresas de sistema de intercambio de servicios turísticos”.

En razón de lo anterior, se deriva el hecho de considerar en este trabajo al turismo como una premisa mayor, y a la hotelería como premisa menor, es decir, la primera y el género y la segunda es la especie.

Finalmente, la fracción VIII del artículo 75 del Código de Comercio, establece que *“La ley reputa actos de comercio: Fracción VIII.- La empresa de transporte de personas o cosas por tierra o por agua, y las empresas de turismo”.*

Con todos los conceptos aquí recopilados, podemos señalar que la empresa de turismo es el conjunto de elementos heterogéneos, motivados por la dirigencia del empresario turístico, y con el propósito de desarrollar la actividad turística, proporcionando, intermediando o contratando los servicios destinados a proveer de servicios turísticos a través de cualquier medio que sea considerado así, dirigido a

personas que viajan desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual.

B. Elementos.

a. Elementos personales.

Cita Mario Bauche que para Jorge Barrera Graf¹⁴ el elemento esencial y el elemento más importante de la negociación, es el empresario, o sea el titular de la empresa, que es la persona que organiza esta y que a nombre propio realiza una actividad económica tendiente a la producción y, generalmente a la obtención de utilidades.

De manera simultánea y de manera conjunta con el empresario existe el personal de la empresa, entendidas estas, como el conjunto de personas que colaboran con el titular, tanto en la organización como en la producción que le son propias a la empresa; todos ellos subordinados al empresario. Algo característico de los auxiliares del empresario es su dependencia hacia el mismo.

Pero existe otro conjunto de personas que no se encuentran supeditados a ningún comerciante particularizado y desarrollan su actividad a favor de quién se lo pague. Se trata de auxiliares de la empresa en general y se caracterizan por su independencia.

El empresario.

Existen dos clases de empresario:

- A) El individual;
- B) El colectivo.

Es más importante para el estudio que nos ocupa, y tratándose de la realidad de la empresa hotelera en nuestro país, que hablemos del empresario colectivo, el cual se constituye como cualquiera de todas las sociedades mercantiles, y que se encuentran reguladas por la Ley General de Sociedades Mercantiles. De estas sociedades, se trata la sociedad anónima de la que nos ocuparemos en el capítulo cuarto del presente trabajo, con la finalidad de profundizar más en el tema.

Los auxiliares de la empresa.

El empresario se sirve necesariamente para cumplir con el objeto de la empresa, de la colaboración de otras personas. Son distintas las actividades en que se va a ocupar a estos auxiliares, tanto en los organismos económicos que se pueden considerar como grandes empresas, como en las empresas más modestas.

La mayoría de los tratadistas están de acuerdo en las dos divisiones que se hace de los auxiliares de la empresa, según la subordinación o independencia que tengan en relación con el empresario, objetivo primordial de la creación del organigrama interno, herramienta

¹⁴ BAUCHE GARCIADIEDO, Mario. "La Empresa". Ed. Porrúa. México 1983. P. 175.

fundamental para la ubicación de puestos y definición de funciones en la empresa hotelera.

Algunos catalogan a los auxiliares del comerciante, a aquellos que cuentan con una dependencia económica del patrón, y se rigen por la legislación laboral, a quienes se puede llamar como *auxiliares dependientes*.

Los que no se encuentran subordinados al empresario, son los denominados auxiliares del comercio en general, o bien auxiliares independientes.

Bauche Garciadlego¹⁵ cita a Mantilla Molina en el sentido de afirmar que los auxiliares dependientes se encuentran subordinados al comerciante, al cual prestan sus servicios de modo exclusivo; mientras que los auxiliares independientes no se encuentran supeditados a ningún comerciante, y realizan su actividad a favor de la persona que así lo solicite, siendo así propiamente auxiliares del comercio en general, y no solamente de un comerciante.

Este autor prefiere llamar a los trabajadores dependientes, como "auxiliares del empresario", y a los independientes prefiere llamarlos "auxiliares de la empresa", y menciona a los corredores libres, corredores titulados, los agentes de comercio, los comisionistas y los contadores públicos. Entre los ayudantes del empresario tenemos a los factores, los contadores privados, los dependientes, los viajeros, los agentes de ventas y los demás trabajadores de una empresa.

¹⁵ Ibidem. P. 176.

Auxiliares independientes.

Los corredores titulados.

El autor citando a Mantilla Molina¹⁶ dice que: *"La función primitiva del corredor es por mutua relación a las personas interesadas en celebrar un contrato, o si prefiere, buscar la persona que, al concertar el correspondiente negocio jurídico, puede satisfacer las necesidades manifestadas por otra"*.

Se ha empleado la intervención del corredor para el perfeccionamiento de los contratos, y se emplearon sus servicios no solo para concertarlos, sino para todas aquellas cuestiones que se relacionaran con los mismos. Fungía como intermediario entre personas que hablaban distintos idiomas. Por estas y otras razones es que el corredor dejó de ser únicamente mediador mercantil, agregándose a estos la de perito y fedatario en esta materia.

Aunque cualquier persona de manera ocasional puede servir de mediador entre las partes en un contrato, no por ello se le puede considerar perito y fedatario; porque para ello debe poseer los conocimientos necesarios y estar dotado de honorabilidad e independencia tales que lo hagan digno de honorabilidad en su dicho. Por las razones anteriormente apuntadas podemos distinguir entre un corredor libre y uno titulado. El primero puede desempeñar las funciones de mediación, y el segundo como perito mercantil y

¹⁶ Ibidem. P. 177.

depositario de la fe pública en materia mercantil, solo pueden ejercer sus funciones después de haber comprobado ante las autoridades que reúne los requisitos de ciencia y de moralidad necesarias.

Hasta el día 29 de Diciembre de 1992, los corredores públicos estaban regulados por el Título Tercero del Código de Comercio, que iba del artículo 51 al 74, mismo que fue derogado en esa misma fecha mediante la publicación de la Ley Federal de Correduría Pública.

Corredor Libre.

Sin embargo nada prohíbe que la existencia de corredores libres, y el autor Mantilla Molina, quien es citado por Bauche Garcíadiego¹⁷, se refiere a ellos como intermediarios libres, con la facultad de poder actuar como intermediarios para la celebración de contratos mercantiles, con la prohibición expresa de que ostenten la denominación de "*corredor*". El intermediario libre no tiene prohibido ejercer el comercio; por actos distintos de la correduría puede llegar a adquirir el carácter de comerciante. Por ser lícita su intermediación, genera a su favor un derecho al cobro de honorarios.

Los agentes de comercio.

Son mandatarios que a título de profesión habitual e independiente, sin encontrarse sujetos a un contrato de prestación de servicios, negocian y concluyen compras, ventas o prestaciones de servicios a

¹⁷ Ibidem. P. 181

nombre y por cuenta de los productores, de industriales o comerciantes. Visto desde el punto de vista del marco hotelero, estos agentes se materializan en las Agencias de Viajes.

La Independencia característica del agente de comercio trae como consecuencia que no sea considerada propiamente como un trabajador. Por lo tanto el agente mercantil es un agente del comercio y no del empresario, ya que sus funciones no se limitan a coadyuvar con uno determinado, sino con tantos como lo permitan las circunstancias.

Agente de comercio es "*aquella persona física o moral, que de modo independiente se encarga de fomentar los negocios de uno o varios comerciantes*".¹⁸ Una nota del concepto de agente de comercio es que su actividad va encaminada a fomentar los negocios de uno o varios comerciantes; por lo que se infiere que su interés es paralelo al de los comerciantes; mientras que el corredor debe mantenerse imparcial, puesto que su misión es la de poner en contacto a las partes y no favorecer los intereses de una de ellas.

Bauche Garcadiégo, citando a Mantilla Molina indica que dada la vinculación de intereses que existen entre el comerciante y el agente, y en atención a que este último en muchas ocasiones renuncia a realizar negocios similares a los de aquel de quién es agente, frecuentemente se le concede el derecho de "exclusiva" respecto de una determinada área geográfica.

¹⁸ Ibidem. P. 182.

Esta exclusiva puede contener, la renuncia del comerciante a:

- 1) Otorgar el carácter de agentes a otras personas en el territorio de que se trata;
- 2) La renuncia a gestionar negocios sin intervención del agente, aunque reservándose el derecho de aceptar los propuestos espontáneamente por personas residentes en el territorio de que se trata;
- 3) La obligación de no contratar sin intervención del agente, o al menos, la de abonarle la cantidad pactada sobre todos los negocios celebrados en el territorio respectivo y que han de ejecutarse en él, aunque se hubieren perfeccionando sin intervención del agente.

La exclusiva no es nota característica del contrato de agencia; pero se puede celebrar y es frecuente que así se haga.

Los comisionistas.

Comisionista es aquel que actúa en su propio nombre y bajo un nombre social por cuenta de un comitente. El autor citando a Mantilla Molina se refiere al concepto legal de comisionista como aquella persona que desempeña una comisión; y lo diferencia de aquella persona que ofrece al público encargarse de las comisiones que le confieran, y que, por lo tanto, las desempeña habitualmente.

En este mismo sentido comulga la redacción de nuestro Código de Comercio, que en su Artículo 275 declara que es libre el comisionista para aceptar o no el encargo que se le hace, y se refiere a una persona que aún no ha aceptado la comisión, y que en consecuencia

no puede ser considerado como comisionista en el sentido del Artículo 273.

Es indudable que el comisionista profesional, es un auxiliar del comercio, en cuanto facilita la realización de los actos de comercio que se le encomiendan; a su vez es considerado como un auxiliar independiente, puesto que presta sus servicios a los comerciantes en general y no a uno determinado.

Contadores públicos.

La Ley General de Sociedades Mercantiles lo contempla, también lo hace la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, la Ley Orgánica del Banco de México.

Todos estos ordenamientos hacen referencia al Contador Público Titulado, bien para exigir su intervención en determinados actos legalmente obligatorios, o necesarios para la validez de ciertos negocios jurídicos, o bien señalando este requisito para desempeñar determinado cargo.

La diferenciación entre contador público y el privado no se debe basar únicamente en el título académico, que si es necesario para el ejercicio de las funciones de contador público, no es necesario para caracterizarlo, pues en ocasiones ocurre que personas con título académico ejercen como contadores privados, en virtud de emplear sus conocimientos para organizar y dirigir la contabilidad de un comerciante del cual dependen; mientras que el contador público en

sentido estricto es un auxiliar independiente que no puede estar supeditado a ningún comerciante, pues la ley le confiere determinadas funciones en atención a su independencia y uno solo a sus conocimientos técnicos.

Auxiliares dependientes.

Los factores.

Serán considerados factores los que ejerzan la dirección de alguna empresa o establecimiento fabril o comercial, o estén autorizados para contratar respecto de todos los negocios concernientes a dichos establecimientos mercantiles o empresas, por cuenta y en nombre de los propietarios de los mismos como lo reza el Artículo 309 del Código de Comercio. En la hotelería, la figura del factor descansa en el gerente general del establecimiento.

Los factores negociarán y contratarán siempre a nombre de su principales, expresándolo así en los documentos que con tal carácter suscriban, con la facultad de contratar también en nombre propio. Solamente con la autorización de su principales, podrán los factores traficar o interesarse en negociaciones del mismo género de las que hicieron en nombre de sus principales.

En todos los contratos en que hayan firmado los factores en representación de sus principales, dejarán obligados a estos últimos y a responder con sus bienes. Cuando el factor contrate en nombre propio, pero por cuenta del principal, la otra parte contratante podrá

dirigir su acción en contra del factor o del principal. Siempre que los factores celebren contratos sobre objetos comprendidos en el giro de que están encargados, se entenderán firmados por cuenta del principal, aun cuando el factor no lo hubiera expresado así al celebrarlos, haya transgredido sus facultades o cometido abuso de confianza.

De esta misma manera obligan al principal los contratos celebrados por su factor, aun siendo ajeno al giro de que este se encargue, siempre que haya obrado en nombre del principal, o que este los haya aprobado con hechos positivos.

Los poderes conferidos a un factor se reputarán subsistentes mientras no le fueren expresamente revocados o haya sido enajenado el establecimiento del cual se encontraba encargado. Los actos y contratos ejecutados por el factor serán validos respecto de su principal, mientras no llegue la noticia al factor de la revocación del poder o la enajenación del establecimiento o empresa de que estaba encargado; y con relación a tercero, mientras no se haya cumplido, en cuanto a la revocación del poder, la inscripción y publicación de ella.

Como ya se vio, nuestro Código de Comercio considera Factores a los que tengan la dirección de alguna empresa o establecimiento comercial; o se encuentren autorizados para contratar respecto a todos los negocios concernientes a dichos establecimientos, por cuenta y en nombre de los propietarios de las empresas.

Los factores, son auxiliares dependientes del empresario; tienen la dirección de alguna empresa y son denominados "*gerentes*", o que sin ostentar este título, están autorizados para contratar respecto de todos los negocios relativos a la empresa.

Mario Bausche¹⁹ citando a Mantilla Molina dice que el Artículo 310 del Código de Comercio parece exigir la forma escrita para el otorgamiento del poder a favor del factor; pero considera que la omisión de tal forma no es oponible a terceros de buena fe, y que la exigencia de la formalidad rige únicamente las relaciones entre el principal y el factor. Por esta razón el autor argumenta encontrarse completamente de acuerdo con el jurista Mantilla Molina, toda vez que la solución que este propugna protege los intereses del tráfico comercial de buena fe, y concuerda con las modernas tendencias de dar efectos, respecto de terceros, a la apariencia jurídica.

La estabilidad es una nota característica, ya que la representación que se otorga a los factores no concluye por muerte o incapacidad del poderdante, toda vez que los poderes concedidos a un factor se estimarán subsistentes mientras no le fueren expresamente revocados, como lo expresa el Artículo 319 del Código de Comercio.

La amplitud del poder también es una nota distintiva, porque el código de la materia considera propio de estas figuras, que tengan autorización para contratar respecto de todos los negocios concernientes a una empresa o estén al frente de una de ellas

¹⁹ *Ibidem*. P. 186.

dirigiéndola, con lo que tienen las mismas facultades de contratar respecto de los negocios que la conciernan. Además, cuando un factor contrata sobre objetos comprendidos en el giro o en el tráfico de que está encargado, la operación recae sobre el principal, aunque hubiera transgredido sus facultades o hubiera cometido abuso de confianza. Esto significa que los límites que el comerciante señale al factor, al colocarlo al frente de un establecimiento, no tienen eficacia frente a terceros, a los que basta la apariencia que resulta del hecho de estar al frente de una negociación, para que consideren existente la capacidad de contratación en todo lo que concierna a la empresa, salvo los casos en que exista la mala fe del contratante.

Mantilla Molina indica que esta solución le parece la más adecuada a las necesidades del comercio, toda vez, que, las personas que contraten con el factor no pueden estar examinando los poderes, y cuya buena fe conduciría a resentir graves daños o perjuicios en caso de que se anularan los actos jurídicos del factor en exceso de sus facultades. Al mismo tiempo el principal puede prever los peligros de los abusos del factor escogiendo con cuidado a la persona a quién se confiere tal carácter y exigiéndole que garantice adecuadamente su manejo.

Agrega que es válida la limitación de poderes al factor, cuando se trate de la suscripción de letras de cambio, pagarés o cheques, ya que el Artículo 85 de la LGTOC al establecer que los administradores o gerentes de sociedades o negociaciones mercantiles se reputan autorizados para suscribir letras de cambio, e indica como límites a tal autorización los que señalen los poderes o estatutos respectivos.

Esta limitación es aplicable a los cheques y al pagaré, con fundamento en los Artículos 174 y 196 de la ley de la materia. Las limitaciones permitidas por el Artículo 85 de la LGTOC regirán siempre y cuando no se dé la hipótesis prevista en el Artículo 11 de la misma ley y que dice que "*quien haya dado a lugar, con actos positivos o con omisiones graves, a que se crea, conforme a los usos del comercio*"²⁰, que su factor esta facultado para suscribir títulos de crédito, aún mas allá de las limitaciones contenidas en su apoderamiento, deroga tácitamente estas limitaciones, y restablezca la regla general contenida en el Artículo 85, o sea, la de plenitud de facultades del gerente para suscribir cambiales y cheques.

Los contadores privados.

Mario Bausche haciendo alusión al jurista Roberto Mantilla explica que el comerciante puede otorgar la facultad para que lleven sus libros de contabilidad a contadores privados; personas a quienes se les confía tal obligación. El contador realiza actos jurídicos y no únicamente materiales; inclusive puede considerársele como un representante del principal; pero se trata de un tipo de representación hasta ahora descuidada por la doctrina; esta representación es a favor de la persona que tiene a su cargo una comprobación de hechos.

La distinción entre un contador público de una privado, como ya se dijo anteriormente no obedece al título académico, sino a las funciones desempeñadas. Cualquiera que sea la terminología que se

²⁰ Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Ed. Sista. México, 2000. P. 170.

use, es indiscutible la existencia de dos actividades; una como profesionista al servicio del público, y otra como auxiliar de un comerciante determinado y subordinado a este.

Los dependientes.

El Código de Comercio reputa como dependientes a los que desempeñen constantemente alguna o algunas gestiones propias del tráfico, en nombre y por cuenta del propietario de este. Los Artículos 321, 322 y 324 ordenan que los actos de los dependientes obligarán a sus principales en todas aquellas operaciones que estos les hubieran encomendado, incluyendo el cobro del importe de las ventas, y la recepción de mercancías que el dependiente hiciera.

Citando a Joaquín Rodríguez²¹ expresa que con relación a las anteriores disposiciones legales, señala como dependientes mercantiles a aquellas personas que permanentemente prestan sus servicios a un comerciante en actividades propias de su giro comercial. Por su misma naturaleza se trata indudablemente de personas físicas, prestan su trabajo en beneficio del comerciante, ligados por un contrato, con la finalidad de obtener una remuneración a cambio de una posición subordinada. El autor afirma que para que haya una dependencia mercantil se requiere de una relación estable, permanente. Y si faltara la estabilidad existiría contrato laboral, pero no dependencia mercantil; porque para la existencia de los

²¹ BAUSCHE GARCIA DIEGO, Mario. "La Empresa". Op. Cit. P. 190.

dependientes mercantiles es necesaria una incorporación a la empresa, en la que integren sus energías de manera continua.

La prestación del trabajo debe realizarse a favor de un comerciante, sin importar que sea esta persona física o moral; pero es indispensable que los servicios sean los propios de una negociación comercial y propios de una empresa. Afirma el autor que el concepto de dependiente implica una idea de relación con el público, no siendo así nos encontraríamos frente a la figura de un trabajador o empleado, pero no dependiente.

Se trata de cargos de desempeño personal con el derecho a que se les reembolsen los gastos erogados o las pérdidas que sufrieren en el desempeño de las comisiones que se les confieran. Tanto los dependientes como los factores responderán a sus principales de cualquier perjuicio que causen por malicia, negligencia o desacato a las órdenes que hubieran recibido.

Es a todas luces perceptibles que el capítulo referente a los factores y dependientes ha sido derogado por la Ley Federal del Trabajo, toda vez que mirando a las relaciones existentes entre el principal y sus factores y dependientes, por medio de un contrato de trabajo, quedan subordinadas ambas partes a los establecido por el cuerpo legal mencionado.

Los viajantes.

También se les conoce como agentes viajeros, y sirven de intermediarios entre el comerciante y el industrial, es decir entre el comerciante y su clientela y proveedores.

El desarrollo del comercio y la industria ha necesitado que los empresarios busquen nuevos mercados, y no solo en la plaza en que tienen el principal asiento de sus negocios. En estos tiempos los medios electrónicos han acaparado satisfactoriamente esta función, pero sobre todo en la hotelería, podemos hablar de la búsqueda de clientela fuera de la plaza de donde se encuentran ubicados; toda vez que su mercado y su demanda dependen de la cantidad de viajeros y gente que pase temporalmente por el lugar, ya sea por diversión o por negocios.

La misión de estos agentes, es la de dar a conocer los productos o servicios que promueven, y provocar demanda de los mismos, transmitiéndolo a su casa matriz, sin que por ello se entienda facultado para aceptar el contrato propuesto al o por el principal.

Los trabajadores.

Los trabajadores o empleados son todos los demás colaboradores del empresario fuera de los que ya hemos citado, como aquellos auxiliares con funciones características y reconocidos por el derecho mercantil. Estas relaciones son reguladas por el derecho laboral.

b. Elementos materiales e inmateriales.

Los elementos que constituyen la negociación se pueden dividir en corporales e incorporales. Entre los incorporales podemos mencionar:

- La clientela;
- Aviamiento o avío;
- Derecho al arrendamiento;
- La propiedad industrial; y
- Los derechos de autor.

Entre los elementos incorporales de la negociación deben incluirse los derechos y obligaciones derivadas de contratos cualquiera que sea su carácter.

Los elementos corporales son los muebles, los enseres, las mercancías y las materias primas.

Elementos incorpóreos.

Clientela y avío.

La buena organización, el conocimiento de los hábitos y gustos del público, listas de nombres y direcciones de los proveedores y consumidores, el buen servicio suministrado por el personal etc., son factores que integran esa aptitud para producir utilidades, y que constituye el avío de una negociación. Son esos mismos factores los que determinan la formación y mantenimiento de una clientela. Para el autor Mantilla Molina clientela y avío son cualidades y no elementos

de la negociación, y que a pesar de que el aviamiento y su clientela le dan valor a una negociación, no es suficiente argumento para considerarlos como elementos de la misma. La protección jurídica de la clientela y del avío deben derivar de la que reciba la negociación en su conjunto, o algunos de sus verdaderos elementos constitutivos.

Derecho al arrendamiento.

Normalmente una negociación no puede existir sin uno o varios locales, en donde se encuentran los elementos corporales de la empresa y en donde se desarrollan las actividades que les son propias. Cuando la propiedad del local corresponde a quién también tiene el dominio sobre la empresa, suele omitirse incluir entre los objetos que la forman el Inmueble que la contiene, toda vez que su régimen jurídico no presenta ninguna peculiaridad. Especialmente en la empresa hotelera es necesario contar con la seguridad jurídica de que durante varios años se va a contar con el inmueble para su explotación comercial y que generen utilidades que vayan mas allá de la fuerte inversión que se hace para iniciar su operación.

En nuestro sistema jurídico, y solo en el caso de las personas extranjeras que deseaban explotar un inmueble para los fines de hotelería en la zona prohibida, les era aplicable la figura del fideicomiso. Unicamente de esta manera el empresario sentiría segura su inversión, toda vez que no le gustaría encontrarse a la deriva y a la voluntad del dueño del Inmueble objeto del arrendamiento.

Sin embargo cabe hacer notar que el contrato de arrendamiento, aun el efectuado por personas mercantiles y con finalidad estrictamente mercantil, es regulado por la legislación civil en nuestros días.

Propiedad Industrial.

Se deben distinguir en este conjunto de derechos el grupo de los que tienen la función de proteger la negociación misma, de aquel cuyo contenido es un monopolio temporal de explotación. El primer grupo se encuentra formado por el nombre comercial, marcas y avisos comerciales; el segundo está formado por las diversas clases de patentes y modelos de utilidad. Esta materia se encuentra regulada por el marco jurídico mexicano de la propiedad industrial, en específico la Ley de la Propiedad Industrial.

Nombre comercial.

Los diversos sistemas legislativos y las doctrinas sobre ellos levantados, entienden como nombre comercial, el nombre bajo el cual una persona ejerce el comercio; el nombre de la negociación mercantil. El nombre comercial en ocasiones proviene meramente de la fantasía; en otras alude claramente al tráfico propio de la negociación, y en ocasiones incluye el nombre propio o el apodo del dueño del establecimiento.

El derecho al nombre comercial se adquiere por el simple uso dentro de una zona geográfica que abarque la clientela efectiva, de la empresa o establecimiento comercial a que se aplique, tomando en

cuenta la difusión del nombre y la posibilidad de que su uso por un tercero induzca a error a los consumidores. El titular del nombre comercial tiene derecho para obtener de quienes lo imiten o usurpen, la reparación y el pago de los daños y perjuicios sufridos. El empleo de un nombre comercial igual a otro que ya esté siendo usado por un tercero constituye un delito.

En nuestros días es muy común por cuestiones de mercadotecnia que el nombre comercial de la empresa de turismo o en particular del hotel que presta sus servicios sea distinto al utilizado para la persona jurídico colectiva, titular de la empresa. Esto lo vemos por ejemplo en personas morales que explotan distintos hoteles, en una misma o distintas plazas y que a través de su documentación contable y fiscal se conoce verdaderamente a la persona que explota comercialmente este giro.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

Marcas.

Una marca es un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier otro signo visible o bien, una combinación de ellos que sirva para distinguir un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie. Existen cuatro tipos de marcas: nominativas, innominadas, mixtas y tridimensionales.

Las marcas se dividen tradicionalmente en dos clases: industriales y comerciales. Las primeras son las que se emplean por el productor de las mercancías; y la segunda por el que las vende, que puede añadir su propia marca a la del productor, sin embargo es frecuente

emplearla expresión de marca industrial, incluyendo las dos clases: Las marcas de servicios, existentes en la vida real, no habían sido previstas en la legislación hasta, que fueron contempladas en la Ley de Invenciones y Marcas. Actualmente, la clase en que se considera la actividad hotelera, se encuentra contemplada en la clase 42, que abarca la restauración, alojamiento temporal, cuidados médicos... y servicios que no puedan ser clasificados en otras clases. El registro de las marcas a utilizar es necesario porque esta es la única forma en que el Estado otorga al propietario de los derechos marcarios el derecho exclusivo de su uso en la República Mexicana.

Aviso comercial.

Como aviso comercial se entienden las frases u oraciones que sirvan para anunciar el público productos o servicios, establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, para que el público consumidor los distinga fácilmente. Estos también son registrables ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Patente.

La patente es el certificado o título que otorga el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a todas aquellas creaciones intelectuales (invenciones), que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza para su aprovechamiento por el hombre a través de la satisfacción inmediata de una necesidad concreta. Para el otorgamiento de una patente se deben cumplir tres condiciones que son: 1. El proceso o producto debe basarse en una manera

universalmente nueva de transformar la materia o energía existentes en la naturaleza (novedad); 2. El proceso o producto debe ser una creación de algún ser humano y no ser evidente para un técnico en la materia (actividad inventiva); y 3. El proceso o producto debe tener aplicación industrial, es decir, la posibilidad de ser producido o utilizado en cualquier rama de la actividad económica (explotación industrial). La vigencia del derecho exclusivo de explotación es de 20 años, a partir de la presentación de la solicitud.

Modelo de utilidad.

Es cualquier objeto, utensilio, aparato o herramienta que, como resultado de una modificación en su configuración, su forma o estructura, o de la disposición de sus elementos o partes, permita realizar una función diferente o presente ventajas en cuanto a su utilidad. Para poder solicitar el título de derecho exclusivo de explotación es necesario satisfacer dos requisitos: 1. La estructura, forma o disposición de las partes del objeto, utensilio, aparato o herramienta debe ser nueva, es decir, anteriormente desconocida (novedad mundial); y 2. El objeto, utensilio, herramienta o aparato debe ser utilizado o producido en la industria (explotación industrial). La vigencia del derecho exclusivo de explotación es de 10 años a partir de la presentación de la solicitud correspondiente.

Derechos de autor.

Derivado del artículo 28 constitucional, el derecho de autor es aquel que tiene por objeto salvaguardar y promocionar el acervo cultural de

la Nación; proteger los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias, artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como otros derechos de propiedad intelectual.

Es interesante señalar en este sentido, la problemática que se ha suscitado con la empresa hotelera y las diferentes sociedades de autores, intérpretes y ejecutantes de música, ya que, a raíz de la publicación de la Ley Federal del Derecho de Autor del 24 de diciembre de 1996, se crea la nueva Sociedad de Gestión Colectiva, misma que deroga la antigua sociedad de autores, intérpretes y ejecutantes. En este marco de ideas, las sociedades autorales, y en particular la Asociación Nacional de Intérpretes, pretendieron demandar a todos los hoteles por el uso de las interpretaciones de sus agremiados en bocinas y televisores, sin haber transformado sus estatutos como lo señala el artículo tercero transitorio de la mencionada Ley Federal del Derecho de Autor, y convertirse en una Sociedad de Gestión Colectiva, circunstancia que los colocó en una situación de falta de legitimación activa para ejercitar las diversas demandas que iniciaron en contra de muchos hoteles de todo el país.

Los elementos corpóreos.

Estos elementos pierden su razón de ser y su valor cuando se separan de la empresa, pero que como ya vimos anteriormente, estos elementos nunca pierden su individualidad. Estos elementos

corpóreos son aportados en beneficio de la empresa de diferentes formas; algunos bienes simple y llanamente son comprados por la persona titular de la empresa, otros mediante un contrato de arrendamiento, arrendamiento financiero, comodato, contrato de compraventa con reserva de dominio etc. Por lo tanto la complejidad es característica de estos elementos en estudio.²²

c. Personalidad de la empresa de turismo.

Al hablar de empresa de turismo, podemos afirmar que se trata de alguna de las sociedades mercantiles, quien funge como titular de la misma. En la práctica encontramos que la sociedad mercantil por excelencia es la Sociedad Anónima.

El reconocimiento de la personalidad jurídica de las sociedades mercantiles ha influido fuertemente en la colocación de esta materia en la doctrina y en los Código, pues en ambos casos ha dejado de hacerse su estudio y regulación en el capítulo de los contratos para encontrarse en el de *las personas comerciantes*.

Concepto.

Según el autor Joaquín Rodríguez Rodríguez²³, la personalidad jurídica es "la capacidad para ser sujeto de derechos y obligaciones. Allí encontremos un ente, al que, según el ordenamiento jurídico, se

²² MANTILLA MOLINA, Roberto. Op. Cit. P. 109 a 126.

²³ RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, Joaquín, "Tratado de las Sociedades Mercantiles", 4ª edición. Edit. Porrúa, S.A. México; 1971. P. 104.

reconozca esa capacidad, ahí tendremos una persona, ya sea un individuo, ya un conjunto de personas, de bienes o de ambas cosas a la vez”.

La personalidad es el resultado de sintetizar el elemento material y el formal que refleja el sello característico del ordenamiento legal. El elemento material se constituye por un conjunto de condiciones y presupuestos, entre los cuales se encuentra la existencia de la criatura humana; el elemento formal consiste en el reconocimiento de la personalidad o cualidad del sujeto jurídico creación del derecho objetivo. No es suficiente la existencia de uno de estos dos elementos para poder constituir el concepto de persona o sujeto jurídico.

Ha quedado atrás la tendencia del Jusnaturalismo que solo reconocía la personalidad jurídica a las personas humanas. Nosotros sabemos que en la actualidad al lado de las personas físicas se encuentran también las personas jurídico colectivas. Recordemos que inclusive, para las personas físicas la adquisición de la calidad de sujeto jurídico se encontraba subordinada a la ley, y a los presupuestos de hecho y a las condiciones que la misma marcaba. Realmente el concepto de persona u objeto jurídico es un concepto formal, es decir, que deriva de una calificación que la ley otorga con fundamento en determinados presupuestos materiales.

Las dos clases de sujetos jurídicos en la actualidad son: las personas físicas y las personas morales o persona jurídica. La tradición jurídica mexicana ha aceptado unánimemente el reconocimiento de la personalidad jurídica de las sociedades.

Se pone así de relieve que tanto las personas físicas como las denominadas morales son sujetos de derecho, con sus diferencias claro está, ya que mientras la persona física tiene capacidad jurídica para ser titular de toda clase de derechos, las personas jurídico colectivas la tienen en función de la realización de los objetos para las que fueron creadas.

Con respecto al ejercicio de los derechos; las personas físicas ejercen por sí sus derechos, o contraen obligaciones, salvo en aquellos casos en que existen restricciones a la capacidad en los que hay que ejercerlos a través de sus representantes; por otro lado las personas morales obran y se obligan siempre a través de los órganos que las representan.

El Código Civil para el Distrito Federal, reconoce personalidad a ciertas entidades de derecho público, por otro lado a las sociedades civiles y mercantiles, a las sociedades cooperativas y mutualistas, a los sindicatos y asociaciones profesionales. De igual forma las demás asociaciones distintas de las enumeradas, que se propongan fines político científicos, artísticos, de recreo o cualquiera otro fin lícito, siempre que no fueren desconocidas por la ley.

El argumento principal, en virtud del cual se niega a ciertos contratos su fuerza creadora de personalidad jurídica, es que las sociedades civiles y las asociaciones en general carecen de ese impulso creador. Pero este argumento no es válido para el derecho nacional, toda vez que, en el derecho mexicano se reconoce personalidad jurídica a las sociedades civiles y a todas las asociaciones no desconocidas por la

ley. Se trata de la fuerza normativa del Estado la que crea los nuevos entes, ya que no cualquier contrato, sino únicamente los enumerados por la ley, tienen esa fuerza creadora.

La ley atribuye personalidad moral a determinados entes colectivos, por lo que se deduce que estuvo en poder del legislativo ampliar o restringir la enumeración señalada, es decir, es la fuerza normativa del Estado la que puede crear esas nuevas entidades jurídicas. Citemos el ejemplo del contrato de sociedad anónima, tiene fuerza creadora de personalidad jurídica; no por virtud del contrato, por sí solo, sino porque se trata de uno de los cualificados legalmente.

Efectos de la personalidad jurídica.

La esencia de la personalidad jurídica consiste en la capacidad de adquirir derechos y obligaciones; pero esa afirmación puede desdoblarse en una serie de principios de accesorios, que contribuyen a aclarar su alcance.

Persona como sujeto de derechos.

Las sociedades son personas jurídicas, y significa que son sujetos de derecho, y esto a su vez, supone estas afirmaciones:

1. La sociedad tiene un nombre con el cual actúa en el mundo de los negocios; nombre colectivo que es expresión de su personalidad, ya sea este como razón o denominación social;

2. La sociedad tiene un domicilio, que significa la base física de su residencia.

3. La sociedad tiene capacidad de goce; ya que en su nombre pueden celebrarse todo tipo de contratos y realizarse toda clase de declaraciones jurídicas. Además de asumir todas las obligaciones que de ellos resulten, puede asumir los derechos correspondientes. Es preciso indicar que las sociedades mercantiles, como personas morales, no cuentan con una capacidad jurídica ilimitada, toda vez que el Código Civil en su Artículo 26 declara que las personas morales pueden ejercer todos los derechos que sean necesarios para cumplir con el objeto social para el cual se constituyeron. La capacidad de goce no implica necesariamente la de ejercicio, y siempre actúan por medio de sus órganos, que en principio gozan de todas las facultades necesarias para la consecución de la finalidad social.

Ambas capacidades van acompañadas de la capacidad que procesalmente se les reconoce, en cuanto a que las sociedades mercantiles pueden ser sujetas de toda relación procesal.

4. Como consecuencia de la personalidad jurídica, la sociedad asume la calidad de comerciante y adquiere todos los derechos y obligaciones propios del mismo.

Patrimonio propio.

La posibilidad de que las sociedades tengan un patrimonio separado al de sus socios es solamente un aspecto de la personalidad jurídica; siendo capaz de ser titular de derechos reales y personales también. El patrimonio constituido por las aportaciones de los socios y representados por acciones (tratándose de la sociedad anónima), es el patrimonio de la sociedad y no el de los socios. Estos ya no son dueños de los bienes y derechos integrantes del patrimonio social, ni de manera individual ni colectivamente. La propiedad corresponde a la sociedad, y a nombre de ella se registrará, en los casos en que este requisito deba cumplirse.

Separación de patrimonios y responsabilidades.

La incomunicabilidad de las deudas de los socios a la sociedad, significa que las deudas de la sociedad y las deudas de los socios son incomunicables. El Artículo 23 de la Ley General de Sociedades Mercantiles señala la imposibilidad de que la sociedad y su patrimonio sean afectados por las deudas particularmente adquiridas por sus socios; sin embargo los acreedores particulares de un socio pueden mientras dure la sociedad, hacer efectivos sus derechos sobre las utilidades que le corresponden al socio, según el balance social, y cuando será disuelta la sociedad, sobre la porción que le corresponda en la liquidación. En el caso de las sociedades cuyo capital se haga representar por acciones, podrán embargar esta porción y hacer vender las acciones del deudor.

Del texto legal se pueden deducir algunas consecuencias:

Las aportaciones de los socios pierden individualidad y se integran al patrimonio colectivo, definitivamente afectadas para el cumplimiento del objeto social;

El socio, al cumplir su aportación, solo adquiere un complejo de derechos, entre los que debemos destacar el derecho a la participación de las utilidades y el derecho de obtener una cuota de liquidación;

Los acreedores de los socios, sin distinción de fechas, es decir que sean anteriores o posteriores a la realización de la aportación, se encuentran subordinados a los acreedores sociales, ya que solo ellos pueden embargar las utilidades que corresponden a los socios, en tanto que el capital representado por la aportación solo puede ser embargado por los acreedores del socio después de la liquidación de la sociedad, lo que implica el previo pago de los acreedores de la sociedad.

La subordinación de los acreedores particulares de los socios a los acreedores de la sociedad, resulta del reconocimiento del patrimonio como unidad económica de destino. El patrimonio social forma una esfera cerrada para los acreedores particulares de cada uno de los socios. Si los acreedores particulares de los socios pudiesen obtener la separación de los bienes correspondientes a sus deudores, el patrimonio social se disgregaría y quedaría inhabilitado para servir al cumplimiento del objeto social.

En virtud de la separación de patrimonios, los créditos y las deudas de la sociedad y de los socios con terceros no son compensables entre sí.

Mientras la liquidación no se efectúe, los acreedores particulares de los socios deben limitarse a embargar la participación y a percibir los beneficios que correspondan al socio, en las utilidades, según el resultado que arroje el balance.

Para continuar es preciso saber cuales son los mecanismos de que dispondrá el acreedor para asegurarse de la existencia de los beneficios que pretende embargar, o que ya ha embargado. La doctrina coincide en negar que el acreedor tenga los mismos derechos que el socio para obtener a su alcance los libros, en forma limitada o ilimitada; pero podría solicitar la exhibición de los mismos, además la del balance y la de todos los justificantes que con el mismo se relacionen y le sirvan de base.

Tratándose de una sociedad cuyo capital social se encuentre representado por acciones, y uno de los socios tenga una deuda particular; el acreedor del mismo además de poder embargar esos títulos de crédito y en su caso hasta adjudicarse la participación del capital incorporado en los documentos, por la sencilla razón de que las acciones son títulos negociables, y por lo tanto no hay inconveniente alguno que haya cambio de titular.

Pero si las acciones embargadas servían de garantía por la gestión de los administradores o comisarios, no cabe la enajenación de las

mismas, aunque los bienes secuestrados queden a disposición de la autoridad correspondiente, sin perjuicio de la adjudicación de los beneficios que se causen desde la fecha de la diligencia.

Otro punto importante es que la transmisión de los bienes entre la sociedad y los socios como resultado de su constitución, de los aumentos de capital o de la disolución total o parcial de la sociedad, son auténticas transmisiones de dominio entre los sujetos socios y sociedad, sometidas a las formalidades fiscales vigentes.

En cuanto a la quiebra de la sociedad y el momento en que esta se presenta debemos decir, que dada la autonomía del patrimonio de la sociedad con respecto al patrimonio de los socios, se infiere que la quiebra de la sociedad no produce efectos sobre el patrimonio de los socios o viceversa.²⁴

Nacimiento de la personalidad jurídica de las sociedades regulares.

Mientras que la personalidad jurídica de las personas físicas puede existir desde el momento en que estas son concebidas, y en todo caso cuando nacen viables, tratándose de sociedades no es suficiente la celebración del contrato social para que se produzca tal efecto, como lo establece claramente el Artículo 2º del Código de Comercio, al decir que las sociedades mercantiles inscritas en el Registro Publico de Comercio tienen personalidad jurídica distinta a la de sus socios.

²⁴ Ibidem. P. 114 a 121.

Según el jurista Eduardo Pallares²⁵, en este caso, la función registral tiene efectos constitutivos y no únicamente declarativos, como sucede en la transmisión de dominio de los inmuebles; ya que mientras la personalidad de las sociedades regulares solamente nace a partir de la fecha en que se inscribe la escritura social, la ley no se muestra tan exigente respecto de las sociedades irregulares, y esto lo hace, no para favorecerlas, sino para, proteger a los terceros de buena fe que con ellas contratan, o que de cualquier forma entran en relaciones jurídicas con las mismas.

De esta opinión no estoy del todo de acuerdo, toda vez que el mismo Artículo 2º de tal ordenamiento jurídico reza. "Las sociedades no inscritas en el Registro Público de Comercio que se hayan exteriorizado como tales frente a terceros, consten o no en escritura pública, tendrán personalidad jurídica."²⁶

De la simple lectura del artículo transcrito, nos podemos dar cuenta que la inscripción de la escritura social es únicamente para efectos declarativos, toda vez que el mismo legislador considera conveniente el dotar de personalidad jurídica a las sociedades irregulares que así se ostenten frente a terceros de buena fe, y protegerlos en sus relaciones jurídicas con este tipo de organizaciones.

²⁵ PALLARES, Eduardo, "Tratado Elemental de Sociedades Mercantiles", Antigua Librería Robredo. México; 1965. P. 11

²⁶ Ibidem.- P.12

CAPITULO TERCERO

MANIFESTACION DE LA HOTELERIA COMO EMPRESA DE TURISMO

Como ya lo hemos señalado, el turismo viene a ser todas aquellas actividades tendientes a solventar las necesidades de los turistas, por cualquier medio que contemple la Ley Federal del Turismo. Así las cosas, la hotelería se ha constituido desde los inicios de la actividad turística como una de las manifestaciones principales de este sector, ya que es la encargada de ofrecer los servicios de hospedaje temporal a todas aquellas personas que practican el turismo. En este orden de ideas, en este capítulo entraremos de lleno a estudiar el marco jurídico en que actualmente se desarrolla la actividad hotelera en nuestro país.

A. La hotelería como empresa.

Después de enumerar todas y cada una de las características de la empresa turística en el capítulo anterior, en este inciso trataremos de señalar una definición específica de la empresa hotelera.

Para ello es menester hacer uso de un Diccionario común, ya que no encontramos en un diccionario jurídico el término de Hotelería o término alusivo a esta idea. El mismo libro nos define al Hostelero como a la persona que tiene a su cargo una hostería.¹

¹ Diccionario Enciclopédico Lexis, Tomo 11. Homo-Jolo. Edit. Circulo de Lectores, S.A. Barcelona, España. 1977. P. 2908

Ahora, además de las dudas que genera un concepto tan corto, es importante conocer que se entiende por el término de Hostería, y el mismo diccionario nos lo define como *"la casa donde se da de comer y alojamiento por dinero."*² Para la legislación española el término Hotel significa *"establecimiento de hostelería que puede alojar más o menos cómodamente a un número generalmente no escaso de huéspedes y viajeros"*.

Las definiciones que anteceden son demasiado ambiguas, y han quedado a la saga de lo que en nuestros días conocemos como industria hotelera. Podemos observar que estos términos son tan dinámicos como el concepto de empresa, y que lo que actualmente conocemos como industria hotelera, tal vez en un futuro ya no lo sea, sobre todo porque en la competencia económica cada hotel ofrece los más diversos servicios con el afán de atracción de la clientela.

Además no podríamos definir a la hotelería por la serie de actividades que se realizan en este tipo de empresa porque no en todos se cuenta con la misma infraestructura. Pero en lo que sí estamos de acuerdo es en el carácter mercantil de esta actividad, sobre todo cuando una persona física con actividad empresarial, o una sociedad mercantil conjugan todos sus recursos y esfuerzos y explotan el contrato de hospedaje con fines de lucro ofreciendo sus servicios abiertamente al público.

² Idem.

Al efecto, la fracción VII del artículo 2º del Reglamento de la Ley Federal de Turismo señala: " *Art. 2.-- Para los efectos de esta la Ley y de este Reglamento, se entiendo por:*

...

VII. Establecimiento de hospedaje: los Inmuebles en los que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación."

B. Carácter mercantil.

Como ya señalamos, empresa es una institución comprendida en el derecho mercantil mexicano, aunque aún no se ha podido comprender bien a bien este fenómeno económico. Desde el punto de vista sustancial, la empresa es comercial, porque a través de ella, la persona que la organiza y la dirige, es decir, el empresario hace del comercio su ocupación diaria, además de que dicha ocupación es obligatoriamente de carácter lucrativo; lo cual es una nota característica del derecho mercantil.

Por muchas razones se puede afirmar que toda empresa es de carácter mercantil; sin embargo podemos encontrarnos que algunas de ellas se rigen por el ordenamiento civil, como lo son los mismos despachos de abogados y de contadores por citar dos ejemplos. Pero la empresa hotelera y especialmente por el giro que manejan, ha sido necesario que sea manejada por una sociedad mercantil, que en la práctica observamos que se circunscribe a la Sociedad Anónima y algunas de Capital Variable. Por otra parte, desde un punto de vista formal, como ya lo hemos señalado la fracción VIII del artículo 75 del Código de Comercio, establece que "*la ley reputa actos de comercio:*

*Fracción VIII.- La empresa de transporte de personas o cosas por tierra o por agua, y las **empresas de turismo**³, englobando a la actividad hotelera en esta última.*

Al respecto encontramos un problema, ya que al pretender saber cual es el alcance de dicho presupuesto o requiera conocer que establecimientos son los que deberán considerarse como turísticos y regirse por la legislación mercantil y cuales por la legislación civil, podemos observar que el mencionado precepto da a entender que las actividades turísticas de los particulares no son actos mercantiles, cuando en su relación no interviene una empresa turística.

Desde un punto de vista sustancial, la empresa hotelera es comercial porque a través de ella, el empresario hotelero hace del servicio de hospedaje su ocupación ordinaria, visto el servicio de hospedaje como una actividad de carácter lucrativo, que es el aspecto característico del derecho mercantil.

C. Régimen jurídico.

El régimen jurídico lo encontramos desde la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mientras que en la legislación secundaria lo observamos en el Código Civil, El Código de Comercio, la Ley General de Sociedades Mercantiles, la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, Ley Federal de Derechos de Autor, Ley de Patentes y Marcas y el marco jurídico sobre la Propiedad Industrial; Código Fiscal de la Federación, Ley del Impuesto Sobre la Renta, Ley

³ CODIGO DE COMERCIO. Ed. Sista. México, D.F. 2000

del Impuesto al Valor Agregado, Ley Federal del Trabajo, Ley del Seguro Social, Ley Federal de Turismo, Ley Federal de Protección al Consumidor y Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.

a. La empresa hotelera en la Constitución.

Nuestra Carta Magna se refiere a la empresa, ya sea de manera expresa o implícitamente, en los numerales 25, 26, 27, y 28. Estas forman parte de la llamada Constitución económica, es decir, a las normas constitucionales que se refieren a la materia económica y que son implementadas en la legislación secundaria, tanto en leyes especiales, como en los planes y programas en los dos últimos párrafos del artículo 26, así como en las fracciones XXIX y XXX del artículo 73 Constitucional.

La creciente intervención del Estado que plantea en México un régimen claro de economía mixta, se reconoce y manifiesta en varios principios de nuestra Carta Magna. La rectoría del desarrollo nacional, el fomento del crecimiento económico, la planeación, la conducción, coordinación y orientación de la actividad económica nacional, que corresponden al Estado, se llevan a cabo principalmente, a través de empresas, dentro de los tres sectores que enumera el párrafo segundo del Artículo 26 constitucional: que son el público, el social y el privado.

Para efectos del presente trabajo no nos interesa ni el sector público, y en cuanto al sector social y el privado el Artículo 25 constitucional

habla de manera expresa que las empresas de esos sectores estarán sometidas a las modalidades que dicten el interés público y el uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el medio ambiente.

El Artículo 27 Constitucional en su fracción IV se refiere a la empresa, cuando respecto a la sociedad por acciones que sea su titular, y que se constituya con la finalidad de explotar cualquier industria fabril, minera o petrolera o para algún otro fin que no fuera agrícola, es decir cualquier empresa de carácter mercantil, le limita el derecho de adquirir o administrar terrenos.

*"Las Sociedades mercantiles por acciones podrán ser propietarias de terrenos rústicos pero únicamente en la extensión que sea necesaria para el cumplimiento de su objeto"... "La ley reglamentaria regulará la estructura del capital y el número mínimo de socios de estas sociedades, a efecto de que las tierras propiedad de la sociedad no exceda en relación con cada socio los límites de la pequeña propiedad. En este caso, toda propiedad accionaria individual, correspondiente a terrenos rústicos, será acumulable para efectos de computo. Asimismo, la ley señalará las condiciones para la participación extranjera en dichas sociedades."*⁴

Dentro del contenido del Artículo 123 del mismo ordenamiento jurídico encontramos que se alude a la empresa en diversas ocasiones, como en lo tocante al derecho de los trabajadores de participar en las utilidades de las empresas, en la que se incluye la

⁴ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Greca Editores, S.A. 2000. P. 17.

empresa hotelera; el derecho a coaligarse en defensa de sus intereses; se consagra el derecho de huelga de los trabajadores y el paro de los empresarios; etc.

b. La empresa hotelera en el derecho fiscal.

Sin aondar demasiado, diremos que la empresa hotelera, en la actualidad se ha visto perjudicada en gran medida por la carga fiscal que le ha impuesto el estado. El hotel se ve grabado por el ISR, IVA, Impuesto sobre nómina, Impuesto al activo y el famoso 2% al hospedaje que desarrollaremos mas adelante, si contar los diferentes impuestos por concepto de derecho que a nivel local debe realizar.

Desde el punto de vista local, el sector hotelero se ha visto gravado por el llamado "impuesto al hospedaje", señalado en el Capítulo VII Bis, del Código Financiero para el Distrito Federal, que finalmente, como el mismo artículo 186-A lo señala en su última parte *"los contribuyentes realizarán el traslado del impuesto a las personas a quienes se preste el servicio de hospedaje"*, lo que contribuye al aumento de los precios en este servicio. Este impuesto se calcula aplicando el 2% al valor total de las contraprestaciones que reciban, mismo que por cuestiones de mercado tiene que ser asumido por el hotelero.

Con fecha 31 de Diciembre de 2000 se publicó en la Gaceta Oficial del D.F., la reforma al artículo 211 del Código Financiero del D.F., mismo que señala las cuotas por expedición y revalidación de licencia de financiamiento. Asimismo crea un nuevo impuesto (que no tiene

nombre) por concepto de revalidación de licencia que se calculará tomando el 10% del valor catastral del área del establecimiento mercantil que se destine a la venta de bebidas alcohólicas.

Personalmente pensamos que este impuesto no se le debe aplicar a los hoteles, por no ser del giro principal, sin embargo a todas luces debe ser un cobro excesivo aplicado doblemente e incoherente con las demás disposiciones del ordenamiento mencionado.

c. La empresa hotelera en el derecho mercantil.

La ley de Navegación y Comercio Marítimo, se puede afirmar que es la que regula de forma mas detallada el concepto de empresa en una forma general, así como la figura del empresario.

Dice que la empresa marítima es el conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores corpóreos coordinados para la explotación de uno o más buques en el tráfico marítimo. Indica que el Naviero es el titular de una empresa marítima; además indica que el buque o navío con sus pertenencias y accesorios constituirá la forma del mar, la cual constituye una universalidad de hecho; la que puede ser objeto de enajenación, traspaso, arrendamiento.

En la legislación bancaria encontramos en torno a la empresa, como unidad, con la finalidad de ofrecer garantías de los créditos que se otorguen a su titular. En la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito encontramos dentro de sus artículos 321 y 323 los créditos de habilitación y de avío con relación a empresas industriales, y los

créditos refaccionarios para la actividad agrícola. Esta ley permite a favor del acreedor una garantía prendaria quien tendrá derecho de preferencia con el producto de los bienes que fueren gravados; es decir, con el valor de los bienes que integran el patrimonio o la hacienda de la empresa. Por otro lado encontramos que el Artículo 228 permite que cuando se emitan certificados de participación, se constituya fideicomiso sobre cualquier clase de empresa; las que en esta ocasión también se consideran como una unidad económica.

Finalmente, la fracción VIII, del artículo 75 del Código de Comercio, reputa como acto de comercio a las empresas de turismo; de igual forma la Ley Federal de Protección al Consumidor hace referencia a los servicios, con lo que se acredita el carácter mercantil desde el punto de vista formal del establecimiento de hospedaje, independientemente de todos los argumentos que hemos venido señalando en este trabajo.

d. La empresa hotelera en el derecho administrativo.

En el derecho administrativo existe una gran cantidad de legislaciones que regulan la actividad hotelera y más aún en nuestra ciudad. En el ámbito federal encontramos primeramente a la Ley Federal de Turismo, que básicamente funciona como un planeador de la actividad turística, mediante los programas sectoriales turísticos, zonas de desarrollo turístico prioritario, promoción y fomento al turismo mediante el fondo nacional de fomento al turismo. De igual forma, funciona como organismo de fomento al turismo, dejando a un lado la regulación de esta actividad y facultando a la Procuraduría Federal del

Consumidor para que sea esa la vía de control del sector hotelero. La Ley Federal de Turismo, en su artículo 32 señala que las relaciones entre los prestadores de servicios turísticos y el turista se regirán por lo que las partes convengan, observándose la presente Ley y la Ley Federal de Protección al Consumidor. El artículo 35 de la Ley Federal de Turismo, establece la obligación a los prestadores de servicios turísticos de:

- "I. Anunciar ostensiblemente en los lugares de acceso al establecimiento sus precios y tarifas y los servicios que estos incluyen;*
- II. Cuando se trate de la prestación del servicio de guías de turistas, informar su precio en el momento de la contratación con los usuarios;*
- III. Cumplir con los servicios, precios, tarifas y promociones, en los términos anunciados, ofrecidos o pactados, y*
- IV. Contar con los formatos foliados y de porte pagado para el sistema de quejas de turistas en los términos de la norma oficial mexicana respectiva."*

A su vez, la Ley Federal de Protección al Consumidor regula la actividad hotelera desde su capítulo tercero, la información y publicidad con que se anuncian y en especial el artículo 42 de este ordenamiento señala:

"Art. 42.- El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor."

Por otra parte, se realizaron adiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, como lo es el Capítulo VI, titulado "De los Servicios", dirigido en gran parte a la actividad hotelera, situación que se desarrollará en el último capítulo de este trabajo.

La Ley de Establecimientos Mercantiles para el Distrito Federal, así como las diferentes Normas Oficiales Mexicanas que rigen esta actividad, provocan que el hotelero se vea en la necesidad de contratar los servicios de especialistas que conozcan esta reglamentación y mantenga una buena relación con la autoridad, generando toda la problemática que se desarrollará más adelante.

D. Elementos de la empresa hotelera.

Como ya lo hemos mencionado, la empresa es un conjunto de elementos interrelacionados o interdependientes que se encuentran representados por recursos humanos y recursos financieros o materiales.

El titular de la negociación es el empresario, ya sea como persona física o moral, o a su vez un grupo de ellas; también puede ser una sociedad mercantil privada o pública, así como el Estado y entes públicos, como las Sociedades Nacionales de Crédito, o bien organismos descentralizados o empresas de participación estatal. Esta institución se caracteriza por ser un elemento esencial de la negociación. En el tema que nos ocupa, como ya lo hemos dicho anteriormente, es el empresario quién organiza los elementos

personales, materiales e inmateriales de la empresa, por lo tanto es el cerebro de la misma.

Esto significa que el empresario organiza al personal de la empresa, asimismo lo hace con la hacienda o patrimonio, y las relaciones que con motivo de la explotación de la empresa restablezca con el personal, con los proveedores y con la clientela. Esta función de organización adquiere su valor propio en la negociación, como un elemento mas de su activo, cuando ella adquiere fama y prestigio, se habla entonces de aviamiento. Por lo tanto la función del empresario hotelero es de carácter material e intelectual, que a su vez se convierte en una cualidad de la empresa.

El elemento personal es también un elemento esencial, por coadyuvar con el empresario a cumplir con el objeto social; entre ellos se comprenden los que a través del tiempo se han denominado como auxiliares del comerciante o empleados, o los auxiliares del comercio, como lo ha sido el Contador Público, quien administra los recursos. Los auxiliares del comerciante también son conocidos como dependientes, ya que se encuentran vinculados al comerciante por una relación laboral. Por otro lado tenemos a los auxiliares del comercio, o a varios de ellos, sin depender de manera exclusiva de una; es decir, son independientes, y se encuentran vinculadas a la empresa ya sea por un contrato civil o por alguno mercantil.

Como ya lo vimos los recursos humanos o personal de la empresa, está clasificada en el siguiente rango según su importancia; y primeramente aparece el Director General, Gerente General o factor,

a quien le corresponde la representación general del titular de la empresa, y es el dependiente con más amplias facultades en la negociación mercantil; este es quien dirige y la mayor parte del tiempo manda y controla a la empresa; también debemos tomar en cuenta a los funcionarios de segundo nivel como los Subgerentes o Subdirectores de área, y estos ya cuentan con funciones limitadas; ya sea de ventas, de compras, de personal, de publicidad, etc. Estos cuentan con facultades amplias para poder desempeñar la labor que les es encomendada, y dicha representación se está restringida al área que les corresponde. Luego tenemos a los empleados de mostrador, despachadores, vendedores, cobradores, agentes de negocio, con una representación mínima, limitada a su función, y sin capacidad de excederlas.

Otro elemento esencial de la negociación es el patrimonio o la hacienda, que es integrado con el activo y con el pasivo; es decir, por un lado los bienes y los derechos a favor de la empresa, y por otro lado tenemos las obligaciones y deudas que el empresario asuma en el ejercicio de la actividad propia de su giro comercial. Este patrimonio en nuestro derecho tiene un carácter de unitario, motivo por el cual se le debe considerar como una universalidad de derechos y obligaciones.

La composición de su hacienda varía en función del objeto de la misma empresa y la actividad que sea propia del empresario. En la Hotelería a nivel de gran turismo, que es aquel al que básicamente tratamos de enfocar en este trabajo, se necesita primeramente un gran inmueble, adaptado para poder ofrecer el servicio de hospedaje,

obviamente con teléfonos, fax y correo electrónico, necesita muebles y menaje necesario para comodidad de sus clientes. Muebles, inmuebles, derechos y relaciones, y toda clase de obligaciones. Algunos derechos son propios de la empresa, como los incluidos en la llamada propiedad industrial, como los son las patentes y las marcas; otros se refieren a actividades empresariales, como el aviamiento, la relación con la clientela, la llamada propiedad comercial, etc. Como ya lo hemos mencionado anteriormente, una empresa hotelera no es rentable si cuenta con un contrato de arrendamiento, por que lo que se busca sobre todo es la certidumbre en los derechos que se ejerzan sobre el inmueble, y no estar a la deriva de un contrato de esta naturaleza.⁵

E. Precio del alojamiento.

Esta palabra proviene del latín pretium, valor pecuniario en que se estima algo; cantidad que se pide por una cosa; Prestación consistente en numerario, valores o títulos que un contratante da o promete, por conmutación de cosa, derecho o servicio, o valor de cambio.

En el pago de algunos servicios y en la compraventa de bienes, la contraprestación se denomina precio por antonomasia; en el préstamo de dinero, interés o rédito, y en el arrendamiento de cosas, renta o alquiler. El precio debe ser verdadero, es decir, serio, real, efectivo, no irrisorio, simulado o ficticio.

⁵ Barrera Gran, Jorge, "Instituciones de Derecho Mercantil", Edita. Porra, S.A. México; 1989. P. 83 a 93.

Que el precio deba ser cierto significa que las partes lo determinen expresamente en una suma de dinero, o por referencia a otra cantidad. Su señalamiento no puede dejarse al arbitrio de uno de los contratantes, pero si puede librarse al arbitrio de un tercero en cuyo caso solo hasta el momento en que este tercero cumpla su misión habrá venta. También se tendrá por precio cierto la referencia de las partes a lo que la cosa valga en el día o lugar determinados.

El precio debe consistir en dinero, aunque se admite que la contraprestación se pague parte en dinero y parte con el valor de otra cosa. El precio ha de ser justo, proporcionado, equivalente al valor del servicio que se adquiere.

Se habla de precio corriente en plaza como el que corre para bienes y servicios en el mercado en día y lugar determinados. Se utiliza la expresión de precio legal para indicar que el Estado interviene a través de leyes, reglamentos o decretos en la fijación de precios oficiales, precios máximos y precios mínimos o de garantía.⁶

En la hotelería el precio es un elemento esencial del contrato de hospedaje y se debe entender como precio del hospedaje la contraprestación que el huésped a de cubrir por el alojamiento y servicios complementarios que contrata y que reciba. En varias ocasiones el precio se ha visto manipulado por la Administración Pública y el interés de ésta apela al interés turístico, que en primer término exige un nivel de precio competitivo en el mercado internacional de oferta turística y en segundo término provocar

condiciones de estabilidad, publicidad y uniformidad que hagan transparente la industria del turismo en nuestro país, provocando un ambiente de confianza y transparencia entre los mercados internacionales. En este sentido, se podría pensar que la influencia del gobierno en un producto que no es considerado como de primera necesidad, puede resultar contraproducente para el turismo, sin embargo, en lo personal consideramos que la regulación del precio en el sector hotelero, es imprescindible para hacer llegar este producto a todos los sectores sociales y crear confianza en otros, evitando los excesos que perjudican en gran medida a este sector.

La hoy abrogada Ley de Turismo de 1961, en su Artículo 6º Fracción XII hablaba de "*aprobar*" tarifas, en la fracción XIII de "*autorizar*" tarifas, en la fracción XIV de "*controlar*" tarifas y en su fracción XV de "*supervisar*". El emplear estos términos dio lugar a interpretaciones diferentes para cada uno de los términos deseados.

Actualmente la Ley vigente señala en su Artículo 32: "*Las relaciones entre los prestadores de servicios turísticos y el turista se regirán por lo que las partes convengan, observándose la presente Ley y la Ley Federal de Protección al Consumidor*",⁷ lo cual significa que es el hotelero quién tiene la formula de proponer la tarifa y la Secretaría de Turismo no puede por si sola fijarlas, reducirlas o aumentarlas, sino se limita únicamente a autorizarlas o no, en caso de que las mismas produzcan un lucro exagerado afectando de manera negativa al turismo en general, o sean tan bajas que se pudiera presumir una

⁶ Instituto de Investigaciones Jurídicas, "Diccionario Jurídico Mexicano". 9ª edición. Edit. Porrúa, S.A. Tomo P-Z; México; 1996. P. 2472 y 2473.

⁷ Ley Federal de Turismo. DOF. 31 de Diciembre de 1992.

competencia desleal y evitar que el turismo se convierta en un mercado de barata, provocando que el precio de los hoteles se limiten así como las utilidades de los hoteleros, quedando los precios sujetos únicamente a la oferta y demanda que se presente en su momento histórico, provocando de esta manera, una mayor competencia entre los diferentes prestadores de servicios turísticos, teniendo como arbitro de los mismos a la misma autoridad, que se limita a supervisar los excesos y mal servicio por parte de los prestadores de servicios hoteleros.

F. El contrato de hospedaje.

Para definir este contrato, encontramos que el maestro Miguel Angel Zamora Valencia⁸, lo define como *"aquel por virtud del cual una persona llamada hostelero se obliga a proporcionar a otra llamada huésped, albergue a cambio de una retribución, comprendiéndose o no, según se estipule, los alimentos y otros servicios y bienes relacionados con el albergue"*. Por la complejidad que puede presentar este contrato, al contemplar diversos tipos de contratos como son traslación de dominio de ciertas cosas (al incluir alimentos), la concesión temporal del uso de ciertas cosas (el uso de la habitación e instalaciones del hotel), prestación de servicios (servicio de limpieza) o inclusive la prestación de servicios profesionales (atención médica), se ha optado por considerar a este contrato como innominado, siguiendo las reglas que establece el Artículo 1858 del Código Civil, considerando al contrato de hospedaje como un contrato mixto o combinado, en el que una parte tiene la obligación que puede

⁸ Zamora y Valencia, Miguel Angel, "Contratos Civiles". 3ª edición, Edit. Porrúa, S.A. México; 1989. P. 227.

encuadra en dos o más tipos de contratos y la otra sólo está obligada a una prestación en dinero que generalmente es la entrega cierta del mismo.

Las características que tiene este contrato radica en el hecho de que es un contrato de prestación de servicios ya que la obligación principal se encuentra encaminada a proporcionar albergue al cliente, siendo esta la obligación principal, por lo que resulta irrelevante proporcionar otros servicios o bienes. Es un contrato principal, bilateral, oneroso, conmutativo y definitivo, además de ser de tracto sucesivo ya que el hostelero va cumpliendo con el contrato durante el transcurso que dure el hospedaje.

Los elementos de este contrato son:

1. **El consentimiento**, que puede ser de manera **expresa**, mediante el acuerdo de voluntades sobre el hospedaje y demás condiciones del servicio de hospedaje y condiciones del hotel y la contraprestación generalmente en dinero, esta forma de expresar el consentimiento, generalmente se plasma mediante la firma del contrato de hospedaje correspondiente; o de manera **tácita**, por la aceptación por parte del huésped de las condiciones señaladas en el reglamento interno del hotel, realizado de manera unilateral por parte del dueño de la habitación y que debe tener en lugar visible.
2. **El objeto**, que como ya se mencionó puede llegar a ser muy variado y complejo ya que este puede ir desde un complejo de servicios, como son de limpieza y atención al huésped; la

concesión para el uso temporal de la habitación e instalaciones del hotel y ciertos muebles; la traslación de dominio de bienes, cuando estos se contemplan incluidos en el contrato de hospedaje, como son alimentos, bebidas o deportes acuáticos y; el consumo de otros como son agua, luz y combustibles. Para la validez del contrato, solo se requiere que dichos objetos tengan características legales específicas, como son para el caso de las cosas, que los bienes se encuentren dentro del comercio, que sean determinados o determinables y que existan en la naturaleza, y para el caso del contrato o hechos contenidos en las prestaciones, que sean posibles y lícitos. En contraposición, el objeto por parte del huésped es el dinero, situación que no impide que dicho objeto se cumpla mediante cosas o hechos.

3. **La forma**, la cual era libre y no impuesta, lo que califica a este contrato como consensual, ya que la ley no define la forma específica alguna en que deba exteriorizar el consentimiento, hasta la promulgación de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-1999, titulada "De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios turistas", publicado el 27 de julio de 1999, en el Diario Oficial de la Federación. No obstante que no existe obligación de inscripción al Registro Público de Contratos de Adhesión de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, los prestadores de servicios hoteleros, tienen la obligación de contar con un contrato que cumpla con la normatividad que esta publicación plantea.

Las obligaciones que genera este contrato para ambas partes son:

Obligaciones del hostelero.

1.- Proporcionar todos los servicios a que se ha comprometido, principalmente el de albergue ya que de faltar esta obligación faltaría el elemento de objeto del contrato que, por ser un elemento esencial, dejaría inexistente el contrato de hospedaje, como lo establece el Artículo 2666 del Código Civil;

2.- De igual forma, en atención a lo establecido por el Artículo 2535 del mencionado ordenamiento, tiene la obligación de *"responder del deterioro, pérdida o destrucción de los efectos introducidos en el establecimiento con su consentimiento o el de sus empleados autorizados por las personas que allí se alojen, a menos que prueben que el daño sufrido es imputable a estas personas, a sus acompañantes, a sus servidores o a los que los visiten, o que proviene de caso fortuito, fuerza mayor o vicios de los mismos efectos. La responsabilidad de que habla está artículo no excederá de la suma de doscientos cincuenta pesos cuanto no se pueda imputar culpa al hostelero o a su personal"*;

3.- Dar cumplimiento a lo que establezca las leyes administrativas locales.

Obligaciones del huésped.

a) Pagar el precio convenido;

- b) Dar uso de las instalaciones donde se presta el hospedaje, en la forma en que ha quedado establecido en el contrato ya que de no acatarse, traería como efecto, como la de cualquier otra, a la resolución del contrato así como al pago de daños y perjuicios;
- c) A la conservación de todas las instalaciones y objetos en donde se preste el hospedaje;
- d) Restituir todos los bienes al término del contrato;
- e) Cumplir con las disposiciones administrativas correspondientes y prestar toda la información necesaria para corroborar su identidad;
- f) De acuerdo al Artículo 2536 del Código Civil, es obligación del huésped, dejar en depósito los bienes de notorio valor, al personal debidamente autorizado por el hotel para que el dueño del establecimiento sea el responsable del dinero, valores u objetos de que se trate.

Las causas de terminación del contrato son las siguientes:

- a) Por la conclusión del plazo señalado en el contrato de hospedaje;
- b) Por convenio expreso de las partes;
- c) Por incumplimiento de alguna de las partes en sus obligaciones;
- d) Por nulidad del contrato;
- e) Por expropiación del local en donde se preste el servicio;
- f) Por evicción.⁹

Es importante señalar, la discusión que existe para definir la naturaleza jurídica de este contrato, ya que si bien es cierto que este contrato se encuentra regulado por el Código Civil en el Capítulo V de su Título Décimo, también lo es que dicha actividad se contempla en

⁹ *Ibidem*. P. 228 a 231.

el Artículo 75 Fracción VIII, el cual señala: "*Artículo 75.- La Ley reputa actos de comercio... VIII.- Las empresas de transporte de personas o cosas, por tierra o por agua, y LAS EMPRESAS DE TURISMO*". Esta última fracción fue incluida en nuestro Código de Comercio de 1887, por Decreto de fecha 31 de agosto de 1934. El carácter mercantil de este contrato radica en el supuesto de ser el huésped persona civil no comerciante, según Enrique Pérez Bonn, doctrinalmente debe interpretarse que el acto queda comprendido en el derecho mercantil para evitar el caos que se originaría si según las circunstancias pudiera indistintamente someterse a uno u otro cuerpo legal. Independientemente de lo anterior, esta materia se encuentra regida administrativamente por la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal, publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 27 de enero de 2000, el cual enmarca la regulación correspondiente en su artículo 30.

Finalmente, en la práctica este contrato de hospedaje, es utilizado como un contrato de adhesión que, no obstante que no esta establecido específicamente en legislación alguna, la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su Artículo 4º establece: "*Para efectos de esta Ley se entiende por contratos de adhesión aquellos cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por alguna autoridad redactadas unilateralmente por el proveedor, sin que la contraparte, para aceptarlo, pueda discutir su contenido*", además existen especificaciones del contenido de dicho contrato en al Norma Oficial Mexicana NOM-10-TUR-1999, De los Requisitos que deben contener los Contratos que Celebren los Prestadores de Servicios Turísticos con los Usuarios-Turistas, ya comentado expedido por la Secretaría de

Turismo y publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 27 de julio de 1999.

CAPITULO CUARTO

ASPECTOS SOCIETARIOS DE LA EMPRESA HOTELERA COMO SOCIEDAD ANONIMA

A. Fase inicial del contrato social. Constitución.

Para iniciar debemos estudiar los conceptos de contrato y acto colectivo en relación con el acto constitutivo de la Sociedad Anónima. El hecho jurídico del contrato consiste en las declaraciones de voluntad de dos o más individuos de manera que coincidan, dirigidas a una conducta determinada de los mismos. La Ley General de Sociedades Mercantiles habla de contrato social, y destaca el carácter de este acto constitutivo como contrato.

El jurista Mario Bausche Garciadiego, en su obra "La Empresa" cita a Hans Kelsen¹ sobre las dos acepciones que para el autor tiene la palabra contrato:

"Por medio de las declaraciones coincidentes de voluntad de las partes se crea una norma cuyo contenido es determinado por las mismas declaraciones. El contrato como hecho generador de efectos jurídicos debe ser distinguido de la norma producida por ese hecho. Se habla de la celebración de un contrato refiriéndose a los actos que constituyen ese hecho generador. Pero se habla también de la vigencia de un contrato y se refiere en esta ocasión a la norma creada

¹ BAUSCHE GARCADIIEGO, Mario. "La Empresa". Ed. Porrúa. México, D.F. P. 173.

por el hecho mencionado, ya que solamente una norma puede tener vigencia y no un acto”.

Además de tal concepción existe en la doctrina y la jurisprudencia otra corriente llamada anticontractualista, que atribuye a dicho acto otra naturaleza.

El autor citando a Mantilla Molina² expone el planteamiento doctrinario acerca de cuestiones relativas a la naturaleza del acto constitutivo de las sociedades mercantiles. Este autor, argumenta que dicho acto no puede ser clasificado como contrato en sentido general, sino que tiene un carácter propio de acto colectivo debido a que por medio de él se forma una persona moral. La sociedad será acreedora y a la vez deudora de obligaciones nacidas entre ella y sus socios, de modo que según tal criterio, se formarán relaciones de socios para con su sociedad, y no entre ellos mismos. Sin embargo, una vez nacida la persona moral, los estatutos tendrán vigencia como constitución para el funcionamiento de dicha persona moral, constitución esta que tiene carácter separado de la personalidad de los socios. Mantilla Molina se refiere únicamente al aspecto interno y que se integra por los sectores corporativos y societarios del nuevo ente.

Para los efectos prácticos esta diferenciación entre contrato y acto colectivo, no tiene la mayor relevancia, toda vez que las disposiciones legales sobre contratos les serán aplicables a otros actos jurídicos, como pueden ser los actos colectivos, por lo tanto se les puede considerar como un acto jurídico y equiparables a los contratos.

² *Ibidem.* P. 173.

a. Características.

Existe una relación funcional y estrecha entre el acto constitutivo de la Sociedad Anónima, su contenido, naturaleza jurídica y las facultades corporativas de los accionistas, por lo que es importante que toquemos estos temas.

La Sociedad Anónima inscrita en el Registro Público de Comercio tiene personalidad jurídica distinta a la de los socios. Esta personalidad puede surtir efectos frente a terceros distintos a las personas de los socios, e inclusive frente a los mismos cuando estos actúan con personalidad distinta a la que tienen como accionistas de dicha sociedad, ya sea en su calidad de compradores, vendedores, etc. La sociedad demandada por el socio acreedor tiene el derecho de oponer la excepción de compensación con base en los créditos que ella tenga contra el actor con motivo de su relación societaria.

La relación que consiste en las relaciones que la sociedad entabla con dichos terceros, e inclusive con los socios en otra calidad distinta a la de accionistas, la consideramos como externa, en tanto que la existente entre la sociedad con los socios en su carácter de tales, constituye la esfera interna.

Los legisladores sin mayor problema pueden preceptuar a las personas colectivas como entes con personalidad jurídica propia y así poder ser titular de derechos y obligaciones. La esfera común y colectiva es distinta es independiente y separada de la esfera individual de cada uno de los socios, motivo por el cual la persona

moral tiene personalidad jurídica propia, y, como consecuencia responde con su patrimonio perteneciente a la esfera común y colectiva de los socios del cumplimiento de obligaciones de la sociedad.

La esfera interna se integra por los sectores corporativo y societario. Dentro del corporativo se encuentran los socios exclusivamente en su esfera común y colectiva; es decir, la sociedad misma. En cambio en la esfera societaria vemos las relaciones existentes entre la sociedad y sus socios en su esfera personal. En tales situaciones no se encuentran los accionistas limitados a la esfera común o colectiva antes mencionada, sino que se encuentra personalmente vinculados, ya sea como acreedores o deudores de la misma sociedad. De tal razonamiento se infiere que la personalidad jurídica de la sociedad se muestra no solamente en su aspecto externo, sino también en el interno, en los sectores societario y corporativo respectivamente.

Estatutos, contrato social y sus partes.

Los elementos auténticos de los estatutos se refieren a la organización, función, disolución y liquidación de la sociedad anónima, inclusive la posición jurídica de los socios, que poseen carácter general o abstracto, que no tienen por objeto una conducta momentánea sino continua. Por otro lado se puede hacer modificaciones estatutarias que también pueden ser de tipo individual, que significa que no solamente podrán modificarse los estatutos a través del procedimiento técnico de modificaciones

estatutarias, para efectos generales, sino también para un solo caso concreto.

La esfera corporativa puede ser formada por las normas legales en la medida en que estas lo permitan, mediante disposiciones estatutarias. En la Ley General de Sociedades Mercantiles podemos encontrar un fundamento para la sistematización de los elementos estatutarios, pero por otro lado no se desprende la mismas ley diferenciación alguna entre los elementos auténticos y los no auténticos de los estatutos. La ley no prevé instrumentos para la suscripción de capital social con la exhibición de las aportaciones correspondientes, el nombramiento de los primeros órganos de administración y de vigilancia, y la formación del orden corporativo de la Sociedad Anónima.

La Ley General de Sociedades mercantiles utiliza los términos de contrato social y de estatutos como sinónimos, con referencia al acto constitutivo sin que le atribuya un contenido conceptual distinto a cada uno de ellos. El autor al citar a Mantilla Molina³, comparte su criterio al afirmar que el acto constitutivo de una sociedad mercantil conforme al derecho mexicano es siempre comercial. Sin embargo dice Walter Frisch P.⁴ que sin embargo, se puede considerar que los estatutos contienen los elementos corporativos y societarios, mientras que los pactos acerca de la suscripción de acciones y exhibición de aportaciones pertenecen al concepto de contrato social.

³ *Ibidem.* P. 178.

⁴ *Ibidem.* P. 178.

Los elementos auténticos de los estatutos serán modificados mediante el procedimiento de la modificación estatutaria, mientras que los elementos no auténticos de los estatutos son modificables a través de la resolución que emita la asamblea general ordinaria de los accionistas. De esta manera predominan el principio corporativo imperativo de la modificabilidad de los estatutos, por una parte, y la competencia de la asamblea general ordinaria por otro lado, frente al vínculo legal de obligaciones establecido en el Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal.

Una calidad especial tiene los intereses constructivos, cuyo pacto puede considerarse como elemento auténtico relativamente obligatorio de los estatutos dada su relación con la constitución y funcionamiento de la Sociedad Anónima, sin embargo, tal elemento solamente podrá modificarse o suprimirse a través de un pacto entre el titular de esos derechos y la sociedad. Se trata aquí de derechos crediticios no obstante que, por la otra parte, son elementos auténticos de los estatutos.

La obligatoriedad de los estatutos frente a nuevos accionistas resulta de la negociabilidad de las acciones, por lo tanto el contenido del contrato social, también es obligatorio frente a aquellas personas que obtengan la calidad de socios, con posterioridad de la constitución de la Sociedad Anónima.

Defectos y anulaciones del acto constitutivo y la subsanación por la inscripción registral.

El contrato social es anulable por defectos en su celebración, también por vicios de la voluntad que haya afectado a una o más de las partes, en la misma forma en que se puede dar en los demás contratos, y con fundamento en las disposiciones civiles.

Sin embargo si el contrato social ya se encuentra inscrito en el Registro Público de Comercio, la anulabilidad antes señalada encuentra serios obstáculos fijados en las leyes y sostenidas por la doctrina, toda vez que los principios civiles antes señalados como fundamento para la anulación deben supeditarse a los principios corporativos, protectores de los derechos de terceros, de los accionistas, principios que rigen la subsistencia de la Sociedad Anónima.

Las limitadas causas de anulación admitidas por la ley de la materia en su Artículo 3º, no conducen a una anulación retroactiva de la Sociedad Anónima, sino solamente a una liquidación como lo establece el numeral anteriormente invocado. Respecto a la orden judicial contenida en los Artículos 260 a 264, para la inscripción registral de la Sociedad Anónima no surte efectos sanatorios relativos a defectos del acto constitutivo toda vez que se limita a la admisión de la inscripción y no resuelve en calidad de cosa juzgada sobre la validez o invalidez del contenido del acto constitutivo.⁵

⁵ *Ibidem*. P. 178 a 180.

b. Facultades de la asamblea.

Recordemos que la asamblea general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Es quién podrá acordar y ratificar todos los actos y operaciones que celebre esta, y sus resoluciones siempre serán cumplidas por las personas que el órgano designe, o a falta de esta designación por el administrador único o consejo de administración.

Según la legislación vigente, prevé en su contenido que las asambleas generales de accionistas son ordinarias y extraordinarias, ambas deben celebrarse en el domicilio social, y si no se cumple con este requisito serán nulas, salvo en el supuesto de caso fortuito o fuerza mayor.

El Artículo 182 de la ley de la materia indica que se consideran asambleas extraordinarias las que se reúnen para tratar los siguientes puntos:

1. Prorroga de la duración de la sociedad;
2. Disolución anticipada de la sociedad;
3. Aumento o reducción del capital social;
4. Cambio de objeto de la sociedad;
5. Cambio de nacionalidad de la sociedad;
6. Transformación de la sociedad;
7. Fusión con otra sociedad;
8. Emisión de acciones privilegiadas;

9. Amortización de la sociedad de sus propias acciones y emisión de acciones de goce;
10. Emisión de bonos;
11. Cualquiera otra modificación del contrato social; y
12. Los demás asuntos para los que la ley o el contrato social exija un quórum especial.

Respecto de la asamblea ordinaria manda la ley que se reúna por lo menos una vez al año, dentro de los cuatro meses que sigan a la clausura del ejercicio social y se ocupará, además de los asuntos incluidos en el orden del día, de los siguientes:

1. Discutir, aprobar o modificar el informe de los administradores a que se refiere el artículo 172 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, tomando en cuenta el informe que rindan los comisarios, y tomar las medidas que juzgue oportunas;
2. En su caso, nombrar al administrador o consejo de administración y a los comisarios;
3. Determinar los emolumentos correspondientes a los administradores y comisarios, cuando no hayan sido fijados en los estatutos.

Además dice el precepto legal que considera como asamblea ordinaria cualquiera que se reúna con un motivo distinto de los señalados para

la constitución de una asamblea general extraordinaria, enumeradas en el Artículo 182.⁶

c. Objeto de la sociedad.

El objeto social es el requisito de existencia que enumera la fracción II del artículo 6º de la Ley General de Sociedades Mercantiles, mismo requisito que tiene por objeto señalar todas aquellas actividades que desarrollará la sociedad para lograr su objetivo. En el caso que nos ocupa, procederemos a señalar un proyecto de estatutos de los que generalmente se utilizan en el ramo hotelero:

I.- Compraventa de toda clase de bienes inmuebles, promoción y manejo de hoteles, moteles, condominios y unidades habitacionales y en general la celebración de toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles compatibles con su naturaleza y permitidos por la ley;

II.- La adquisición por cualquier título de los bienes muebles e Inmuebles que se requieren para realizar el objeto de la sociedad, y la ejecución de los actos y adquisición por cualquier título legal de los bienes muebles e Inmuebles que se requieran para realizar el objeto social, y la ejecución de los actos y celebración de los contratos que se requieran o sean convenientes para el mismo objeto, pudiendo adquirir, enajenar, arrendar y dar en arrendamiento o en comodato por cualquier medio toda clase de bienes muebles y equipo;

⁶ Ley General de Sociedades Mercantiles; Greca Editores; México; 1999. P. 198, 199.

III.- La administración, operación y comercialización de hoteles y centros de hospedaje, así como bares, restaurantes y la prestación de servicios de alimentación y bebidas;

IV.- La compraventa, importación, exportación, almacenamiento, distribución, consignación, representación, intermediación, venta o comisión o comercialización en general, a nombre propio o de terceros de todo tipo de productos;

V.- La adquisición y disposición de toda clase de acciones o participaciones en otras sociedades o asociaciones sean de naturaleza civil, o mercantil, adquirir por compra, suscripción, contrato o por cualquier otro medio y recibir, poseer, vender, permutar y pignorar y en cualquier forma disponer de bonos, obligaciones, pagarés, contratos, derechos de acción, otros valores y medios probatorios de deudas en general;

VI.- El arrendamiento, subarrendamiento, uso, posesión, y adquisición, y operación por cualquier contrato o título, de talleres, almacenes, oficinas y otras instalaciones necesarias o convenientes para el logro de los objetos anteriores, incluyendo la adquisición de inmuebles y derechos reales;

VII.- Adquirir, suscribir, aceptar, endosar, avalar, y en general, operar con títulos de crédito;

VIII.- La obtención y otorgamiento de préstamos y financiamientos, necesarios o convenientes para la realización de los objetos sociales;

IX.- Adquirir, usar, registrar y explotar marcas, nombres comerciales, patentes o derechos de autor y obtener u otorgar licencias para hacer uso de dichas marcas, nombres comerciales, patentes y derechos de autor;

X.- Representar en calidad e agente, mediador, comisionista, factor, consignatario, representante legal o mandatario a toda clase de empresas o personas físicas o morales que se encuentren relacionadas con las actividades a que se refieren los incisos anteriores;

XI.- Prestar y recibir toda clase de servicios;

XII.- La ejecución en nombre propio o de terceros de toda clase de actos, contratos y convenios necesarios o convenientes para la realización de su objeto social.

B. Fusión. Concepto y manifestación.

Lo común entre la fusión y la transformación de las sociedades anónimas y la transmisión de su patrimonio consiste en que las leyes en estudio permiten que las partes puedan transmitir el patrimonio íntegro de la Sociedad Anónima, o cambiar la forma de la personalidad jurídica de la sociedad, sin que para ello medien operaciones de disolución o liquidación, ni la constitución ordinaria de una nueva sociedad que nazca de la transformación. Por tal motivo se

trata de operaciones que tienden a simplificar estas vías y a hacer posible la conservación de la participación de los mismos socios.

La combinación entre fusión y transformación de la Sociedad Anónima, en la cuál las partes pueden combinar de hecho operaciones de fusión y transformación de manera sucesiva para obtener el resultado de cada una de ellas, aplicando estas dos instituciones legales en forma separada, es decir, como primer acto la transformación de la Sociedad Anónima, y como segundo, la fusión entre la sociedad transformada y otra Sociedad Anónima.

Pluralidad de sociedades en la misma fusión.

Para la fusión en forma de constitución de una nueva sociedad se admite la participación de dos o más sociedades como fundadores del nuevo ente colectivo; mientras que la fusión por absorción se refiere a una sociedad como subsistente y otra como absorbida, de forma tal que se excluye la posibilidad que mediante esta vía participen dos o más sociedades absorbidas en el mismo acto. Este pensamiento corresponde a la práctica según la cual fusiones por absorción se efectúan con relación a la parte absorbida con la participación de una sola sociedad en la misma operación. Aunque conceptualmente no observamos el impedimento para que participen en esta forma de fusión dos o más sociedades, y ser absorbidas. Se entiende que como sociedad subsistente puede participar únicamente una sola sociedad. Dentro de la misma operación.

b. Fusión por medio de absorción.

El derecho mexicano no sistematiza la distinción entre la fusión por absorción y la fusión a través de la creación de una nueva sociedad, ni de manera institucional y mucho menos regula esta separación. En el caso de la fusión por absorción, la Sociedad Anónima absorbente subsiste mientras que la sociedad que transfiere su patrimonio, como fusionada a la primera, perderá en virtud de la fusión, su personalidad jurídica.

Características fundamentales de este tipo de fusión:

- Es transferido todo el patrimonio de la Sociedad Anónima absorbida a favor de la Sociedad Anónima subsistente;
- La transferencia del patrimonio se realiza un solo acto sin que se requiere para ello actos individuales respecto de los diversos objetos que integren el patrimonio;
- La sociedad anónima subsistente obtiene la calidad de sucesor de la absorbida;
- No se requiere una liquidación de la Sociedad Anónima absorbida, y tampoco una resolución relativa a la disolución de la misma sociedad;
- La Sociedad Anónima subsistente tiene la obligación de entregar acciones propias, como contraprestación al patrimonio recibido de

la sociedad fusionada, a los accionistas de la misma. Por ende se excluye la entrega de cualquier otro tipo de contra prestación, a no ser que se trate de cantidades relativamente pequeñas y adicionales a las acciones;

- La Sociedad Anónima subsistente y la fusionada no podrán encontrarse en la fase de disolución para que proceda la fusión, debido a que tal situación es incompatible con la fusión.

c. Procedimiento.

Resolución de la asamblea extraordinaria.

Según lo establece el Artículo 182 en su Fracción VII de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se requiere de una resolución previa de la asamblea extraordinaria de cada una de las sociedades anónimas participantes, con la cual se protegen los intereses de los accionistas. Sin embargo, los accionistas que se opongan a esta resolución, no cuentan con el derecho de separación, como se desprende del Artículo 206 del mismo ordenamiento jurídico. Consideramos que la fusión puede ir acompañada con una modificación estatutaria en el mismo acto. Por ejemplo, que se modifique la denominación de la sociedad fusionante.

Contrato de fusión.

En el derecho mexicano no es obligatorio formar un contrato de fusión, el que se considera útil en la práctica. Se considera aceptable que el criterio que sostiene que el contrato de fusión no conste en escritura pública, no obstante que a través de tal contrato se

transmita un patrimonio que contenga bienes cuya transmisión de manera particular si requiera de esta formalidad, toda vez que la fusión tiene un carácter de transmisión y sucesión generales.

Canje de acciones.

El canje de las acciones de los socios de la sociedad fusionada, por medio del cual reciban las acciones de la sociedad fusionante, debe efectuarse con base en la cotización resultante del valor material de las acciones de cada una de dichas sociedades. En este caso no es válido tomar en cuenta el valor contable ni el valor nominal de las acciones. Para tal efecto se requiere determinar el valor de los patrimonios de ambas sociedades y de este valor se desprenderá el de las acciones.

También valores imponderables pueden tener importancia para la determinación de prestación y contraprestación. Así se determina el valor de las acciones que la sociedad fusionante entregará a los accionistas de la sociedad absorbida; y el valor del patrimonio de esta última, que se aportará como contraprestación por la entrega de dichas acciones; debido a que se transmite el patrimonio de la sociedad como unidad íntegra, es decir, la empresa en función, se deberá tomar el valor del conjunto del patrimonio de la empresa, y no únicamente el valor de las cosas individualmente que al final de cuentas forman parte del mismo patrimonio.

Tiene relevancia el valor que se obtenga en el supuesto de la venta de la empresa íntegra, puesto que se estimarán los valores las dos

empresas, no los de las acciones. Para la estimación se tomarán en cuenta las reservas ocultas, y en su caso el crédito mercantil, conceptuado este como la diferencia existente entre el valor de capitalización de rendimiento de la empresa y el valor físico de la misma; siempre el primero es mas alto que el segundo, y puede ser considerado como valor superior de capitalización. También se puede basar para efecto de canje de acciones, en forma exclusiva en el valor capitalizado del rendimiento de la empresa; este último será fijado por medio de la estimación del rendimiento futuro y subsistente de la empresa. Nota muy importante es, que respecto de cada una de estas sociedades se aplique el mismo método de estimación.

Publicación y balances.

El Artículo 223 de la ley de la materia exige la publicación previa de los acuerdos tomados en las asambleas extraordinarias, en el periódico oficial del domicilio de las sociedades que hayan de fusionarse; asimismo el contrato de fusión deberá ser publicado si este se ha celebrado de manera escrita. El mismo precepto legal dispone que cada sociedad que participe en la fusión deberá publicar su último balance; es decir es necesario únicamente el último balance anual sin que se requiere de uno nuevo para los efectos de la celebración de este acto jurídico. Este balance debió ser aprobado por la asamblea general ordinaria, y que deberá contener el último ejercicio social concluido con anterioridad a la fusión.

De la disposición legal comentada resulta una diferenciación entre balances o estados financieros formados para el reparto de utilidades,

que contendrán utilidades o pérdidas y reservas expresas o directas y reservas ocultas o indirectas que se creen por subestimación del activo o sobrevaloración del pasivo, por una parte, y balances a través de los cuales se quiera obtener el activo y pasivo reales de la sociedad; es decir, estados financieros de patrimonio real. En este último tipo de balances no pueden aparecer reservas ni utilidades repartibles o pérdidas.

De manera general se ofrece la siguiente sistematización relativa a los balances que deben formarse en los casos de fusión:

- Para el canje de acciones de los accionistas que participan en una fusión, es necesario un balance del activo y pasivo reales de ambas sociedades; es decir, un balance del patrimonio real, en virtud de que dicho canje debe efectuarse con fundamento en los valores reales de las acciones mencionadas;
- Como protección de los acreedores de ambas sociedades participantes en la fusión se requiere un balance del tipo mencionado en el punto anterior;
- Con la finalidad de hacer el reparto de utilidades de las sociedades que se extingan por motivo de la fusión, se requiere un balance previo, para este tipo de reparto, de manera análoga al balance anual;
- Para que exista continuidad, entre la estimación de los bienes del activo y de las obligaciones del pasivo de las sociedades que se

extingan por la fusión, en la contabilidad de estas y la evaluación correspondiente que se efectúe en los libros de la sociedad, que por medio de la misma fusión adquiera como sucesor general de las extinguidas en su activo y su pasivo, se requiere de un balance del tipo previsto para reparto de utilidades análogo al balance anual, toda vez que dicha continuidad debe existir entre el último balance hecho para el reparto de utilidades a los accionistas de la sociedad extinguida y el primer balance de la sociedad fusionante que se consolida para el reparto de utilidades entre los accionistas de la sociedad fusionante.

El valor neto del patrimonio de la sociedad absorbida deberá corresponder por lo menos al total resultante del valor nominal de las acciones que se entregarán por parte de la fusionante a los accionistas de la sociedad fusionada y de los pagos en efectivos ya realizados, de manera adicional a los mismos accionistas. Si este valor patrimonial es superior al valor que se hubiera entregado, la diferencia será considerada como exhibición de la prima, que resulta de la diferencia entre el valor nominal y el valor de emisión.

Dentro del Artículo 223 de la ley de la materia encuentra la obligación que tiene la Sociedad Anónima que será fusionada, para publicar el sistema a seguir para la extinción de su pasivo; es decir, que la Sociedad Anónima fusionante cumplirá con las obligaciones a que le impone responder el Artículo 224 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, o que se efectúe el pago anticipado de las deudas como lo contempla el Artículo 225 de la misma ley.

Inscripción registral.

Para que surta efectos la fusión de las sociedades deban ser inscrita tal y como lo previenen los Artículos 223, 224 y 225 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Esta inscripción tiene efectos constitutivos y no meramente declarativos como sucede con la inscripción de otros actos jurídicos; toda vez que si no se inscribiera la fusión, esta no surtiría efectos ni siquiera entre las partes que tuvieron conocimiento de la misma. Son objeto de la inscripción, el contrato de fusión y las resoluciones de las asambleas extraordinarias de las sociedades que hubieren participado en la misma operación.

La Ley no es precisa sobre este punto, pero consideramos necesaria la inscripción de la fusión en el registro de la Sociedad Anónima subsistente, también que se realice esto en el registro de la Sociedad Anónima fusionada, para que la fusión pueda surtir efectos de manera inmediata, y esto si se aplican las medidas previstas en el Artículo 225 de la misma ley, para satisfacer así las obligaciones contraídas a favor de los acreedores de las sociedades anónimas que participen en la fusión. También en los otros casos para la satisfacción de los acreedores se requiere de la inscripción en ambos registros, sin importar el orden que se siga.

Si no se hace el pago inmediato a los acreedores, los efectos de la fusión no resultarán sino tres meses después de haberse efectuado la inscripción de la fusión en el Registro de Comercio, o si la oposición de acreedores fuere declarada judicialmente como infundada; pero inclusive en el caso de tal declaración judicial, los efectos de la fusión

no entrarían con anterioridad a la expiración del plazo. Se inicia el plazo de tres meses contados a partir de la inscripción registral que se efectuó como la última entre las relacionadas con las sociedades participantes en la misma operación. Además existe la posibilidad de que la autoridad judicial declare fundada la oposición de alguna acreedor, en cuyo caso, esta fusión no surtirá efectos.

Efectos de la fusión.

No parece admisible que se creen fusiones con efectos retroactivos, debido a que no pueden crearse sujetos de derecho con efectos retroactivos. El momento a partir del cuál la fusión surte sus efectos en el sentido de la extinción de la o las sociedades absorbidas y de la entrada de la fusionante como sucesora de las anteriores, es determinada de manera imperativa por los artículos relativos de la Ley General de Sociedades Mercantiles, sin la posibilidad de que las partes lo puedan modificar; es decir, se trata de normas de orden público.

La sociedad fusionante es la sucesora de la Sociedad Anónima absorbida, como lo sería el papel de un heredero, que responde sin embargo del pasivo en forma ilimitada. Respecto a las relaciones laborales de la sociedad fusionada como patrón, la fusionante entra en ellas como sucesora general, y desde nuestro particular punto de vista si opera el Artículo 41 de la Ley Federal del Trabajo, toda vez que se debe entender como patrón a la Sociedad Anónima fusionante, encargada de la organización de los factores de la producción. El mandato corporativo de sus administradores y

comisario termina con la fusión. De los contratos celebrados entre estos administradores y la fusionada, podrán resultar algunos derechos de indemnización por motivo de la terminación, La fusionante responderá al respecto, pero nunca se encontrará obligada a continuar con esos mandatarios.

Las obligaciones de los accionistas de exhibir aportaciones faltantes respecto a acciones no liberadas continuarán a favor de la fusionante contra los socios correspondientes. Los titulares de obligaciones convertibles conservarán sus derechos crediticios al pago frente a la fusionante. Sus derechos a la conversión de sus obligaciones en acciones no deberán ser afectados por la fusión. Por este motivo, la fusionante deberá conceder a estos obligacionistas un derecho a conversión equivalente o compensar los daños y perjuicios a los obligacionistas.

En el derecho mexicano es admisible en la fusión, un aumento de capital social, en virtud de que la sociedad subsistente no se encuentra obligada a entregar sus propias acciones a los accionistas de la Sociedad Anónima absorbida, sino que de manera optativa puede realizar un aumento de su capital social y quedarse con sus propias acciones dentro de los límites que le fija el Artículo 134 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. En nuestra legislación, no se admite de manera expresa, el pago en efectivo de manera complementaria de las acciones de la sociedad anónima fusionada por parte de la S.A., subsistente por motivo del canje de acciones. Tomando en consideración, que por esencia de la fusión, el pago a dichos accionistas debe realizarse por medio de la entrega de acciones

de la sociedad fusionante, la falta de una autorización legal para efectuar los pagos complementarios mencionados nos hace opinar, que estos se encuentran prohibidos, ano ser que se trate de situaciones excepcionales. Además no se permite que se efectúen prestaciones en especie a los accionistas ya mencionados.

Protección de los acreedores de la Sociedad Anónima.

Esta protección se encuentra mas acuñada en México que en otros países toda vez que en este país la protección puede desembocar a que la fusión no pueda realizarse; mientras que en otros países, lo que se busca es que con la fusión pueda ser útil para fines económicos, y no sea obstaculizada por medidas protectoras a favor de los acreedores. Se protege a los acreedores de una situación económica desfavorable y en su entero perjuicio, que resultara de la fusión de la empresa deudora, y de la insolvencia de la Sociedad Anónima subsistente.

Responsabilidad de los órganos de las Sociedades Anónimas que hayan participado en la fusión.

Uno de los efectos que se produce mediante la fusión de sociedades, es el hecho de la perdida de la personalidad jurídica de la sociedad absorbida, razón por la cual las obligaciones y derechos adquiridos con anterioridad al momento de la terminación de esta, se transmiten a la sociedad subsistente. Como consecuencia de lo anterior, la responsabilidad que corresponde a los órganos de la sociedad anónima absorbida, con motivo de una conducta negativa de ellos en

la operación de fusión, podrá ser exigida por la Sociedad Anónima subsistente, debido a que tales derechos nacieron en favor de la persona absorbida antes de su terminación. Es el supuesto en que la Sociedad Anónima subsistente puede exigir la responsabilidad de sus propios órganos y la de los órganos de la Sociedad Anónima fusionada.

Respecto a la limitación que pudiera existir o para el caso de fusiones, tenemos el texto del Artículo 28 Constitucional que prohíbe la existencia de monopolios de modo que las fusiones que conduzcan a la creación de los mismos, no son admitidas. Especialmente el Artículo 16 de la Ley Federal de Competencia Económica se pronuncia en contra de fusiones inadmisibles.⁷

C. Transformación. Concepto y manifestaciones.

En el Artículo 227 de la Ley General de Sociedades Mercantiles se contempla en forma global e ilimitada transformaciones entre los tipos de sociedades que se mencionan en el Artículo 1ro, en sus Fracciones I a V, y con respecto a su conversión económica, de ser de capital fijo a una sociedad de capital variable, sin que haya una regulación especial para cada tipo de sociedad. El Artículo 228 de la misma ley señala que en la transformación de las sociedades se aplicarán los preceptos contenidos en los artículos que se refieren a la fusión.

En nuestra legislación el Artículo 206 protege los intereses de los accionistas minoritarios de la Sociedad Anónima que hubiera resuelto

⁷ Frisch Philipp, Walter. "Sociedad anónima mexicana". Op. Cit. P. 591 a 609.

su transformación; es decir, faltan disposiciones legales por medio de las cuales se proteja individualmente, a los socios cuya posición se convierta profundamente por la transformación.

La legislación vigente, no regula de manera detallada la transformación de la sociedad. Sobre el nacimiento de una sociedad podemos decir que esta puede nacer como producto de la transformación de otra sociedad. No es admisible la transformación de personas morales reguladas por el Derecho Civil, en personas jurídicas del derecho mercantil, ni a la inversa. Los particulares no tienen la facultad para que dentro del marco de la autonomía de la voluntad puedan modificar este criterio, en virtud de que la transformación legal de una persona jurídica de esta naturaleza no puede ser particularmente ampliado, por tratarse de normas de orden público. Esta figura se constituye por normas imperativas que no pueden ser extendidas ni reemplazadas por normas individuales o extra legales establecidas por las partes.

D. Escisión. Concepto y manifestaciones.

La figura que se comenta fue ingresada a la Ley General de Sociedades Mercantiles, por medio de la reforma efectuada al ordenamiento del día 11 de Junio de 1992. Esta figura ya era reconocida por la legislación fiscal; esta vanguardia del legislador fiscal ante el mercantil se debe principalmente a que observa los fenómenos económicos con mayor interés y aceleración a nivel legal en virtud de que su finalidad es la de obtener ingresos lo que significa un motor del cual carece el derecho mercantil.

En la figura de la escisión se combinan directamente transmisiones patrimoniales con modificaciones corporativas. La escisión puede considerarse como un acto contrario de lo que se persigue mediante la fusión; toda vez que en esta última se funde el patrimonio de dos sociedades y los accionistas de la fusionada se convierte en los de la fusionante, en tanto que por medio de la escisión se reparte el patrimonio de la sociedad escidente total o parcialmente de las escindidas y accionistas de la primera llegan a ser los de la segunda. La escisión sirve para la disgregación de las empresas.

Los efectos negativos potenciales que resulten de fusiones y escisiones consisten en las posibles afectaciones de los acreedores de las empresas escidentes, debido a que su fondo de satisfacción económica supuesta al principio de la relación crediticia, pueda reducirse a través de la mezcla de activos y pasivos o en la de su división.

El artículo 228 bis de la Ley General de Sociedades Mercantiles, regula la escisión en diez fracciones, de la siguiente manera:

I.- La escisión requiere una resolución emitida por la escidente, en torno a la mayoría que se necesita para las modificaciones estatutarias;

II.- Las acciones de la escidente deberán ser totalmente pagadas; toda vez que las escindidas no podrán exigir el pago de aportaciones correspondientes a las acciones emitidas;

III.- Cada uno de los socios de la sociedad escidente tendrá inicialmente un capital social dentro de las escindidas igual, a la de que sea titular dentro de la escidente;

IV.- La resolución de la asamblea determina o dispone la escisión, en los siguientes términos:

- a) La descripción de la forma, plazos y mecanismos en que los diversos conceptos de activo, pasivo y capital social serán transferidos. Por la propia naturaleza del acto jurídico, estos plazos deben ser cortos;
- b) La descripción de las partes del activo, del pasivo y del capital social que correspondan a cada sociedad escindida, y en su caso a la escidente, con detalle suficiente para permitir la identificación de estas;
- c) Los estados financieros de la sociedad escidente, que abarque por lo menos las operaciones realizadas durante el ejercicio fiscal anterior, debidamente dictaminados por auditor externo.

Se trata de determinar el valor real del activo y pasivo a cierta fecha que deberá encontrarse lo mas cerca posible de la asamblea.

- d) La determinación de las obligaciones que por virtud de la escisión asuma cada sociedad escindida. Si una sociedad escindida incumpliera con alguna de sus obligaciones asumidas por ella en virtud de la escisión, responderán solidariamente ante los acreedores que no hayan dado su consentimiento

expreso, la o las sociedades escindidas durante un plazo de tres años contado a partir de la última de sus publicaciones, hasta por el importe del activo neto que le haya sido atribuido en la escisión a cada una de ellas;

- e) Los proyectos de estatutos de las sociedades escindidas, necesarias para su nacimiento.

V.- La resolución de escisión se protocolizará ante notario y se deberá inscribir en el Registro Público de Comercio. Además el texto de la escisión quedará durante un plazo de 45 días a la vista de los socios y de los acreedores en las oficinas de la sociedad escidente;

VI y VII.- Se concede a los accionistas y acreedores de la sociedad escidente, el derecho de oposición judicial contra la escisión, y permite la ley la suspensión de los efectos de escisión solamente en los casos de otorgamiento de garantía para cubrir los daños y perjuicios que se causen a la sociedad escidente por esta medida;

VIII.- Los accionistas o socios que voten en contra de la resolución de escisión gozarán del derecho a separarse de la sociedad, y en lo conducente será aplicable el artículo 206 de la ley de la materia. El derecho a la oposición puede ejercitarse de manera adicional al de oposición judicial, y en el caso del accionista, este puede expresar en su declaración de separación que esta se efectúa con la reserva de que su oposición judicial no prospere. El pago que deba recibir el accionista que sale se determinará según los valores reales del patrimonio neto de la sociedad existente al momento de la cual la

escisión surta plenos efectos, sin derecho a retroacción a la fecha en que se tomó la resolución de escisión.

IX.- Si como consecuencia de la escisión, se extingue la escidente, se cancelará la misma en el Registro de Comercio al momento en el cual la escisión surta plenos efectos.

X.- Los accionistas participantes en las escindidas no están sometidos a la retención de los títulos de sus acciones en los casos de aportaciones en especie, toda vez que el legislador supone que la escisión se efectúa con posterioridad mayor de dos años a la constitución de la escidente.⁸

E. Disolución y liquidación. Concepto y manifestaciones.

De los artículos 3, 229 y 232 de la Ley General de Sociedades Mercantiles se desprenden las siguientes causales de disolución:

1.- La expiración del plazo fijado en los estatutos para la duración de la sociedad anónima. Para ello se deben crear normas estatutarias que fijen la duración de esta persona jurídica, de modo que el derecho mexicano no exija la inscripción en el Registro de la disolución efectuada por esta causa. La ley de la materia no prevé la reactivación de una sociedad anónima ya disuelta, por ende debe esta constituirse nuevamente, si quisiera continuar en la calidad que poseía con posterioridad a la disolución, toda vez que el artículo 182, fracción primera solo es aplicable en sociedades aun no disueltas. En

⁸Ibidem.- P. 616 a 621.

el sistema jurídico mexicano se contempla como efecto inmediato de la disolución de una sociedad anónima su respectiva liquidación.

2.- La resolución que se tome con el objeto de disolver la sociedad anónima, por la asamblea de accionistas. En el derecho mexicano esta causal se puede presentar con dos variantes:

- a) La disolución anticipada de un contrato social por tiempo definido;
- b) La disolución anticipada de un contrato social por tiempo indefinido.

Aunque el artículo 6 en su fracción IV ordena que se marque una duración para la vida de la sociedad, creemos que en el caso de una sociedad irregular, en su totalidad son nulas incluyendo el acuerdo en que se haya determinado su duración.

Las resoluciones de esta naturaleza, de acuerdo con lo dispuesto al artículo 12 en su fracción II, deben ser tomadas por la asamblea extraordinaria, mientras que las relativas a lo establecido por el artículo 229 en su fracción III, pueden ser votadas por la asamblea ordinaria. Esta resolución debe ser inscrita en el Registro Público de Comercio para que surta efectos contra terceros de buena fe.

3.- El número mínimo de accionistas cuya existencia es necesaria para evitar la causal de disolución, es ahora de dos personas, desde el año de 1992.

Parece admisible la posibilidad de que los estatutos prevean de manera adicional causales de disolución distintas a las enumeradas por la ley, aunque a través de las normas estatutarias no se pueden suprimir las causales legales.

El artículo 3ro de la Ley General de Sociedades Mercantiles, prevé la disolución y liquidación de una sociedad anónima que tenga un objeto ilícito o que ejecute de manera habitual actos ilícitos.

El mismo artículo habla de que las sociedades mencionadas en el serán nulas, no se trata de la anulación retroactiva de tales sociedades como lo es en el caso de contratos nulos, sino que se trata de una causa de terminación previa liquidación. La causal que se comenta es ramificada en dos, toda vez que, es distinto tener un objeto ilícito, que efectuar actos ilícitos habitualmente. Además la una es independiente de la otra.

El concepto de ilicitud se entenderá de acuerdo a la teoría general de las obligaciones, que se trata de una violación a las normas legales, fundamentales y especialmente importantes para el orden público. La situación ilícita deberá manifestarse en forma abierta o cubierta por una simulación. En el derecho mexicano no se distingue entre conductas ilícitas cometidas por la asamblea general por un lado y las de los administradores por el otro.

Liquidación.

La liquidación es un procedimiento forzoso a menos que se efectúe la quiebra, toda vez que la satisfacción de los acreedores societarios es de orden público y se prohíbe el reparto del patrimonio social entre los socios sin que se tome en cuenta el pago a los acreedores. La sociedad anónima subsiste a pesar de su liquidación o concurso, si se encuentran bienes de la sociedad anónima con posterioridad a estas medidas.

En cuanto al nombramiento y remoción de los liquidadores, pueden ser estas personas físicas o personas morales, a través de los estatutos de la Sociedad anónima, por resolución tomada por la asamblea general o por resolución judicial. Este último funciona en caso de que no existieran los dos primeros.

La revocación de los liquidadores, en México, puede ser efectuada por acuerdo de los socios o por resolución judicial si cualquiera de los socios justificare judicialmente la existencia de una causa grave para la revocación. El artículo 238 de la ley de la materia confiere a la asamblea la facultad de revocación con respecto a los liquidadores nombrados por la autoridad judicial o en los estatutos. Los liquidadores deben ser inscritos en el Registro de Comercio. Tratándose de nombramientos judiciales de liquidadores, la inscripción deberá hacerse previa orden judicial. De la misma forma deben ser inscritas las revocaciones de los liquidadores, y surten efectos contra terceros de buena fe.

Los liquidadores tienen poder de representación en forma conjunta, y se puede sostener que no se requiere mancomunidad de liquidadores para actos de administración. El poder legal de los liquidadores incluye solamente operaciones pertenecientes a la liquidación tal y como lo disponen los artículos 10, 233 y 242 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. La actividad conjunta de los liquidadores no se refiere únicamente a la representación de la sociedad anónima sino también a su administración, de modo que las resoluciones de los liquidadores requieren de unanimidad.

Los poderes otorgados a favor de los gerentes antes de la disolución de la sociedad anónima subsisten en la fase de liquidación, toda vez que no parece admisible que los liquidadores pudieran otorgar dichas facultades.

Respecto a las operaciones en la liquidación; los liquidadores deben concluir las operaciones de la sociedad anónima que hubieran quedado pendientes al tiempo de la disolución, tal como cobrar los créditos de la sociedad sea frente a terceros o frente a los accionistas.

El cobro del crédito puede ser efectuado en dinero o por medio de compensación. Los liquidadores deben vender los bienes de la sociedad anónima; en principio todo su patrimonio y no solamente la que sea necesaria para hacer pago de sus obligaciones, en virtud de que los accionistas recibirán su cuota en forma pecuniaria. A no ser que existan normas estatutarias que permitan la repartición en especie.

Los liquidadores deben hacer pago de las deudas de la sociedad anónima, si se trata de deudas no vencidas o cuestionables en su liquidación se harán en lugar del pago, el depósito que corresponde.

Los liquidadores deben efectuar el pago de su cuota a los accionistas con el haber social remanente, después del pago de las deudas de la sociedad anónima contra la entrega de los títulos de las acciones. Los accionistas responden de los pagos efectuados a los acreedores societarios de manera incorrecta.

El artículo 242 de la ley de la materia establece que los liquidadores deben practicar el balance final de la liquidación, que una vez aprobado por los accionistas será depositado en el Registro Público de Comercio. En el artículo 247 de la ley se ordena que se indique la parte a que cada socio corresponda en el haber social, y el balance debe ser publicado, y después de tal aprobación se efectuará el pago de las cuotas de liquidación a los accionistas, conforme al 248.

La ley General de Sociedades Mercantiles no exige un balance consolidado el día de la apertura de la liquidación, de manera que es suficiente constatar de otra forma en los libros el inicio de la liquidación y levantar el inventario mencionado en el artículo 241 de la misma ley. Durante la fase de liquidación habrá únicamente un ejercicio social que comience con el inicio de la misma y terminará con la conclusión de la liquidación. El ejercicio anterior termina de manera automática con el principio de la liquidación.

Sobre la protección de los acreedores de la sociedad anónima podemos decir que el artículo 243 contiene una reglamentación específica para la protección de los acreedores. Legalmente se da preferencia al pago de los acreedores sobre la repartición a favor de los accionistas. Además los acreedores tienen el derecho de oposición contra repartos parciales a los accionistas, previa repartición del reparto proyectado; es decir, los acreedores pueden oponerse activamente si existe necesidad concreta.

Ya en la terminación de la liquidación; el balance final una vez aprobado, será depositado en el Registro Público de Comercio y se cancelará la sociedad anónima en el mismo registro. Los libros y papeles de la sociedad se quedan en depósito de los liquidadores durante diez años, después de la terminación de la liquidación. Este plazo es aplicable a los libros y papeles que los liquidadores hayan llevado y a los que ellos hubieren recibido cuando entraron en funciones. Debe publicarse el proyecto del balance final antes de su aprobación por la asamblea general, mientras que los balances anuales se publicarán después de su aprobación por la asamblea general.

Se prevé el depósito bancario de sumas no cobradas por los accionistas y el depósito bancario de sumas no cobradas por los accionistas y el depósito de pagos a los acreedores de la sociedad anónima en ciertas ocasiones. Una vez aprobado el balance por la asamblea general, se hará la repartición del patrimonio remanente a los socios.⁹

⁹Ibidem.- P. 575 a 585.

CAPITULO QUINTO

ELEMENTOS QUE CONSTITUYEN UNA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LAS SOCIEDADES PRESTADORAS DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE (S.P.S.H.)

A. Problemáticas de la empresa hotelera en la práctica mercantil mexicana.

La empresa hotelera se ve perjudicada desde el momento de su creación, en que se busca constituir una sociedad anónima con un objeto social entre los que se encuentre la prestación de servicios de hospedaje y servicios complementarios.

En la actualidad, a diferencia de otros tipos de negocios mercantiles que existen en nuestro país, la actividad hotelera se ha encontrado con el problema de la prevención de conflictos presentes y futuros que se dan con las autoridades administrativas con las que tiene relación. En efecto, esta actividad se ha visto supervisada por un gran número de regulaciones administrativas, mismas que consideramos se pueden simplificar debido a la importancia de la empresa hotelera, previendo los proyectos de formatos o adecuando los sistemas que nos dan las propias normas administrativas, mismos que proveerá la Secretaría de Turismo

Desde la contratación de una habitación que se ve regulada por una norma oficial mexicana que señala cuales deberán ser los requisitos que deberá cumplir un contrato de prestación de servicios de

hospedaje, así como lo relacionado con el reglamento interno, hasta los pequeños formatos para quejas y sugerencias, la empresa hotelera puede hacerse acreedora a gran número de sanciones impuestas por las autoridades de verificación correspondientes.

Un hotel se caracteriza por ser un negocio que tiene que cumplir con gran cantidad de disposiciones legales, mismas que emanan de diversas autoridades como se verá en el siguiente capítulo. El objetivo mercantil de todo establecimiento de hospedaje es la obtención de un lucro, una ganancia lícita misma que se incrementa en la medida en que los sistemas implementados por el mismo hotel sean más eficientes y las normas oficiales y demás reglamentación en la materia, desde nuestro punto de vista, no hacen más que obstaculizar este propósito.

Resulta pues contradictorio el discurso político que pretende fomentar y desarrollar la hotelería, considerando su gran valor en captación económica y fuentes de trabajo. Es de mencionar que los trámites necesarios para la apertura de un establecimiento de hospedaje en nuestro país se han complicado, de manera que es muy difícil cumplir con todas y cada una de las disposiciones reglamentarias por las que se rige esta actividad: Secretaría de Turismo, Procuraduría Federal del Consumidor, Delegaciones Políticas, Protección Civil, Ecología, Tesorería del Distrito Federal, Secretaría de Medio Ambiente, Secretaría de Salud, por mencionar algunas de las autoridades que tienen relación directa en el ámbito hotelero.

Esta es la verdadera problemática de la empresa hotelera en México y como ya se ha mencionado, es la intención de esta tesis contribuir, si no a la disminución de todos estos requisitos, si a la prevención y estudio de los mismos, previo a la apertura de un establecimiento de hospedaje, y apoyado en todo momento por las Secretarías de Turismo y Economía, lo cual evitará en gran medida los gastos innecesarios que traen aparejada la falta de prevención en esta materia, misma que se debe dar desde el nacimiento de la persona mora, previendo todas las circunstancias que pudieran surgir y contribuirá a un contacto más directo entre el empresario y la autoridad.

a. Problemática con la autoridad administrativa.

Con la finalidad de hacer un estudio a fondo, pasaremos a desarrollar los trámites que requiere un hotel ante las principales autoridades vinculadas con esta actividad, así como las exigencias que deben cumplir.

Secretaría de Turismo:

Esta autoridad en la actualidad, tiene la obligación de aplicar e interpretar la Ley Federal de Turismo, en representación del Ejecutivo Federal (artículo 1º).¹ Dentro de las obligaciones emanadas de la Ley Federal de Turismo (LFT) para el establecimiento de hospedaje, encontramos las siguientes:

¹ Ley Federal de Turismo. DOF. 31 de Diciembre de 1992. Ed. Porrúa.

1. En primer término es relevante señalar que los artículos 32, 40 y 42 de la LFT, otorga facultad expresa a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (PROFECO), para que rija conjuntamente con la Secretaría de Turismo las relaciones entre los prestadores de servicios turísticos y los usuarios turistas, facultando a la PROFECO a que ante ella se presenten las quejas de estos últimos, sujetándose al procedimiento conciliatorio que enmarca la Sección Segunda de la Ley Federal de Protección al Consumidor. La PROFECO de igual manera, podrá realizar visitas de verificación a los hoteles.

2. Los establecimientos de hospedaje deberán anunciar ostensiblemente en los lugares de acceso al establecimiento sus precios y tarifas de los servicios que estos incluyan, así como la descripción de los mismos, tanto en la recepción del propio hotel, como en las habitaciones, señalando los precios de los demás servicios adicionales que pueda hacer uso el usuario turista. De igual forma, se deberá exhibir en las habitaciones el Reglamento Interno del Hotel (artículo 35 fracción I, 37 LFT y 25 fracciones I y II del Reglamento de la Ley Federal de Turismo²).

3. El hotel deberá cumplir con los servicios, precios, tarifas y promociones, en los términos anunciados, ofrecidos o pactados, lo que en muchas ocasiones la PROFECO verifica de oficio, mediante las promociones que se publican en diferentes diarios y que utilizan las frases "precio sujeto a cambio sin previo aviso" y "aplican restricciones" (artículo 35 fracción III y 37 segundo párrafo LFT).

² Reglamento de la Ley Federal de Turismo. DOF. 2 de mayo de 1994. Ed. Porrúa.

4. Deberá contar con los formatos foliados y de porte pagado a que haremos referencia en el estudio de la Norma Oficial Mexicana NOM-01-TUR-1995, titulada *"De los Formatos Foliados y de Porte Pagado para la Presentación de Sugerencias y Quejas de Servicios Turísticos Relativos a Establecimientos de Hospedaje"*, en los siguientes apartados (artículo 35 fracción IV LFT).
5. Se deberá contar con la constancia de inscripción al Registro Nacional de Turismo (artículo 36 LFT).
6. Dentro del establecimiento de hospedaje, todos los documentos, facturas, cartas de precios y anuncios, deberán estar en letra legible y en español, sin perjuicio de utilizarse otros idiomas (artículo 25 fracción III del Reglamento a la Ley Federal de Turismo).
7. Si el hotel ofrece el servicio de cambio de moneda extranjera o se liquiden cuentas con moneda extranjera, deberá informarse al turista el tipo de cambio al que se toma su moneda (artículo 25 fracción IV del Reglamento de la Ley Federal de Turismo).
8. De las Normas Oficiales Mexicanas se derivan otras obligaciones por parte del hotel, lo que desarrollaremos más adelante.

Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

El objeto de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), es el de *"promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y*

consumidores".³ Como ya observamos, la Ley Federal de Turismo, otorga a la PROFECO, mediante sus artículos 32, 40 y 42, facultades para actuar en esta materia y señalar obligaciones a las empresas de hospedaje como son las siguientes:

1. La LFPC señala la prohibición a los prestadores de servicios de hospedaje llevar a cabo acciones que atenten contra la libertad o seguridad o integridad personales de los consumidores bajo el pretexto de registro o averiguación. En caso de que alguien sea sorprendido en la comisión flagrante de un delito, los proveedores, sus agentes o empleados se limitarán bajo su responsabilidad, a poner sin demora al presunto infractor a disposición de la autoridad competente (artículo 10 de la LFPC).

2. Los prestadores de servicios hoteleros, están obligados a entregar al consumidor, factura, recibo o comprobante, en el que conste los datos específicos del servicio (artículo 12 de la LFPC).

3. Los artículos 32, 35 fracción II, 38, 48 y 50 de la LFPC, respaldan lo ya señalado por la LFT, en cuanto a la veracidad de la publicidad, es decir, por medio de los preceptos antes señalados, la PROFECO se encuentra facultada para ejercer acción en contra de quienes difundan su publicidad con alguna leyenda que restrinja o limite el servicio y a criterio de esta, no sea clara, veraz y sin ambigüedades.

³ Ley Federal de Protección al Consumidor. DOF. 24 de Diciembre de 1992. Ed. Porrúa.

4. Cuando se anuncie como disponible un servicio, este no podrá limitar o negar al consumidor la venta del mismo, salvo cuando medie mandato judicial o disposición jurídica que exija el cumplimiento de algún requisito (artículo 43 de la LFPC).

5. Tener a la vista los precios de los servicios con caracteres claramente legibles (artículo 57 LFPC).

6.- Está prohibido establecer preferencias o discriminación alguna respecto de los solicitantes del servicio, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas (artículo 58 LFPC).

7. Es obligación del hotel, proporcionar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los servicios que ofrecen (artículo 58 segundo párrafo de la LFPC).

8. El Hotel deberá presentar un presupuesto por escrito, previo a la prestación del servicio, y deberá cumplir con lo establecido por el artículo 27 del Reglamento de la Ley Federal de Turismo (artículo 59 de la LFPC.)

9. De igual forma, la Ley Federal de Protección al Consumidor, señala la obligación de garantizar el servicio por parte del prestador del servicio. En caso de incumplimiento, el consumidor podrá optar por pedir la rescisión o la reducción del precio, y en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa u objeto del

contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos a los que habitualmente se destine o disminuyan su calidad (artículo 82 LFPC).

10. El Capítulo X de la LFPC, enmarca lo relacionado con los contratos de adhesión que serán estudiados más adelante, en el apartado de los diversos contratos de adhesión que se manejan en la actividad hotelera.

11. Consideramos relevante puntualizar el hecho de que la PROFECO dentro de sus principios básicos se encuentra la protección a los intereses de los consumidores, sin embargo, por experiencia propia podemos afirmar que en ocasiones, esta instancia se ha pretendido utilizar para lograr beneficios fraudulentos por parte de los usuarios turistas y que en ocasiones el propio hotel prefiere hacer pagos en dinero injustamente al consumidor y concluir con el procedimiento, antes de enfrentarse contra una Autoridad que conlleva la consigna de sentenciarlo.

Delegaciones políticas.

Con relación a esta autoridad, por lo que hace a la Ciudad de México, se ha convertido en uno de los principales obstáculos para el desarrollo de la actividad hotelera, en razón de que es la facultada para la expedición y verificación de las Licencias de Funcionamiento de los establecimientos mercantiles y por el mismo desarrollo que ha tenido esta Ciudad, se han creado nuevas formulas para controlar el crecimiento demográfico (artículo 5º fracciones I, III, VI, VII de la Ley

para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal).⁴

Así pues, procederemos a analizar lo conducente a la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles para el Distrito Federal (LFEMDF), respecto a los establecimientos de hospedaje.

1. El artículo 9 de la LFEMDF, señala las obligaciones que tienen los titulares de un establecimiento mercantil, los cuales, por su importancia, procedemos a transcribir:

"Artículo 9.- Los Titulares, tienen las siguientes obligaciones:

- I) Destinar exclusivamente el local para el giro a que se refiere la Licencia de Funcionamiento o la Autorización otorgada; o bien, los manifestados en la Declaración de Apertura, acorde a su autorización de uso de suelo, así como los giros complementarios dispuestos en esta Ley;*
- II) Tener a la vista del público en general, el original o copia certificada de la documentación vigente que acredite su legal funcionamiento;*
- III) Revalidar anualmente la Licencia de Funcionamiento;*
- IV) Exhibir en un lugar visible al público y con caracteres legibles el horario en el que se prestarán los servicios ofrecidos;*
- V) Permitir el acceso al establecimiento mercantil del personal autorizado por la Delegación para realizar las funciones de*

⁴ Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal. G.O.D.F. 27 de Enero de 2000.

verificación que establece esta Ley, la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal y sus disposiciones reglamentarias;

- VI) Observar el horario general que para los establecimientos mercantiles fije la Secretaría de Gobierno, así como evitar que los clientes permanezcan en su interior después del horario autorizado;*
- VII) Cumplir las restricciones al horario o suspensión de actividades que en fechas y horas determinadas fije la Secretaría de Gobierno;*
- VIII) Prohibir la venta de cualquier tipo de bebidas alcohólicas a los menores de edad, aun cuando consuman alimentos;*
- IX) Abstenerse de utilizar la vía pública para la prestación de los servicios o realización de las actividades propias del giro mercantil de que se trate, salvo aquellos casos en que lo autorice expresamente la Ley;*
- X) Permitir a toda persona que solicite el servicio, sin discriminación alguna, el acceso al establecimiento mercantil de que se trate, salvo en los casos de personas en evidente estado de ebriedad, bajo el influjo de estupefacientes, o que porten armas, así como a los menores de edad, en términos de la fracción VI del artículo 78 de la Ley, en cuyos casos se deberá negar los servicios solicitados.*

Cuando se trate de integrantes de corporaciones policiacas que se encuentren cumpliendo una comisión legalmente ordenada, podrán tener acceso únicamente el tiempo necesario para llevar a cabo dicha comisión. Asimismo se impedirá el acceso a miembros del Ejército, Fuerza Aérea, Marina Armada y de

Cuerpos Policiacos cuando pretendan hacer uso de los servicios de copeo, estando uniformados o armados;

- XI) *Contar con un botiquín equipado con medicinas y utensilios necesarios; en caso de reunir a más de 100 personas, contar con el personal capacitado por las instituciones correspondientes, para la atención de urgencias médicas;*
- XII) *Prohibir en el interior de los establecimientos mercantiles las conductas que tiendan a alentar, favorecer o tolerar la prostitución o drogadicción, y en general aquellas que pudieran constituir una infracción administrativa o delito; así como dar aviso a la autoridad competente, si estas se realizan en la zona exterior inmediatamente adyacente del local;*
- XIII) *Prohibir que se crucen apuestas en el interior de los establecimientos mercantiles, excepto en los casos en que se cuente con la aprobación correspondiente de la Secretaría de Gobernación;*
- XIV) *Abstenerse de elaborar y vender bebidas con ingredientes o aditivos que no cuenten con registro sanitario de conformidad con la Ley General de Salud, el Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios; y demás disposiciones aplicables;*
- XV) *Abstenerse de retener a las personas dentro del establecimiento mercantil;*
- XVI) *Dar aviso por escrito a la Delegación dentro de los siguientes 5 días hábiles, de la suspensión temporal o cierre definitivo del establecimiento mercantil, indicando la causa que la motive, así como el tiempo probable que dure dicha suspensión;*

- XVII) Abstenerse a colocar estructuras, dispositivos u objetos que dificulten o salida de personas o dicha suspensión;*
- XVIII) Vigilar que se conserve la seguridad de los asistentes y de los empleados dentro del establecimiento mercantil, así como coadyuvar a que con su funcionamiento no se altere el orden público de las zonas inmediatas al mismo;*
- XIX) Dar aviso a las autoridades competentes, en caso de que se altere el orden y la seguridad dentro del establecimiento mercantil en la parte exterior inmediatamente adyacente del mismo; y*
- XX) Las demás que les señalen otros ordenamientos".*

2. El artículo 16 fracción IV del referido ordenamiento legal, señala la obligación de contar con Licencia de Funcionamiento vigente, a los establecimientos que se dediquen a la prestación de servicios de alojamiento, con excepción de los hostales que únicamente requerirán de un Aviso de Apertura (artículo 17 de la LFEMDF).
3. La Licencia de Funcionamiento deberá revalidarse cada año, ante la Autoridad Delegacional (artículo 22 de la LFEMDF).
4. En los servicios de hospedaje, se cuenta con la modalidad de giros complementarios que son todas aquellas actividades que no tienen la necesidad de obtener Licencia de Funcionamiento, siempre y cuando se encuentren contemplados en la Ley (artículo 52 de la LFEMDF) de lo que hablaremos más adelante, no obstante, la Ley señala que para ejercer estos servicios en el servicio de hospedaje, se deberá contar con locales que formen parte de la construcción

destinada al giro principal, separados por muros, cancelas, mamparas o desniveles construidos o instalados de modo que evite molestias a los huéspedes en sus habitaciones (artículo 29 de la LFEMDF).

5. Independientemente de las obligaciones ya señaladas en el punto número 1, la LFEMDF en su artículo 30, señala las obligaciones que deberán observar los establecimientos que presten un servicio de hospedaje a saber;

"Artículo 30.- En los establecimientos mercantiles que presten el servicio de alojamiento, se deberán cumplir las siguientes disposiciones:

- I) Exhibir en lugar visible para le público y con caracteres legibles, la tarifa de hospedaje, horario de vencimiento del servicio, la tarifa de los giros complementarios autorizados, y el aviso de que se cuenta con caja de seguridad para la guarda de valores;*
- II) Llevar el control de llegadas y salidas de huéspedes con anotación en libros, tarjetas de registro o sistema computarizado, en los que incluya nombre, ocupación, origen, procedencia y lugar de residencia;*
- III) Colocar en cada una de las habitaciones, en un lugar visible, un ejemplar del reglamento interno del establecimiento mercantil sobre la prestación de los servicios;*
- IV) Solicitar en caso de urgencia, los servicios médicos para la atención de los huéspedes e información a la autoridad sanitaria cuando se trate de enfermedades contagiosas;*

- V) *Garantizar la seguridad de los valores que se entreguen para su guarda en la caja del establecimiento mercantil, para lo cual deberán contratar un seguro que garantice los valores depositados; y*
- VI) *Mantener limpios camas, ropa de cama, pisos, muebles, servicios sanitarios y las instalaciones en general."*

6.- Como lo mencionamos en el punto número 4, el artículo 52 de la LFEMDF, señala lo que son los giros complementarios, siendo aquellas actividades que se podrán tener sin necesidad de obtener otra Licencia de Funcionamiento o presentar una nueva Declaración de Apertura, siendo el único requisito que se encuentre señalado expresamente por la Ley. El artículo 56 de la LFEMDF, señala lo relativo a las Licencias de Funcionamiento que tengan como giro principal la prestación de servicios de alojamiento y los giros complementarios que podrá manejar, que son los siguientes:

"I) Cuando cuenten hasta con 50 cuartos, venta de alimentos preparados y bebidas alcohólicas al copeo en los cuartos;

II. Cuando cuenten con más de 50 y hasta 100 cuartos:

- a) Venta de alimentos preparados;*
- b) Venta de bebidas alcohólicas al copeo;*
- c) Música grabada o videograbada, viva con la participación de hasta 4 intérpretes y sin permitir el baile de los asistentes;*
- d) Servicio de lavandería, planchaduría y/o tintorería;*
- e) Peluquería y estética; y*
- f) Agencia de viajes.*

III. Cuando cuenten con más de 100 cuartos:

- a) Prestación del servicio de diversión, entretenimiento o eventos, en los términos del artículo 55;*
- b) Alquiler de salones para convenciones o eventos sociales, artísticos o culturales;*
- c) Alberca, instalaciones deportivas, juegos de salón y billares;*
- d) Renta de autos;*
- e) Zona comercial;*
- f) Los señalados en los incisos d), e) y f) de la fracción anterior."*

Con la finalidad de dejar muy claro las actividades a que se refiere la fracción III inciso a) del artículo antes transcrito, el artículo 55 de la LFEMDF, señala los giros complementarios que podrán ejercer los titulares de Licencias de Funcionamiento cuyo giro principal sea la prestación de servicios de diversión, entretenimiento o eventos, que son los siguientes:

"I. Prestación de actuación de intérpretes, artistas en general, de variedad;

- I) Música viva, interpretada por orquestas o conjuntos musicales grabada o videograbada;*
- II) Pista de baile;*
- III) Venta de bebidas alcohólicas al copeo;*
- IV) Alimentos preparados para su consumo en el interior."*

Secretaría de Salud.

Para la finalidad de esta tesis, únicamente haremos referencia a la obligación que tienen todos los establecimientos mercantiles de dar aviso a la Secretaría de Salud en caso de detectar alguna persona que tuviera alguna enfermedad transmisible de las que señala el artículo 134 de la Ley General de Salud (LGS).⁵

El artículo 136 de la LGS, señala la obligatoriedad de los establecimientos de notificar a la Secretaría de Salud, o en su defecto, a la autoridad sanitaria más cercana de las enfermedades que menciona en los siguientes términos:

"I. Inmediatamente, en los casos individuales de enfermedades objeto del Reglamento Sanitario Internacional: fiebre amarilla, peste y cólera;

II. Inmediatamente, en los casos de cualquier enfermedad que se presente en forma de brote o epidemia;

III. En un plazo no mayor de veinticuatro horas en los casos individuales objeto de vigilancia internacional: poliomielitis, meningitis meningocócica, tipo epidémico, fiebre recurrente transmitida por piojo, influenza viral, paludismo, sarampión, tosferina, así como los de difteria y los casos humanos de encefalitis equina venezolana, y

IV. en un plazo no mayor de veinticuatro horas, de los primero casos individuales de las demás enfermedades transmisibles que se presenten en un área no infectada."

⁵ Ley General de Salud. DOF. 7 de febrero de 1984. Modificada por última vez el 7 de mayo de 1997. Ed. Porrúa.

La obligatoriedad de dar a aviso a la Secretaría de Salud en estos casos, deriva del artículo 138 de la LGS, que señala a los establecimientos comerciales o de cualquier otra índole y, en general, toda persona que por circunstancias ordinarias o accidentales tenga conocimientos de alguno de los casos de enfermedades a que se refiera la Ley.

Por otra parte, también se deben dar aviso de la apertura del establecimiento a la Dirección General de Calidad Sanitaria y Bienes y Servicios.

Así pues, como se puede observar en el estudio de estas cuatro legislaciones, existe una gran cantidad de reglamentaciones que regulan esta actividad, lo que provoca que, en caso de que no se contemplen desde el inicio de las actividades del establecimiento mercantil, en una visita de verificación se hará acreedora a sanciones que son evitables, esto sin contar las disposiciones locales en cada entidad de la República, como es el caso de la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal, mismo que fue considerado en este trabajo con la finalidad de complementar la información necesaria para las conclusiones correspondientes.

b. Servicios.

La finalidad de este apartado de servicios, es enmarcar las diferentes relaciones contractuales que tiene un hotel, referente a su operación,

es decir, una empresa hotelera puede tener contratos de naturaleza muy variada, pero es nuestra intención estudiar únicamente aquellos que se encuentren debidamente regulados ya sea por la propia Ley, o por una Norma Oficial Mexicana que respalde su existencia y que marque los requisitos necesarios que deben contener.

- Contrato para la celebración de eventos sociales.

Este contrato de adhesión se encuentra regulado por la Norma Oficial Mexicana NOM-111-SCFI-1995, denominada "Prácticas Comerciales – Elementos Informativos y Requisitos para la Contratación de Servicios para Eventos Sociales", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de agosto de 1996.

Del estudio de dicha Norma, desarrollamos el contrato correspondiente, mismo que cumple con todas y cada una de las especificaciones señaladas por la Norma que nos ocupa, en los siguientes términos:

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "HOTEL _____", S.A. DE C.V., A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL PRESTADOR DEL SERVICIO Y POR LA OTRA PARTE, LA PERSONA QUE APARECE EN EL ANVERSO DEL PRESENTE CONTRATO, A QUIEN EN LO SUCESIVO SI LE DENOMINARA "EL CONSUMIDOR" AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

DECLARACIONES

I.- Declara " El Prestador del Servicio":

- a) Ser una persona moral legalmente constituida lo que acredita con el testimonio de la escritura pública No.____, otorgada ante la fe del Lic._____, Notario Público No.____, de Ciudad de México, D. F., la que esta debidamente inscrita en el Registro Público de Comercio de México D. F., bajo el número ____, libro ____.
- b) Que su representante, Sr. _____, está facultado para la celebración de este

acto, y otorga autorización expresa a su Directora de Banquetes para obligarse en su nombre.

c) Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo la clave _____.

d) Que cuenta con la capacidad, infraestructura, servicios y recursos necesarios para dar cabal cumplimiento a las obligaciones que por virtud del presente contrato adquiere.

e) Que el presente contrato está debidamente inscrito en el Registro Público de Contratos de Adhesión de la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el No. _____, libro __, Vol. __, a fojas __, de fecha _____, en cumplimiento a lo que establece la NORMA OFICIAL MEXICANA 111-SCFI-1995, Prácticas Comerciales elementos Informativos y requisitos para la contratación de servicios para eventos sociales.

f) Que para los efectos legales del presente contrato señala como su domicilio el ubicado en _____, México, Distrito Federal.

II- .Declara "El Consumidor":

a) Llamarse como ha quedado plasmado en el anverso de este contrato, ser de nacionalidad y origen que se establece en el mismo, así como haber nacido el día que igualmente se indica en la carátula del presente contrato.

b) Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes indicado en el anverso de este contrato.

c) Que es su deseo obligarse en los términos y condiciones del presente contrato, manifestando que cuenta con la capacidad legal para la celebración de este acto.

d) Que su número telefónico es el que se indica en el anverso de este contrato.

e) Que para los efectos legales del presente contrato señala como su domicilio el señalado en el anverso del presente contrato.

CLAUSULAS

PRIMERA.- El objeto del presente contrato es la prestación de servicios para la organización de un evento social para el número de personas, que se señalan en el anverso de este contrato el cual se llevará a cabo en la fecha estipulada y en las condiciones que se señalan en el mismo, tendrá una duración, de acuerdo a las características y especificaciones de la carátula de este contrato.

SEGUNDA.- El evento social se llevará a cabo en la fecha y hora indicadas en la carátula de este contrato y tendrá, verificativo en la casa marcada con el número ____ de la calle de _____ en el centro de consumo indicados en el anverso del presente contrato. Dentro de la duración del evento no se cuenta el tiempo necesario que "El Prestador del Servicio" requiera para la organización del mismo.

"El Prestador del Servicio" podrá cobrar una cantidad adicional, debidamente prevista en el presupuesto, en el caso de que el evento prolongue su duración y/o el número de invitados exceda del estipulado.

TERCERA.- El costo total que "El Consumidor" debe solventar por la prestación del servicio es el estipulado en la carátula del presente contrato, no importando si el número de asistentes al evento es inferior al estipulado. Dicho costo será cubierto por "El Consumidor" de contado, en moneda nacional y en la forma establecida en el anverso de presente contrato.

En caso de que "El Consumidor" efectúe un anticipo por los servicios contratados, "El Prestador del Servicio" deberá expedir el comprobante respectivo el que contendrá por lo menos la siguiente información: nombre, razón o denominación social, fecha e importe del anticipo, nombre y firma de la persona debidamente autorizada que recibe el anticipo y el sello del establecimiento, el nombre de "El Consumidor".

El consumidor se obliga a depositar una cantidad equivalente al 10% del costo estipulado para garantizar el pago de servicios excedentes, imprevistos, o daños ó perjuicios en su caso. Dicho depósito será devuelto al consumidor si al finalizar el evento no se verificó ninguno de esos supuestos.

Independientemente de la entrega o no de un anticipo, el prestador del servicio deberá entregar a "El Consumidor" la cotización que especifique todos y cada uno de los servicios contratados, en la que se hará constar detalladamente el nombre y precio de cada uno de los servicios contratados, esto con la finalidad de que "El Consumidor" pueda verificarlos en detalle.

CUARTA.- A efecto de tener seguridad en cuanto al número de asistentes al evento social "El consumidor" y el prestador del servicio establecen como procedimiento de control y verificación, el siguiente:

- a) "El Consumidor" y "El Prestador del Servicio" designarán, cada uno, a una persona de su confianza a efecto de que sólo ingresen al lugar personas, autorizadas por el consumidor para lo cual, podrán pactar el uso de un boleto contraseña.
- c. "El Consumidor" se responsabiliza del excedente de personas que con su autorización expresa hayan ingresado a evento. El Prestador del Servicio se obliga a contar con un margen de excedente de cuando menos un 10% sobre el total contratado para estar en posibilidades de atender la sobre demanda autorizada por "El Consumidor".

QUINTA.- "El Consumidor" cuenta con un plazo de cinco días hábiles posteriores a la firma del presente contrato para cancelar la operación sin responsabilidad alguna de su parte, en cuyo caso "El Prestador del Servicio" se obliga a reintegrar todas las cantidades que "El Consumidor" le haya entregado, lo anterior no será aplicable si la fecha de prestación del servicio se encuentra a diez días hábiles o menos de la celebración del evento. En el supuesto en que "El Consumidor" cancele dentro de los diez días hábiles o menos a la celebración del evento, "El Prestador del Servicio" no estará obligado a hacer reembolso alguno.

SEXTA.- "El Consumidor" se obliga a designar a una persona de su confianza, quien durante el evento será quien trate los asuntos relacionados con la prestación, del servicio, asimismo se obliga a abstenerse de dar instrucciones a personal de "El Prestador del Servicio" que no tenga relación con el objeto del presente, y a procurar que sus invitados observen la misma conducta. Por su parte "El Prestador del Servicio" se obliga a designar de entre su personal, a una persona que será quien durante la celebración del evento trate con el representante de "El Consumidor" o con él mismo, los asuntos relacionados con la prestación del servicio, y se obliga a que su personal atienda con esmero y cortesía a los asistentes al evento.

SEPTIMA.- En su caso "El consumidor" se obliga a cumplir con las disposiciones reglamentarias que rijan el Inmueble, y a procurar que los asistentes al evento observen la misma conducta. Para tal efecto "El Prestador de Servicio" deberá entregar a "El Consumidor" una copia del reglamento respectivo o bien fijar en un lugar visible su: disposiciones.

OCTAVA.- En caso de que "El Prestador del Servicio" incurra en incumplimiento del presente contrato por causas imputables a él, se obliga a elección de "El Consumidor":

- a) A contratar por su cuenta a otra empresa similar que esté en posibilidades de realizar la prestación del servicio, en las condiciones estipuladas por "El Consumidor". El costo adicional, que en su caso, se genere será absorbido por "El Prestador del Servicio" o bien,
- b) A reintegrar las cantidades que se le hubieren entregado y a pagar una pena convencional del 20% del costo total del servicio.

NOVENA.- El servicio de resguardo de objetos personales, será gratuito para los asistentes al evento. "El Prestador del Servicio" se obliga a recibir dichos objetos o bienes, y a entregarlos cuando los asistentes se los soliciten previa entrega de la contraseña correspondiente.

"El Prestador del Servicio" responderá por la pérdida, menoscabo o daño que por su malicia o negligencia sufrieren las cosas depositadas. En estos casos se indemnizará a "El Consumidor" o a sus invitados, de la manera siguiente:

- a) En caso de daño parcial, hasta con un 50% del valor del objeto que su dueño pueda demostrar fehacientemente o conforme al monto que las partes de común acuerdo establezcan.
- b) En caso de daño total que hiciere inservible el bien objeto del depósito, "El Prestador del Servicio" se obliga a entregar a su dueño un bien de la misma especie y calidad o a indemnizarlo hasta con un 100% del valor del objeto que su dueño pueda demostrar fehacientemente, o conforme al monto que las partes de común acuerdo establezcan
- c) En caso de robo o pérdida del bien objeto del depósito, "El Prestador del Servicio" indemnizará a su dueño con una cantidad equivalente al 100% del valor del bien de que se trate o conforme al monto que las partes de común acuerdo establezcan.

DECIMA.- Si los bienes destinados a la prestación del servicio sufrieren un menoscabo por culpa o negligencia debidamente comprobada de "El Consumidor" o de sus invitados, éste se obliga a cubrir los gastos de reparación de los mismos, o en su caso indemnizar a "El Prestador del Servicio", hasta con un 60% de su valor.

DECIMA PRIMERA.- Las partes podrán acordar que "El Consumidor", contrate libremente servicios específicos relacionados con el evento social con otros prestadores de servicios por así convenir a sus intereses, por lo que en caso de actualizarse dicho supuesto "El Consumidor" exime de toda responsabilidad a "El Prestador del Servicio" en lo que respecta a dichos servicios en específico.

DECIMA SEGUNDA.- En caso de que "El Prestador del Servicio" se encuentre imposibilitado para prestar el servicio por caso fortuito o fuerza mayor, como incendio, temblor u otros acontecimientos de la naturaleza o hecho del hombre ajenos a la voluntad de "El Prestador del Servicio", no se incurrirá en incumplimiento, por lo que no habrá pena convencional en dichos supuestos debiendo únicamente "El Prestador del Servicio", reintegrar a "El Consumidor", el anticipo que le hubiera entregado.

DECIMA TERCERA.- Si el "Consumidor" cancela el presente contrato después de cinco días hábiles siguiente a la firma del presente contrato o dentro de los diez días hábiles o menos previos al evento que se contempla en la Cláusula Quinta del presente contrato, "El Consumidor" deberá indemnizar a "El prestador del Servicio" por los gastos realizados hasta por un 80% del precio total del servicio prestado por el Hotel, y hasta el 100% del precio total de los servicios contratados con terceros y que se hubiesen generado en ejecución de la prestación del servicio.

DECIMA CUARTA.- Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato las partes se

someten a la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor y a las leyes y jurisdicción de los tribunales competentes de fuero común.

Leído que fue el presente documento y enteradas las partes de su alcance y contenido legal, manifiestan que se obligan en todas y cada una de las cláusulas que lo conforman, lo suscriben y firman al anverso del presente.

Consideramos que este contrato sale de la realidad, por las exigencias de la norma. En la práctica, lo hemos diseñado para que funcione como un verdadero contrato de adhesión, en contra de la intención de la PROFECO, de completar los espacios en blanco en cada uno de los contratos que se celebren.

- Contrato de lavandería.

Este contrato se encuentra regulado por la Norma Oficial Mexicana NOM-067-SCFI-1994, Requisitos de información que deben satisfacer los prestadores de servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 20 de abril de 1995.

Esta norma señala los lineamientos mínimos que deben contener los contratos de adhesión para prestar el servicio de lavandería, misma norma que está dirigida a los establecimientos que ofrecen este servicio. A continuación procederemos a transcribir el contrato que se encuentra debidamente autorizado por la Procuraduría Federal del Consumidor.

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS DE LAVADO, SECADO Y/O PLANCHADO DE ROPA POR CARGA, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "HOTEL _____", S.A. DE C.V., A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL PRESTADOR DEL SERVICIO Y POR LA OTRA PARTE, LA PERSONA QUE APARECE EN EL ANVERSO DEL PRESENTE CONTRATO, A QUIEN EN LO SUCESIVO SI LE DENOMINARA "EL CONSUMIDOR" AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

DECLARACIONES

I.- Declara " El Prestador del Servicio":

a) Ser una persona moral legalmente constituida lo que acredita con el testimonio de la escritura pública No.____, otorgada ante la fe del Lic._____, Notario Público No.____ de Ciudad de México, D. F., la que esta debidamente inscrita en el Registro Público de Comercio de México D. F., bajo el número ____, libro ____.

b) Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes bajo la clave _____.

c) Que cuenta con la capacidad, infraestructura, servicios y recursos necesarios para dar cabal cumplimiento a las obligaciones que por virtud del presente contrato adquiere.

d) Que el presente contrato está debidamente inscrito en el Registro Público de Contratos de Adhesión de la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el No. _____, libro ____, Vol. ____, a fojas ____, de fecha _____, en cumplimiento a lo que establece la NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-SCFI-067-1994 Requisitos de información que deben satisfacer los prestadores de servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares.

e) Que para los efectos legales del presente contrato señala como su domicilio el ubicado en _____, México, Distrito Federal.

II- Declara "El Consumidor":

a) Llamarse como ha quedado plasmado en el anverso de este contrato.

b) Que es su deseo obligarse en los términos y condiciones del presente contrato, manifestando que cuenta con la capacidad legal para la celebración de este acto.

c) Que su número telefónico es el que se indica en el anverso de este contrato.

d) Que para los efectos legales del presente contrato señala como su domicilio el señalado en el anverso del presente contrato.

CLAUSULAS

PRIMERA.- "El Consumidor" deberá: a) Pagar de contado y en moneda nacional en el establecimiento del prestador, el precio consignado en el anverso de este contrato por la carga de ropa; b) Recoger las prendas en la fecha convenida; c) Verificar que son las mismas que entrego para su servicio; d) Verificar que el servicio fue satisfactorio; e) Las prendas para efecto de control, no serán entregadas en forma parcial; f) Pagar por concepto de almacenaje, después de 30 días, el 1% sobre el valor del servicio por cada día que transcurra, en ningún caso el pago por el almacenaje excederá del monto total. En caso de que transcurran 90 días sin que "El Consumidor" recoja su(s) prenda(s), "El Prestador del Servicio" se constituirá como acreedor prendario respecto de la(s) misma(s) pudiendo ejecutar la prenda de manera inmediata; g) En caso de no presentar la orden de servicio, exhibir una identificación oficial, comprobante de domicilio, firmar de recibido en la copia de la orden de servicio, que obra en poder de "El Prestador del Servicio".

SEGUNDA.- "El Prestador del Servicio" no es responsable de: a) Objetos o valores olvidados en las prendas; b) Los daños que pudiera sufrir la prenda en caso de que ésta no cuente con instrucciones de lavado o sean erróneas; c) El deterioro de rellenos, entretejas y partes ocultas de la prenda; d) El estado de limpieza o planchado que guarden las prendas después de treinta días a partir del día pactado para su entrega. Asimismo no esta obligado a eliminar las manchas que por su naturaleza sean insolubles. Tampoco será responsable por las manchas no perceptibles a la vista al momento de la recepción de la(s) prenda(s) y que surgieran durante el proceso que se describe en el anverso del presente contrato, tales como los residuos de perfumes, ácidos, desodorantes, o exudación.

TERCERA.- Las prendas chicas que se reciban a granel, no se revisarán excepto cobertores, edredones, sábanas, colchas, etc., en cuyo caso se hará la observación de las condiciones en que se recibe. Todo tipo de cortinas y prendas que por su naturaleza sean expuestas al sol o intemperie no serán objeto de garantía, lo cual quedará por escrito en el anverso de este

contrato. El mismo procedimiento operará en caso de prendas que por su valor o características se consideren especiales.

CUARTA.- "El Prestador del Servicio" se obliga a: a) Seguir las instrucciones de (lavado y/o planchado) contenidas en las etiquetas en idioma español, b) Indemnizar en caso de deterioro total o pérdida, salvo causas de fuerza mayor, a su propietario hasta con un máximo del 80% del valor de la prenda que "El Consumidor" pueda demostrar fehacientemente. No se incluyen en esta garantía las prendas que se reciben a granel; c) Corregir sin cargo extra, las deficiencias en el servicio que "El Consumidor" encuentre en el momento de recoger las prendas. La garantía se limita a la calidad del servicio. Salida la carga de ropa del establecimiento no se admite reclamación por este concepto; d) Entregar las prendas en el día pactado en la orden de servicio, salvo causas de fuerza mayor.

QUINTA.- Son causas de terminación del presente contrato que: a) "El Consumidor" antes de que se haya iniciado el proceso, avise a "El Prestador del Servicio" que no quiere utilizar el servicio, y b) "El Prestador" detecte que las prendas que constituyan la carga de ropa o sus accesorios pudieran sufrir daño. En estos casos no habrá indemnización para ninguna de las partes. Serán causales de rescisión del presente contrato que "El Prestador" no cumpla con el periodo de entrega o en las próximas 24 horas si el trabajo no es urgente, o que el servicio prestado no corresponda notoriamente con lo pactado y no se haga efectiva la garantía, salvo por causas imputables a "El Consumidor".

SEXTA.- La recepción de este documento y la entrega de la(s) prenda(s), implican la aceptación del presente contrato. Para dirimir cualquier controversia las partes se someten a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Este contrato fue aprobado y registrado por la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el número _____, libro _____, volumen _____, a fojas _____, de fecha _____.

El comentario a este contrato se basa en que, los formatos que la PROFECO establece como onligatorios para funcionar, resultan demasiado complicados, sin tomar en cuenta que lo que se requiere en de un sistema funcional.

- Contrato de hospedaje.

Durante muchos años, la relación contractual que se establecía por medio de la contratación del servicio de hospedaje, se rigió por los pocos artículos a que hace referencia el Código Civil. Sin embargo, con fecha 27 de junio de 1999, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Norma Oficial Mexicana NOM .010-TUR-1999, De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los Usuarios - Turistas, misma norma que contempla como objetivo: "*Establecer las características y*

condiciones mínimas que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios - turistas".

Llama la atención de esta Norma, la forma en que relaciona el contrato de prestación de servicios de hospedaje, con el Reglamento Interno del Hotel, en virtud de que considera indispensable que se ponga a la vista del usuario - turista, de ciertas disposiciones de carácter prioritario. En virtud de lo anterior, desarrollamos el siguiente contrato de prestación de servicios de hospedaje, así como el reglamento interno correspondiente:

CONTRATO DE ADHESION PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE QUE CELEBRAN POR UNA PARTE _____, (A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL PRESTADOR DEL SERVICIO") Y POR LA OTRA PARTE LA PERSONA FISICA O MORAL CUYO NOMBRE APARECE EN EL ANVERSO DE ESTE DOCUMENTO (A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "EL USUARIO TURISTA"), AL TENOR DE LAS SIGUIENTES

CLAUSULAS

PRIMERA.- El objeto del presente contrato es la prestación de servicios de hospedaje, alimentos y bebidas y demás propios del hotel, a partir de la fecha y con las características que aparece en el anverso de este documento, a cambio del pago que aparece en el mismo.

SEGUNDA.- El presente contrato podrá ser rescindido por la parte afectada en el caso de que la otra parte incumpla con los términos y condiciones del mismo. De igual forma, es causal de rescisión del presente Contrato, violar las disposiciones señaladas en el Reglamento Interno del Hotel, el cual se encuentra a la vista de "El Usuario Turista" en la habitación asignada y señalada en la parte frontal de este documento.

TERCERA.- "El Prestador del Servicio" deberá entregar a "El Usuario Turista", la factura o comprobante que ampare el pago de los servicios contratados, en la que se hará constar detalladamente el nombre y precio de cada uno de los servicios proporcionados, así como el alcance de los mismos.

CUARTA.- En el caso de cualquier riña o disturbio por parte del "Usuario - Turista", "El Prestador del Servicio" se reserva el derecho de seguir proporcionando el servicio, quedando libre de cualquier responsabilidad. "El Usuario Turista" se hace responsable absoluto a través de la firma de este contrato, de los daños y perjuicios que se causen a las instalaciones del Hotel. Los cargos se harán con base en los precios actuales del costo de reparación de lo destruido, dañado o lastimado debidamente comprobado.

QUINTA.- En caso de que "El Prestador de Servicio" incurra en incumplimiento del presente contrato por causas imputables a él, debidamente acreditado, se obliga a elección de "El Usuario Turista":

a) A contratar por su cuenta a otra empresa que esté con posibilidades de realizar la prestación del servicio en las condiciones estipuladas por "El Usuario Turista" y que deberá ser de la misma calidad. El costo, que en su caso se genere será absorbido por "El Prestador del Servicio", sin sobrepasar el monto de lo que costaría el servicio prestado por él, o bien,

b) A reintegrar las cantidades que se le hubieren entregado.

SEXTA.- En caso de que "El Usuario Turista" incurra en incumplimiento del presente contrato por causas imputables a él, incluyendo no acatar el Reglamento o no pagar su cuenta en la forma en que el Hotel lo requiera, se obliga a desocupar la habitación asignada, así como a hacer pago de los cargos que tuviera pendiente y aquellos que se generen en virtud del mismo incumplimiento y en caso de no hacerlo, el hotel tiene derecho a retener el equipaje del "Usuario - Turista", hasta que haga pago de la cantidad adeudada.

SEPTIMA.- El "Usuario - Turista", tiene conocimiento de que la recepción cuenta con una caja de seguridad en la que se deberán de depositar los objetos de valor de "El Usuario Turista". "El Prestador del Servicio", no responde por objetos olvidados o dejados a la vista en su cuarto o sus instalaciones.

El Hotel se hará responsable de los bienes puestos a su guarda, en los términos establecidos en el Código Civil y el Convenio de Uso Gratuito de Caja de Seguridad, que se encuentre debidamente signado por "El Usuario Turista".

OCTAVA.- En caso de que "El Prestador del Servicio" se encuentre imposibilitado para prestar el servicio por caso fortuito o fuerza mayor, como incendio, temblor u otros acontecimientos de la naturaleza o hechos del hombre ajenos a la voluntad de "El Prestador del Servicio", no se incurrirá en incumplimiento, por lo que no habrá pena convencional en dichos supuestos debiendo únicamente "El Prestador del Servicio" reintegrar a "El Usuario Turista", el anticipo que le hubiera entregado.

NOVENA.- El cobro de la habitación se generará a partir del día de la entrega de la misma. En caso de reservaciones o pagos futuros en moneda extranjera, las partes convienen en que los mismos deberán hacerse al tipo de cambio al día en el que se haga pago del mismo.

La hora límete para desalojar la habitación será las 11:00 hrs. "El Usuario Turista" tiene derecho a un periodo de tolerancia de 60 minutos, a partir de la hora de salida. Después de dicho periodo, "El Usuario Turista" se obliga a pagar el monto correspondiente a un día más de hospedaje.

Las habitaciones serán proporcionadas a más tardar a las 15:00 hrs.

DECIMA.- El "Usuario - Turista", al firmar la Tarjeta de Registro, reconoce haber leído en su totalidad el presente contrato y esta de acuerdo con él en todas y cada una de las cláusulas que lo constituyen.

DECIMA PRIMERA.- Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato, las partes se someten a la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor y a las leyes y jurisdicción de los tribunales de la Ciudad de México, renunciando a cualquier otro fuero que por razón de su domicilio les pudiera corresponder.

Leído que fue el presente documento y enteradas las partes de su alcance y contenido legal, lo suscriben en México Distrito Federal el día marcado en la parte frontal de este Contrato.

Este contrato debe ser legible a simple vista y constar por escrito en idioma español, sin perjuicio de la utilización de otros idiomas, en el entendido que el prestador del servicio será el único responsable entre las diferencias existentes entre el contrato en español y el de idioma extranjero.

De igual forma y relacionado con este contrato, desarrollamos el Reglamento Interno del Hotel, en los siguientes términos:

REGLAMENTO INTERNO DEL HOTEL

ARTICULO 1. Todo huésped por el solo hecho de contratar el hospedaje y servicios del hotel, acepta que conoce el Contrato de Prestación de Servicios Turísticos que aparece al reverso de la Tarjeta de Registro, así como el presente Reglamento al que queda sujeto, dándose por enterado de todos y cada uno de los artículos de que se integra. Toda persona que entre al Hotel en calidad de huésped o visita tiene la obligación de registrarse en Recepción.

ARTICULO 2. Las cajas de seguridad se encuentran en la Caja de Recepción, servicio que es totalmente gratuito para nuestros huéspedes y está disponible las 24 horas del día. El Hotel NO SE HACE RESPONSABLE por documentos, joyas, dinero o cualquier artículo de valor que no sea depositadas en las cajas de seguridad.

ARTICULO 3. La hora de salida del hotel es a las 11:00 horas, con 60 minutos de tolerancia. La habitación que permanezca ocupada después del tiempo de tolerancia, tendrá los cargos correspondientes a otro día de hospedaje. El cobro de la habitación se genera a partir de la entrega de la misma, la cual será proporcionada a más tardar a las 15:00 horas.

ARTICULO 4. El Hotel cuenta con anuncios y medidas de seguridad ubicados en diferentes áreas del mismo. En caso de que estos no sean respetados por el huésped, el Hotel no se hace responsable por accidentes o percances que se pudieren ocasionar por su inobservancia. Los menores de edad no deberán salir solos de las habitaciones, ni circular por pasillos, jardines, albercas o áreas públicas del Hotel, sin no van acompañados de un adulto ya que el Hotel, no se hace responsable de accidentes ocurridos en dichas circunstancias. La renta de instalaciones deportivas en el Hotel, no está condicionada a la renta de equipo. En caso de enfermedad de alguno de nuestros huéspedes, el Hotel proporcionará un servicio médico particular, obligándose el huésped a cubrir los honorarios del mismo.

En el caso de que algún huésped contrajera alguna enfermedad transmisible o fuera portador de alguna de las señaladas en el artículo 134 del a Ley General Salud y que a criterio del médico del hotel ponga en riesgo la salud de los demás huéspedes o del personal, el huésped enfermo deberá dejar la habitación y el Hotel en el momento en que se dictamine esta situación: La falta de atención a esta disposición será causal de rescisión del contrato de hospedaje.

ARTICULO 5. El Hotel se reserva el derecho de admisión de visitas a las habitaciones que ocupen nuestros huéspedes, siendo derecho del Hotel, poder solicitar la desocupación inmediata de habitaciones de las personas no autorizadas en la Tarjeta de Registro y en el caso de escándalos o actos que pongan en riesgo la integridad de los demás huéspedes ya sea en el Interior de las habitaciones o áreas de uso común propiedad del Hotel. De igual forma, es responsabilidad del huésped el mal uso que se haga de la Habitación. Los daños y desperfectos causados a las instalaciones propiedad del Hotel a causa del mal uso por parte del huésped, serán cargados a la cuenta del mismo.

ARTICULO 6. Queda prohibido Introducir mascotas o animales al Hotel. De igual forma, queda prohibido la introducción de alimentos o bebidas que no provengan de los restaurantes, bares o tiendas del Hotel, en virtud de que la venta de los mismos, es privilegio exclusivo de nuestros centros de consumo.

ARTICULO 7. La corriente eléctrica de su habitación es alterna de 60 ciclos y 110 sobre 120 volts. Queda prohibido utilizar aparatos que requieran diferente voltaje, así como utilizar cualquier tipo de planchas o utensilios eléctricos o electrónicos o de cocina, dentro de las habitaciones, salvo los que se encuentren dentro de la habitación y que sido puestos por el propio Hotel.

ARTICULO 8. Por la categoría de exclusividad y alto servicio de los centros de consumo, el Hotel se reserva el derecho de exigir a sus clientes asistir con vestido formal propio del lugar.

ARTICULO 9. Los servicios de médico, renta de vehículos, venta de artículos en locales comerciales dentro de las instalaciones del Hotel y renta de Taxis (tarifas que puede proporcionar la Recepción del Hotel en caso de requerirlo), son servicios proporcionados por terceros ajenos al Hotel, sin responsabilidad alguna por parte de este. El horario de albercas y gimnasios es de las 7:00 horas, a las 19:00 horas, Instalaciones que son exclusivas para el uso de huéspedes del Hotel.

ARTICULO 10. En caso de extravío de la llave de habitación, el huésped deberá solicitar la reposición correspondiente en la Recepción del Hotel, en el entendido que queda obligado a proporcionar los datos y documentos para acreditar su identidad, así como a cubrir el monto correspondiente por el extravío de la llave.

ARTICULO 11. Si requiere algún arreglo especial o queja, el huésped deberá dirigirse al Gerente en turno. Los reportes de quejas y sugerencias los puede encontrar en Recepción, así como la información relativa a seguros. Cuando en alguna de las instalaciones del Hotel, sea obligatorio el pago de derecho de admisión, no se podrá fijar un consumo mínimo. En caso de que no se cobre derecho de admisión el Hotel, puede cobrar un consumo mínimo.

Nota: Este Reglamento cumple con lo ordenado en la Norma Oficial Mexicana NOM-10-TUR- 1999, autorizado por la Secretaría de Turismo del Gobierno Mexicano.

B. Cumplimiento a las Normas Oficiales Mexicanas que regulan la actividad hotelera.

En la actualidad, la actividad hotelera se encuentra regulada, independientemente de las legislaciones ya estudiadas, por una gran cantidad de Normas Oficiales Mexicanas, en diversas materias y

emitidas por diferentes dependencias. A continuación señalaremos las Normas Oficiales emitidas únicamente por la Secretaría de Turismo, no obstante que no todas van dirigidas a la actividad que nos ocupa:

Norma Oficial Mexicana NOM-01-TUR-1999, De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje (DOF. 21 de enero de 1999).

Norma Oficial Mexicana NOM-02-TUR-1998, De los formatos foliados y de porte pagado para presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a agencias de viajes (DOF. 27 de noviembre de 1998).

Norma Oficial Mexicana NOM-03-TUR-1999, De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de alimentos y bebidas (DOF. 1º de febrero de 1999).

Norma oficial Mexicana NOM-04-TUR-1999, De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos (DOF. 3 de febrero de 1999).

Norma Oficial Mexicana NOM-05-TUR-1995, Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio (DOF. 19 de abril de 1995).

Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-1995, Requisitos mínimos de seguridad e higiene que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos y paradores de casas rodantes (DOF. 19 de junio de 1995).

Norma Oficial Mexicana NOM-07-TUR-1996, De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección de seguridad de los turistas o usuarios (DOF. 8 de agosto de 1996).

Norma Oficial Mexicana NOM-08-TUR-1996, Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales (DOF. 23 de diciembre de 1996).

Norma Oficial Mexicana NOM-09-TUR-1997, Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas (DOF. 26 de mayo de 1997).

Norma Oficial Mexicana NOM-10-TUR-1999, De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios – turistas (DOF. 11 de junio de 1999).

Como ya lo mencionamos, independientemente de estas 10 normas oficiales que regulan la actividad turística en México, los hoteles están obligados a cumplir otra serie de normas en diversa materias, como son ambientales, luz, gas, agua, y desechos tóxicos, iluminación, hidratantes situación que, como ya hemos señalado una y otra vez en

este trabajo, desfomenta claramente la inversión de capitales en esta actividad prestándose a corrupción.

El hecho de que un hotel deba cumplir con tantas especificaciones, provoca que el hotelero distraiga demasiado su atención en prever situaciones en las que la Autoridad pudiera actuar en su contra, siendo que su atención como prestador de servicios de hospedaje, se debe de dirigir primordialmente en sus estándares de calidad, así como la forma de captar mayores mercados y ser más competitivos frente a otros establecimientos.

C. Propuesta para la creación de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje (S.P.S.H.).

La propuesta que planteamos en el presente trabajo, se basa en la creación de una Norma Oficial Mexicana, con el propósito de que se establezcan y/o especifiquen los requisitos que deben reunir los empresarios que presten el servicio de hospedaje en México, así como las características con que deben contar estos para proporcionar un servicio de calidad.

Lo anterior, por tratarse de servicios ofrecidos en forma generalizada para el consumidor, tal como lo señala las fracciones III y XIII del artículo 40 de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización.⁶

⁶ LEY FEDERAL SOBRE METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN. Ed. Sista. México, 2000. P. 453

Esta Norma señalará las obligaciones de todas las personas físicas o morales que se dediquen a la prestación de servicios de hospedaje, entre ellas la de constituirse como una Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, la cual, enmarcando de igual manera los beneficios que esta obtendrá en cuanto a homologación y revisión de trámites, beneficios políticos logrados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, así como la Secretaría de Turismo y los servicios de consultoría y adecuación de los contratos que se celebren con los consumidores.

Para este proyecto, consideramos que la dependencia competente para presentar el anteproyecto de Norma Oficial Mexicana a consideración de los comités consultivos de normalización, es la propia Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ahora Secretaría de Economía, trabajando paralelamente en su elaboración y ejecución, con la Secretaría de Turismo. Consideramos lo anterior, en atención al carácter que hoy día de le ha dado a la Secretaría de Turismo, como una dependencia con fines de promoción turística, enfocada básicamente al desarrollo del turismo en nuestro país. Por otra parte la Secretaría de Economía, a través de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, cuenta con los medios idóneos para verificar el cumplimiento de la Norma.

Como se planteó en el inciso "B" del capítulo tercero de este trabajo, por tratarse de una actividad predominantemente mercantil, corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el planteamiento y desarrollo de esta Norma, así como la creación de la iniciativa de reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, en

la cual, se señale la obligatoriedad de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje, a transformarse en Sociedades Prestadores de Servicios de Hospedaje.

a. Naturaleza jurídica de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje.

Consideramos total plantear desde este momento la naturaleza jurídica de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje que hoy proponemos, la cual, desde nuestro punto de vista es meramente mercantil. Justificamos lo anterior por el hecho de que el servicio de hospedaje se engloba primeramente en el artículo 3º fracciones I y II del Código de Comercio al señalar:

"Art. 3.- Se reputan en Derecho comerciantes:

- I. La personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria.*
- II. Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles."*

Como observamos, las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje, se conformarán con fundamento en una Norma Oficial Mexicana, emitida por la Secretaría de Economía, y como la misma norma lo deberá señalar, deberá ser supletoria la Ley General de Sociedades Mercantiles en todo lo no previsto por la Norma.

Por otro lado, la actividad hotelera se encuentra incluida en el artículo 75 fracción VIII del Código de Comercio vigente, que señala:

"Art. 75.- La ley reputa actos de comercio:

...

VIII. Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua, y las empresas de turismo."

Lo anterior se desprende del hecho de que la actividad turística, entre todas las actividades que contempla se incluye a la actividad del hospedaje. Respaldao lo anterior, la naturaleza mercantil de estas sociedades deviene de la intervención de los sujetos que la ejecutan, en este caso, el empresario hotelero.

Podría considerares la actividad hotelera como un acto mixto, sin embargo, en atención a la teoría de la relatividad de los actos mixtos, señalado por el artículo 1050 del Código de Comercio, el cual, establece que cuando conforme a las disposiciones mercantiles, para una de las partes que intervienen en un acto este tenga naturaleza comercial y para otro tenga naturaleza civil, la controversia que del mismo se derive, se regirá conforme a las leyes mercantiles.⁷

b. Finalidad de la Norma Oficial Mexicana.

Primeramente, con la creación de esta norma y por ende la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, se pretende anteponer el interés general, consistente en la facilidad de ofrecer a estas sociedades una simplificación concreta para su formación y funcionamiento, tanto en el aspecto corporativo como en el societario,

⁷ ACOSTA ROMERO, Miguel. Nuevo Derecho Mercantil. Ed. Porrúa. México, 2000. P. 111.

contra el interés particular de simplemente conformar un establecimiento de hospedaje con el único fin de tener beneficios económicos sin considerar los principios básicos de protección al consumidor y estándares de calidad.

Lo anterior para incrementar y fomentar el interés de los grandes inversionistas, facilitando en gran medida la dificultad que representa para ellos el establecer en centro de hospedaje en nuestro país.

Con la creación de estas sociedades, los negocios de hospedaje estarán supeditados a la verificación de la procuraduría Federal de Protección al Consumidor en cuanto a los aspectos normativos y contractuales del negocio, y de al Secretaría de Turismo como órgano revisor y coordinador de establecer los marcos mínimos de calidad con que deben contar. Así, con la atracción de nueva inversión al sector, cuidando en todo momento la calidad del servicio que se presta, la afluencia turística del país se verá incrementada, provocando mayor derrama económica y beneficios proyectados directamente en el aumento de la planta laboral.

Otorgar la importancia que tiene esta actividad y la atención requerida por lo que hasta la fecha nos ha significado al ser una de las actividades económicas más grandes tanto en México como en el mundo. Por otra parte, si bien es cierto que contamos con una Ley Federal de Turismo que apoya la promoción y fomento de la actividad que nos atañe, también lo es que requiere de mecanismo más simples, pero sólidos que apoyen la inversión de capitales en este sector, es decir, establecer formas claras, simples y precisas para

constituir sociedades destinadas a la prestación del servicio de hospedaje.

c. Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-XXX-SCFI-2001, Prácticas comerciales y requisitos para conformar las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje.

Procederemos a desarrollar en la medida de nuestras posibilidades un anteproyecto de Norma Oficial Mexicana, que señale los parámetros que hasta este momento hemos venido planteando y con el objetivo de dar cumplimiento a lo establecido por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, procederemos dando el esquema de la publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROYECTO de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-(número de norma)-SE-2001, Prácticas comerciales y requisitos para conformar las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje.

Al margen del sello con el Escudo Nacional que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Economía.- Dirección de Normas.- Dirección de Normalización.- Subdirección de Normalización.

PROYECTO DE NORMA OFICIAL MEXICANA PROY-NOM-XXX-SE-2001, PRACTICAS COMERCIALES Y REQUISITOS PARA CONFORMAR LAS SOCIEDADES PRESTADORAS DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE.

La Secretaría de Economía, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 34 fracciones XII y XXX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 fracción V, 40 fracción III, 47 fracción I de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, 33 DEL Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, expide el siguiente Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-XXX-SE-2001, Prácticas Comerciales y Requisitos para Conformar las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje.

De conformidad con el artículo 47 fracción I de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y 33 del Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-SE-2001, se expide para consulta pública a efecto de que dentro de los siguientes 60 días naturales los interesados presenten sus comentarios ante el Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio, ubicado en Avenida Puente de Tecamachalco número 6, Lomas de Tecamachalco, sección Fuentes, Naucalpan de Juárez, Estado de México, Teléfono 57-28-93-00, fax 57-29-94-84 y correo electrónico ifvazque@secofi.gob.mx para que en los términos de la ley se consideren en el seno del Comité.

Durante el lapso, la Manifestación de Impacto Regulatorio a que se refiere el artículo 45 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización puede ser consultada gratuitamente en la biblioteca de la Dirección General de Normas de esta Secretaría, ubicada en el domicilio antes citado.

México, D. F., a 1º de febrero de 2001.- La Directora General de Normas, Rubrica.

PROYECTO DE NORMA OFICIAL MEXICANA PROY-NOM-SE-SCFI-2001, PRACTICAS COMERCIALES Y REQUISITOS PARA CONFORMAR LAS SOCIEDADES PRESTADORAS DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE.

0. Prefacio.

En la elaboración del presente Proyecto de Norma Oficial Mexicana participaron las siguientes empresas e instituciones:

- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, S.C.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Ciudad de México, S.C.
- Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, A. C.
- Inmobiliaria Hotelera el Presidente Chapultepec, S.A. de C.V.
- Hoteles K-Royal, México, S.A. de C.V.
- Hoteles Camino Real, S.A. de C.V.
- Marriott, Mexicana, S.A. de C.V.
- Procuraduría Federal del Consumidor:
 - Subprocuraduría Jurídica.
 - Subprocuraduría de Servicios al Consumidor.
 - Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia.
- Secretaría de Economía:
 - Dirección General de Normas.
 - Dirección General de Política de Comercio Interior.
 - Dirección General de Registro Mercantil y Correduría.
- Gobierno de la Ciudad de México.
- Secretaría de Turismo.

1. Objetivos y campo de aplicación.

El presente Proyecto de Norma Oficial Mexicana especifica las características que deben tener las empresas dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje con clasificación de cuatro estrellas o mayor, así como la información y documentación

que deben proporcionar al consumidor con la finalidad de no lesionar sus intereses y a la Procuraduría Federal del Consumidor y Secretaría de Turismo para constituirse en una Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje

Las disposiciones del presente Proyecto de Norma Oficial Mexicana, una vez que se publique en el Diario Oficial de la Federación como norma definitiva, son de observancia obligatoria para las personas físicas o morales que realicen actividades de prestación de servicios de hospedaje con una categoría de cuatro estrellas o mayor.

2. Definiciones.

Para efectos de este Proyecto de Norma Oficial Mexicana, se entiende por:

2.1. Consumidor.

Persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor quién adquiera, almacene, utiliza o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

2.2. Turista.

La persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que haga uso de los servicios turísticos, a los que se refiere el artículo 4º fracción I de la Ley Federal de Turismo.

2.3. Secretaría.

Secretaría de Economía

2.4. PROFECO.

Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

2.5. Ley.

Ley Federal de Protección al Consumidor.

2.6. S. P. S. H.

Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje.

2.7. Establecimientos de hospedaje.

Los inmuebles en los que se le ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación, en establecimientos de hospedaje con categoría mayor a cuatro estrellas.

2.8. NOM.

Norma Oficial Mexicana.

3. Disposiciones Generales.

3.1. De la calidad.

- 3.1.1. Las empresas dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje, que tengan una clasificación de cuatro estrellas o mayor, deberán sujetarse a las normas de calidad que al efecto dicte la Secretaría de Turismo.
- 3.1.2. La Secretaría de Turismo, señalará los lineamientos de calidad necesarios con que deben contar los prestadores de servicios de hospedaje.

3.2. De la S.P.S.H.

- 3.2.1. Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, es la persona moral que se constituye bajo los lineamientos de la presente Norma, con el objeto de proporcionar al consumidor, un servicio de hospedaje de calidad sin agravio de los giros complementarios que la componen.
- 3.2.2. Para poder operar como S.P.S.H., se requiere autorización de la Secretaría de Economía, así como su inscripción ante la Secretaría de Turismo.
- 3.2.3. Ninguna persona podrá prestar el servicio de hospedaje a que se refiere la fracción I del artículo 4º de la Ley Federal de Turismo, con una calidad de cuatro estrella o mayor, si no es constituyéndose en la forma de Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje a que se refiere este inciso.
- 3.2.4. Previa autorización de la Secretaría de Economía, la cual se otorgará discrecionalmente de acuerdo a los planes y programas de desarrollo, previo cumplimiento de las disposiciones señaladas por el presente Capítulo, las Sociedades se constituirán ante Notario Público.
- 3.2.5. Para el otorgamiento de la autorización señalada en el párrafo anterior, se requiere presentar a la Secretaría la solicitud por escrito a la que se acompañará la siguiente documentación:
 - I. Proyecto estructural de la instalación, cuyas características deberán apegarse a las reglas generales que anualmente expida la Secretaría;
 - II. Título de propiedad o en su caso contrato traslativo de uso, que faculten al prestado del servicio hotelero y al legal uso del inmueble e instalaciones;
 - III. Visto Bueno de Seguridad y Operaciones, suscrito por el Director Responsable de Obra;
 - IV. Plan de Protección Civil, debidamente autorizado por al Autoridad Competente;
 - V. Proyecto de los estatutos que deberán regir a la sociedad, mismo que deberá contener todos y cada uno de los requisitos que establece el artículo 6º de la Ley General de Sociedades Mercantiles, así como sus órganos de administración y vigilancia.
- 3.2.6. Ingresada la solicitud, la Secretaría dictará la resolución por la que otorgue o niegue la autorización en un término de 10 días hábiles, contados a partir del día siguiente al ingreso de la referida solicitud, siendo apelable esta resolución en los términos y condiciones que señalen

la Ley Federal del Procedimientos Civiles. La Secretaría deberá fundar y motivar su resolución en ambos casos.

3.2.7. El objeto de la sociedad deberá contener los siguientes requisitos básicos:

I.- El objeto de esta Sociedad, es la prestación de servicios de hospedaje con una categoría de cuatro estrellas o mayor, y sus giros complementarios, sujetándose a los lineamientos mínimos de calidad que señale la Secretaría de Turismo y las disposiciones aplicables;

II.- Compraventa de toda clase de bienes Inmuebles, promoción y manejo de establecimiento para la prestación de servicios de hospedaje y en general la celebración de toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles compatibles con la naturaleza de su objeto.

Lo anterior sin perjuicio de las demás especificaciones que no vayan en contra del objeto social.

3.2.8. Constituida la sociedad deberá inscribirse en la sección especial del Registro Nacional de Turismo que estará a cargo de la Secretaría de Turismo, así como a la sección especial que corresponda ante la PROFECO.

3.2.9. Constituida la Sociedad en los términos anteriores e inscritos sus estatutos en el Registro Nacional de Turismo y la PROFECO, podrá iniciar de inmediato sus operaciones sin más requisitos de los señalados en la presente Norma. Después de la denominación o razón social de la Sociedad, deberá seguir las siglas S.P.S.H.

3.2.10. Son causas de disolución de esta Sociedad:

I. Por la revocación de autorización por la Secretaría en caso de que exista incumplimiento de las obligaciones que esta Norma establece para las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje, o que surgiera alguna situación que pusiera en riesgo la calidad o prestigio del servicio de hospedaje o la seguridad del consumidor, de tal forma que se afecte el fin y objeto de la misma. En los supuestos mencionados, deberá mediar un previo apercibimiento de la Secretaría, que fijará un plazo no mayor de 10 días para subsanar los hechos señalados.

II. Las demás que señala a Ley General de Sociedades Mercantiles.

3.2.11. Lo no previsto en la presente Norma, será aplicable las disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en materia de Sociedad Anónima.

3.2.12. Las personas morales que actualmente funcionen como Sociedades Anónimas y ejerzan el objeto social materia de la sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, deberán ajustar sus estatutos a lo previsto por la presente Ley en un término de noventa días hábiles siguientes a su entrada en vigor.

4. Verificación.

4.1. La PROFECO es responsable de verificar y vigilar el cumplimiento del presente Proyecto de NOM, una vez que se publique en el Diario Oficial de la Federación

como norma definitiva, de conformidad con lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley sobre Metrología y Normalización, su Reglamento y demás disposiciones aplicables.

4.2. La Secretaría de Turismo es responsable de verificar y vigilar el cumplimiento de los estándares de calidad que ella mismo establezca para las S.P.S.H.

5. Bibliografía.

- 5.1. Ley Federal sobre Metrología y Normalización (DOF 1° 19 de mayo de 1999).
- 5.2. Ley Federal de Protección al Consumidor (DOF 24 de diciembre de 1992).
- 5.3. Ley Federal de Turismo (DOF 31 de diciembre de 1992).
- 5.4. Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (DOF 14 de enero de 1999).
- 5.5. Reglamento de la Ley Federal de Turismo (DOF 31 de diciembre de 1994).
- 5.6. Guía para la Redacción, Estructuración y Presentación de las Normas Oficiales Mexicanas" (DOF 14 de mayo de 1981).

5. Concordancia con normas internacionales.

No se puede establecer concordancia con otras normas por no existir referencia al momento de la elaboración del presente.

TRANSITORIO

ÚNICO.- La presente norma entrará en vigor al día siguiente a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

México, D.F., a XX de XX de 2001. El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, XX. Rúbrica.

d. Propuesta de Reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Nuestra propuesta inicia por las facultades que le confiere el artículo 71 Constitucional, con relación al inciso "f", del artículo 72 de nuestra Carta Magna, a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por medio del Presidente de la República para presentar al congreso iniciativas de reforma de Ley. De esta forma, una vez presentada la iniciativa, se iniciará el procedimiento a que hace referencia el artículo 72 de nuestra Carta Magna, es decir, el proceso legislativo que iniciará su discusión en la Cámara de origen, observándose el

reglamento de debates sobre la forma e intervalos y modo de proceder en las discusiones y votaciones. En virtud de que esta reforma, no se encuentra prevista en las hipótesis del inciso "h" del artículo 72 Constitucional, la misma podrá presentarse indistintamente, tanto en la Cámara de Diputados como en la de Senadores.

La reforma consiste en crear un artículo 57bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar en los siguientes términos:

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

CAPITULO VI

De los Servicios

Artículo 57.- ...

Artículo 57bis.- Todas las personas físicas o morales que presten los servicios de hospedaje con una categoría mayor o igual a cuatro estrellas, deberán constituirse como Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, en la forma y términos que señale la Norma Oficial Mexicana que al efecto se emita...

Esta reforma tiene la finalidad de hacer saber a todos aquellos prestadores de servicios de hospedaje con una clasificación de cuatro

estrellas o mayor, para transformarse en S.P.S.H., así como informar a las personas interesadas en iniciarse en esta actividad, de la obligación ya comentada, con lo que se beneficiarán de todas aquellas ventajas con que contarán las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje.

Finalmente, señalaremos que se estudiaron otras formas de creación de este tipo de sociedades para la elaboración de esta tesis, como es el caso de una reforma a la Ley Federal de Turismo, en la que se establezcan las bases para su creación directamente en la Ley, sin embargo, y después de valorar estas opciones, nos inclinamos por el proyecto que hoy se postula.

CONCLUSIONES

- Como se desprende de este trabajo, la industria turística es un fenómeno de escala mundial y con un futuro sumamente prometedor. En nuestro país ha evolucionando poco a poco, creándose por parte de las autoridades, una gran cantidad de instituciones con el único objetivo de fomentar esta actividad. En la actualidad, la actividad hotelera en particular, se constituye como elemento configurador de la oferta turística y una de las ramas económicas más importantes y que mayormente atrae capitales hacia México, repercutiendo directamente en la generación de empleo de millones de mexicanos.
- Actualmente la actividad hotelera es considerada, por su naturaleza predominantemente lucrativa, como una sociedad mercantil de las denominadas Sociedades Anónimas en su modalidad de Capital Variable, y se ve regulada por una gran cantidad de ordenamientos administrativos que distraen en todo momento la ocupación fundamental del hotelero en México.
- El empresario hotelero debe centrar su atención en aspectos de calidad y administración de su negocio, se debe ocupar en el hecho de proporcionar un servicio de alta calidad, que compita con los estándares internacionales, para lograra ser más competitivo y estar a la par con los destinos más importantes del mundo, con el propósito de atraer la atención de los consumidores que aumenten la derrama económica en nuestro país. A contrario sensu, actualmente el empresario hotelero se ha tenido que convertir en

un especialista en derecho que debe de concentrar gran parte de su atención en cumplir con toda la gama de disposiciones legales que lo regulan, siendo que como es claro, no es su finalidad. Es por ello que se debe conjugar ambas ramas jurídicas, la mercantil y la administrativa, con la finalidad de disminuir los requisitos necesarios para constituir un hotel fomentando la hotelería y los beneficios directos.

- Objetivo primordial enfocado a favorecer la hotelería, debe ser lograr un equilibrio entre las condiciones mínimas de carácter técnico –construcción, dimensiones, mobiliario, equipo -, y las condiciones relativas al servicio y atención al turista, obviamente más variables y de difícil respuesta. No se debe olvidar la importancia de implantar una clasificación de los precios, capaz de dar confianza al viajero, y que sus desplazamientos de un lugar a otro, le permita encontrar instalaciones de la misma categoría, nivel de confort y servicios semejantes con independencia de que en ocasiones la satisfacción dependa del trato personal que pueda recibir por encima de las condiciones reglamentarias exigidas. De igual forma, se impone la necesidad de crear y conservar una planta de establecimientos suficientes para responder a una demanda cada vez más exigente y geográficamente bien distribuida.
- Estamos convencidos que se debe considerar a la industria hotelera como prioritaria para el desarrollo integral de nuestro país, y sin duda, con una buena administración y una buena atención y fomento, llegará a sobrepasar los niveles que hoy en día

representa, para convertirse en la actividad económica número uno en México.

- En virtud de lo anterior, y una vez estudiadas las formas de trabajar de una Sociedad Anónima, sus diferencias con el concepto de empresa, y la problemática con la que hoy día se enfrenta el empresario hotelero, dejamos a la luz la necesidad de crear nuevas formas en las que esta actividad se vea beneficiada la conformación de una nueva figura jurídica que favorece los intereses de los hoteleros, así como una simplificación administrativa real.
- Así pues, proponemos la creación de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, propuesta de manera conjunta por la Secretaría de Economía y la Secretaría de Turismo, la primera en un carácter regulatorio de la normatividad y con facultades de verificación por medio de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor; la segunda con un carácter de apoyo para el fomento a la actividad hotelera y establecer los estándares de calidad y clasificación a que se verán sujetas estas sociedades.
- Los beneficios inmediatos con que contarán las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje, básicamente se sumarían en los siguientes:
 1. Prevención de conflictos futuros en contra de toda la gama de autoridades administrativas que hoy en día regulan la operatividad de esta actividad, lo que traería aparejada la prevención de

- infracciones, quejas y demandas en contra de las Sociedades Prestadoras de Servicios de Hospedaje;
2. Simplificación administrativa;
 3. Contacto directo entre la Autoridad y la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje;
 4. Mayor seguridad jurídica, tanto para el consumidor, como para la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje;
 5. Mayor atención por parte del empresario, a la implementación más eficiente de los sistemas de calidad;
 6. Especificación clara de funciones y facultades entre la Secretaría de Economía y la Secretaría de Turismo;
 7. Homologación de criterios en cuanto a la normatividad vigente a nivel nacional;
- En consecuencia de lo anterior, y en virtud de los beneficios que traería la creación de la Sociedad Prestadora de Servicios de Hospedaje, acarreará al país un mayor número de Inversionistas nacionales y extranjeros interesados en aplicar sus capitales en este sector, y regulando los estándares de calidad, precio y clasificación, lo que provoca mayor certidumbre al consumidor y por ende mayor afluencia turística y ocupación hotelera, aumentando los beneficios que ya se han expuesto en el cuerpo de la presente tesis profesional.

BIBLIOGRAFIA

1. ACOSTA ROMERO, Miguel. Nuevo Derecho Mercantil. Ed. Porrúa. México, D.F. 2000.
2. ASOCIACION NACIONAL DE ABOGADOS. Legislación Turística. México, D. F., 1978.
3. BARRERA GRAF, Jorge. Instituciones de Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México, D.F., 1998.
4. BARRERA GRAF, Jorge. Derecho Mercantil. Editorial UNAM. México, D.F., 1991.
5. BARRERA GRAF, Jorge. El Derecho Mercantil en América Latina. Editorial UNAM. México, 1993.
6. BAUCHE GARCIADIEDO, Mario. La Empresa. Ed. Porrúa. México 1983.
7. CABALLERO, Gloria. El Turismo y los Caminos. La Industria Turística y sus Factores Fundamentales. Instituto Mexicano de Investigación Turística. México, 1964.
8. CABALLERO, Gloria. Historia Legislativa del Turismo Mexicano. México, 1966.

9. CAMARA ALVAREZ, M. Estudios de Derecho Mercantil. Editorial Tecnos. Madrid, España, 1977.
10. CERVANTES AHUMADA, Raúl. Derecho Mercantil. Editorial Herrero. Segunda Edición. México, 1990.
11. Código de Comercio. Ed. Sista, S.A. de C.V. México, D.F. 2000
12. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Greca Editores, S.A. 2000.
13. Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo II. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. Editorial Porrúa. México, 1993.
14. FRIAS SALCEDO, Carlos R. Sociedades Mercantiles. Universidad de Zacatecas. México, 1981.
15. FRISCH PHILIPP, Walter. Sociedad Anónima Mexicana. Ed. Colección textos jurídicos universitarios. Cuarta Edición. México, D.F. 1996.
16. GARCIA MAYNES, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho. Editorial Porrúa. México, D.F., 1996.
17. GARCIA RENDON, Manuel. Sociedades Mercantiles. Editorial Harla. Segunda Edición. México, 1995.

18. GARRIGUES, Joaquín. Curso de derecho mercantil. 7ª. Editorial Porrúa, S.A. México, 1977.
19. GOMEZ COTERO. Fusión y Escisión de Sociedades Mercantiles (Efectos Corporativos, Fiscales y Laborales). Editorial Themis. México, D.F., 1993.
20. GARRIDO DE PALMA, Victor M. Estudios sobre la Sociedad Anónima. Tomo II. Editorial Civitas. Madrid, 1993.
21. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS. Diccionario Jurídico Mexicano. Editorial Porrúa. México, D.F., 1998.
22. JIMENEZ, Alfonso. Turismo, Estructura y Desarrollo. Editorial McGraw Hill. Interamericana de México, S.A. de C.V. México, D.F., 1999.
23. Ley Federal de Protección al Consumidor. DOF. 24 de diciembre de 1992. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000.
24. Ley Federal sobre Metrología y Normalización. DOF. 1º de julio de 1992. Ed. Sista, S.A. de C. V. México, D. F., 2000.
25. Ley Federal de Turismo. DOF. 31 de Diciembre de 1992. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000.
26. Ley General de Sociedades Mercantiles. DOF. 4 de agosto de 1934. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000.

27. Reglamento de la Ley Federal de Turismo. DOF. 2 de mayo de 1994. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000.
28. Legislación sobre Turismo. Actualización con las modificaciones de la organización de la Administración Turística del Estado de abril y mayo de 2000. Ed. Mc Graw Hill. Madrid, España, 2000.
29. Ley Federal de Protección al Consumidor. DOF. 24 de Diciembre de 1992. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000.
30. Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal. G.O.D.F. 27 de Enero de 2000. México, D.F.
31. Ley General de Salud. DOF. 7 de febrero de 1984. Modificada por última vez el 7 de mayo de 1997. Ed. Porrúa. México, D.F., 2000
32. Ley General de Sociedades Mercantiles. Greca Editores. México, D.F., 1999.
33. MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Evolución de la Hotelería Mexicana de 1519 a Nuestros Días. I.M.I.T. México, 1964.
34. MAC DONALD ESCOBEDO, Eugenio. Turismo, una Recapitulación. Ed. Bonodi. México, 1981.

35. MANTILLA MOLINA, Roberto, Derecho Mercantil. 28ª edición. Editorial Porrúa, S.A. México; 1992.
36. MORENO DE LA TORRE, Alberto. Fusión, Escisión y Transformación de la Sociedad Anónima. Cuadernos del Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. Año I, número 3. Septiembre - Diciembre. México, D.F., 1986.
37. MANUEL ROMERO, Hector. El Turismo en México. Sus tiempos Históricos, sus Espacios Políticos. SECTUR. México.
38. MARTINEZ MORALES, Rafael. Derecho Administrativo, Segundo Curso. Editorial Harla. México.
39. ORTIZ DE MENDIVIL, Juan. Derecho del Turismo. Escuela Nacional de Administración Pública. España, 1972.
40. OLIVERA TORO, Jorge. Legislación y Organización Mexicana, México 1986.
41. PALLARES, Eduardo. Tratado Elemental de Sociedades Mercantiles. Editorial Antigua Librería Robredo. México, D.F., 1965.
42. PEREZ BONN, Enrique. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Editorial Daimon. Madrid, España, 1978.
43. Plan Global de Desarrollo, México 1976 - 1982.

44. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, Joaquín. Derecho Mercantil. Dos Tomos. Editorial Porrúa, S.A., México 1998.
45. S. GRAY, William. Hoteles y Moteles. Administración y Funcionamiento. Ed. Trillas. México, 1995.
46. SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA, Comisión de Administración Pública. Manual de Organización del Gobierno Federal, México, 1969 - 1970
47. VAZQUEZ DEL MERCADO, Oscar. Asambleas, Fusión, Liquidación y Escisión de Sociedades Mercantiles. Editorial Porrúa. México, D.F., 1997.
48. VILLASEÑOR DAVALOS, José Luis. Derecho Turístico Mexicano. Editorial Harla. México, 1992.
49. VILLORO TOANZO, Miguel. Metodología del Trabajo Jurídico, Técnicas del Seminario de Derecho. Editorial Limusa. Segunda Edición. México, D.F., 1996.
50. ZAMORA Y VALENCIA, Miguel Angel. Contratos Civiles. 3ª edición. Editorial Porrúa, S.A. México; 1989.