



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CAMPUS " ACATLAN "**

DERECHO

**" ESTUDIO JURÍDICO ECONÓMICO DEL SECTOR
TURÍSTICO EN MÉXICO "**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A:

SERGIO CONRADO MARIN FRAGOZO

ASESOR: LIC. MARIO E. ROSALES BETANCOURT.

ACATLAN, ESTADO DE MEXICO, MAYO DE 2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios mío por darme la vida y fortaleza, por iluminarme y tenderme la mano en mi esfuerzo, mi fe en Ti es eterna.

A mis padres, Daniel y Elena, gracias por la vida, por sembrar en sus hijos el espíritu al estudio y a la independencia profesional, porque a pesar de todo... lograron la cosecha !!

Muy especialmente a ti Madrecita, por todos tus esfuerzos para que tus hijos sean además hombres de bien, de espíritu, de lucha, y porque tú nunca me dejaste solo. Gracias Jefa! Que Dios te bendiga.

Con todo mi amor y cariño inmenso a mis hijos, SERGIO ALEJANDRO y LILIANA GUADALUPE. Ahora va por Ustedes!!, gracias por ser el motor de mis logros, siempre contarán conmigo en presencia, corazón y espíritu. Juntos por siempre hasta la eternidad. Los amo.

A ti, amorosa compañera, gracias por tu apoyo y por estar a mi lado.

A mi hermano Juan Carlos, por toda la grandeza de su ser, gracias por estar conmigo siempre. A su esposa Rita e hijos; Juan Carlos, Citlali y Jeny con cariño.

A mi hermano Daniel, por el apoyo incondicional desde el inicio de mi postulancia, por compartir la grandeza del Derecho y su aplicación. A mi cuñada Dulce, a mis sobrinos; Erika y Alfonso, Daniel José, Daniela, Jazmín Elena y Daniel Rafael, y sobrinos nietos Mariana y Alfonso, con todo mi cariño.

A mis queridos hermanos; Lily, Rosy, Miriam, Carlos, Lety, Marco, Daniel, Male, Mary y Rogerio. Por el sueño de estar unidos sin distingos ni apelaciones, siempre estaré con ustedes.

A mi querido abuelo Don Tomás Marín González (q.e.p.d.), hombre íntegro y de respeto, gracias por el recuerdo que aun tengo de ti, es bueno tenerlo.

A mi querida abuelita "Doña Chabelita" (q.e.p.d.), por el inmenso cariño recibido durante mi niñez, nunca te olvidaré Abue.

A mi Tío Alberto Fragoso Castañares (q.e.p.d.), por el ejemplo al estudio y la cultura.

A mi inolvidable Tío Juan Fragoso Castañares (q.e.p.d.), porque la escuela de la vida es la mejor universidad para aprender a ser hombres educados, de bien y de respeto. Gracias Tío por todo el cariño y apoyo.

A mis tíos Baty y Güero (q.e.p.d.), por el cariño recibido.

A mi tía Manuelita, por sus esfuerzos y espíritu servil hacia sus semejantes, por su felicidad y bienestar, gracias Tía, siempre contarás conmigo.

A mis cuñados; Fiore, Pile, Lizardo, Mateo, Mauro y Juan, por los buenos momentos, gracias por llevarselas! jajaja.

A mis demás sobrinos; Lizardo, Andrés, Rosa Elena, Alberto, Priscila, Bruno, Rodrigo, Iris, Linda, Rogerio, Tomás, Eilen, Giancarlo, Fiorella, Chiara, Marco, Lorena, Daniel, Josué, Francisco, Donnie y a los que me faltan y el que viene en camino "Mauro Jr", por un buen futuro para ustedes, siempre contarán con Tío Sergio.

A mi tía Carmen y a mis primos, Lourdes, Eli, Paco, Virgilio y Rodolfo, viva la Familia!

A mi primo Aldo, su Esposa e hijos, con cariño.

A mi entrañable profesor; Luis Muñoz Robles (q.e.p.d.), por sus consejos y enseñanzas en Derecho Procesal Civil, gracias "Lic" dondequiera que estés.

A mi amigo y profesor de Garantías y Amparo, Héctor Flores Vilchis, gracias maestro por tus enseñanzas y por aquellas charlas de estacionamiento.

A mi gran Amigo y compañero de carrera y profesión, ARIEL SANCHEZ COVARRUBIAS, por aquellas desveladas de trabajo "a morir", por tu apoyo, gracias Aleluco.

A la Fam. Sánchez Covarrubias, especialmente a doña Leticia Covarrubias de la Fuente, (q.e.p.d.) por sus gestos nobles y atenciones.

A mis compañeros de carrera, por compartir momentos de estudio y motivación.

A mis socios y amigos de Servicios Jurídicos Estratégicos, S.C. Por todo, gracias.

A mis amigos de los honorables Tribunales Superiores de Justicia del Estado de México y del Distrito Federal.

A mis amigos del honorable Supremo Tribunal de Justicia del Estado de Guanajuato.

A mis amigos y compañeros del Jurídico del Banco Nacional de México, S.A.

A mis amigos litigantes de la barra y colegios de abogados de Chalco, Cuautitlán y ciudad de México, con gran respeto y pasión por la postulancia.

Con respeto y humildad a mis adversarios en el litigio, por la incomodidad de mis actos, por haber señalado mis limitaciones y carencias, a quienes corro traslado con aquella frase coloquial que reza en el foro: *"Más vale abogado sin título, que título sin abogado"*

A mis amigos abogados; Misael, Eloy, Normita, Doris, Joaquín "lice", Miguel Angel, gracias por su apoyo.

A mis actuales compañeros de oficina: Fabiola Denisse Rivera Marín y Edgar Ricardo Fragoso Covarrubias, por un futuro de éxito.

A mi inolvidable amigo Oscar M. Juárez Constantino (q.e.p.d.), gracias por tu franca amistad y por haber compartido experiencias en esta vida terrenal, donde quiera que estés Oscarín, que Dios te proteja.

A mi asesor, Lic. Mario E. Rosales Betancourt, gracias por todo el apoyo maestro.

A los miembros del Jurado, con todo respeto y humildad por este trabajo.

A MI ALMA MATER, LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, SEMILLERO DE PROFESIONALES DE ESFUERZO Y HONOR.

A mi querida Facultad de Estudios Superiores "ACATLAN"

LA SOSPECHA

Un hombre perdió su hacha; y sospechó del hijo de su vecino. Observó la manera de caminar del muchacho – exactamente como un ladrón -. Observó la expresión del joven – idéntica a la de un ladrón -. Observó su forma de hablar – igual a la de un ladrón -. En fin, todos sus gestos y acciones lo denunciaban culpable de hurto.

Pero más tarde, el hombre encontró su hacha olvidada en un valle. Después, cuando volvió a ver al hijo de su vecino, todos los gestos y acciones del muchacho le parecían muy diferentes a los de un ladrón.

Lie Zi



“La Calumnia de Apeles”

Botticelli

En 1496 DC Botticelli, pintaba un cuadro para su amigo Antonio Segni rogándole que no lo expusiera al público sino hasta después de su muerte. La causa? Ese cuadro se titulaba “La Calumnia” y consiste en una verdadera denuncia de cómo se llevaba a cabo la justicia en aquellos años, en contraste con lo lujoso del decorado del edificio que describe Botticelli al esplendo político de aquella época.

En el cuadro se observa el arresto de una Víctima Inocente (desnuda como la verdad porque no tiene nada que ocultar) que ha sido arrastrada por el suelo, conducida y puesta ante un Juez Injusto, a quien a través de unas orejas de asno le cuchichean La Ignorancia, La Sospecha y La Envidia, quienes guían a La Calumnia, misma que porta una antorcha encendida fingiendo esclarecer el juicio, y a un lado solos, separados de la escena.....La Verdad (desnuda) y El Remordimiento.

"Ver que los ardiles del zorro triunfan sobre la justicia del león, lleva al creyente a dudar de la justicia"

Khalil Gibran

"Administrad la justicia con ecuanimidad y rectitud, y si es necesario, con rigor y ejemplaridad. Pero cuando la naturaleza de las gentes y las cosas lo permitan, sed también misericordioso y benigno"

Felipe II

"Las pruebas pesan más en la balanza de la justicia que los más elocuentes discursos"

Ben Jonson

"Andan siempre asidas de la mano la clemencia y la justicia. Usa de la una con tal arte que la otra no quede ofendida"

Diego de Saavedra Fajardo

"El hombre justo no es el que no comete ninguna injusticia, sino el que, pudiendo ser injusto, no quiere serlo"

Menandro

"Si a cada cual se le diese su merecido, ¿qué hombre podría escapar del látigo?"

William Shakespeare

I N D I C E

OBJETIVO DE LA TESIS	1
JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS	2
CAPÍTULO PRIMERO	
EL DERECHO TURÍSTICO.	
I.1 TURISMO Y DERECHO.	5
I.2 CONCEPTO DE DERECHO TURÍSTICO.	11
I.3 UBICACION DEL DERECHO TURISTICO.	13
1.4 RELACION DEL DERECHO TURISTICO CON OTRAS ÁREAS JURÍDICAS.	17
CAPITULO SEGUNDO	
MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL SECTOR TURÍSTICO.	
II.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.	24
II.2 LEY FEDERAL DE TURISMO.	28
II.3 SECRETARÍA DE TURISMO.	50
CAPITULO TERCERO	
EL TURISMO.	
III.1 EL TURISTA.	52
III.2 PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	78
III.2.1 HOTELES.	86
III.2.2 AGENCIAS DE VIAJES.	97

III.2.3 GUÍAS DE TURISTAS.	103
III.2.4 RESTAURANTES.	106

CAPÍTULO CUARTO

CONSECUENCIAS JURÍDICO ECONÓMICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

IV.1 MOVILIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA.	135
IV.2 LA GENERACIÓN DE EMPLEOS.	139
IV.3 INGRESO DE DIVISAS.	144
IV.4 INDEPENDENCIA ECONÓMICA.	167
CONCLUSIONES.	176
BIBLIOGRAFÍA.	179

OBJETIVO DE LA TESIS

La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos o entrada de divisas. España, donde el turismo tiene una importancia económica de primera magnitud, recibió en el año de 1995 la visita de 51 millones de turistas.

La aceptación sin restricciones de los beneficios del turismo en la década de los años setenta empezó a dar paso a una propuesta más equilibrada sobre el papel del turismo en el desarrollo, especialmente en lo referente a sus impactos no económicos.

En este trabajo, llevaré a efecto un estudio integral del marco jurídico e institucional dentro del cual se desarrolla la actividad turística en México, a efecto de precisar las implicaciones sociales, jurídicas y económicas para nuestro país, dentro del mundo globalizado actual, en el cual el sector turístico juega un papel destacado.

JUSTIFICACION DE LA TESIS

Turismo. Es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas -----agricultura, construcción, fabricación----- y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas.

No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras, son entradas importantes para el sector turístico.

El día 04 de marzo de 1993, la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptó las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre las estadísticas del turismo.

La definición aceptada oficialmente es: "El turismo comprende las actividades de personas que viajan a (y permanecen en) lugares fuera de su medio normal por motivos de ocio, negocios u otros propósitos".

Las recomendaciones distinguen las siguientes categorías de turismo:

- 1) Turismo doméstico, que abarca a los residentes de un país que visitan ese mismo país.

- 2) Turismo de entrada, que implica a los no residentes de un país "A" visitando el país "A", por ejemplo; turistas japoneses que viajan a España.
- 3) Turismo de salida, que comprende a los residentes de un país que visitan otros países, por ejemplo; un residente de Roma, Italia, visitando Bruselas, Bélgica. Las tres clasificaciones básicas pueden combinarse entre sí para derivar en las siguientes categorías de turismo:
- 4) Turismo interno, que abarca el turismo doméstico y el turismo de entrada.
- 5) Turismo nacional, que incluye el turismo doméstico y el turismo de salida.
- 6) Y el turismo internacional, que comprende el turismo de entrada y de salida.

Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término "visitante" puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente: los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un período que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado.

Los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que nos fáciles de analizar debido a las inconsistencias de las definiciones y clasificaciones utilizadas.

Teniendo en cuenta esas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

Para los países desarrollados y en vías de desarrollo, el turismo es una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado.

El volumen de la actividad turística en una base global no está distribuido uniformemente; la OMT estimó que el 62% de las actividades turísticas se producían entre países desarrollados. Esta estadística ilustra el hecho de que el turismo es disfrutado sobre todo por residentes de países desarrollados que poseen los ingresos necesarios, el tiempo libre suficiente y la motivación para viajar.

CAPÍTULO PRIMERO. EL DERECHO TURÍSTICO.

I.1 TURISMO Y DERECHO.

El turismo es la actividad relativa a los movimientos temporales de personas, de un lugar a otro por diversos motivos y de una serie de servicios que demandan tales personas; lo que genera relaciones humanas de carácter social, económico y jurídico en las sociedades mundiales, cuyos principales actores son: el turista y el prestador de servicios turísticos; razón por la cual el Estado, con la pretensión de proteger los intereses de los usuarios de estos servicios y el patrimonio nacional, regula las relaciones jurídicas que de tal actividad surgen.

El turismo trae importantes repercusiones sociales y económicas, como son: dentro de la primera, la transculturación y la aculturación que en síntesis consisten en la fusión de dos o más culturas de donde resulta una tercera; dentro de la segunda, la obtención y fuga de divisas que inciden en la balanza de pagos, la generación de empleos y la redistribución del ingreso interno.

El turismo como una más de las actividades humanas que se ha incrementado desde que surgió a mediados del siglo XIX en Europa, y a partir de 1920 en nuestro país, es considerado en términos generales como la actividad resultante de los desplazamientos de personas

condicionadas por el concurso de circunstancias tales como: el ocio o tiempo libre, la reducción de las horas laborales y el aumento de las jubilaciones; mayores ingresos, la evolución del transporte y de los sistemas de hospedaje, el cambio de mentalidad de la población mundial y por la infinidad de motivos para viajar.

Para Roberto C. Boullón: "El turismo no nació de una teoría, sino de una realidad que surgió espontáneamente, y se fue configurando a sí mismo, bajo el impacto de descubrimientos en otros campos, como entre otras cosas, el progreso de la navegación y el invento del ferrocarril, del automóvil, del avión.

El término turismo proviene del latín *tornare* (girar). "Cualquiera que sea el origen de las palabras "turismo" y "turista", el hecho es que finalmente fueron tomadas del francés *tour*, para ser utilizada en otros idiomas".¹

Según Óscar De la Torre, debido al auge de esta actividad no han sido pocos los estudiosos que han pretendido definirla, aportando conceptos que en su tiempo y espacio han sentado las bases de la teoría y práctica de la actividad turística.²

Para Arthur Borman, citado por De la Torre: "turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por

¹ BOULLÓN, Roberto. Planeación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México Distrito Federal 1990. Pág. 17.

² Cfr. DE LA TORRE PADILLA, Óscar. El Turismo Fenómeno Social. Fondo de Cultura Económica. México Distrito Federal 1999. Pág. 15.

motivos comerciales o profesionales u otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia es temporal".³

En opinión de Fabio Cárdenas Tabares, el turismo "consiste en los desplazamientos realizados en el tiempo libre que genera fenómenos socioeconómicos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deporte y cultura".⁴

Por su parte, Rafael González Alpuche define al turismo como: "El conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídicos, que lleva a efecto un individuo para emprender (acto) o al realizar un viaje (hecho) y obtener, su estancia legal en lugar distinto al de su radicación".⁵

Óscar de la Torre Padilla, considera que el turismo "es un fenómeno social consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas, que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su residencia habitual a otro, en el que no ejercen una actividad

³ Ídem. Pág. 17.

⁴ CÁRDENAS TABARES, Fabio. Comercialización del Turismo. Editorial Trillas. México Distrito Federal 1996. Pág. 23.

⁵ GONZÁLEZ ALPUCHE, Rafael. Temática y Legislación Turística. Asociación Nacional de Abogados. México Distrito Federal 1998. Pág. 564.

lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural".

Más adelante señala que el turismo "tiene por objeto concreto la localidad que motiva el desplazamiento, así como las facilidades necesarias que permitan el traslado y la residencia temporal.

En otros términos, el objeto es el conjunto de elementos que conforman la oferta turística, dentro del mercado".

Otra definición interesante es la que plantea el Instituto de Investigaciones Turísticas: "Turismo es el desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal, entendiéndose el primero como aquel ámbito geográfico donde un individuo se desenvuelve socialmente y obtiene de fijo los medios económicos de subsistencia".⁶

Para Donald Lundberg, el turismo "es el negocio del transporte, atención alimenticia y diversión del turista; sus componentes son muchos y variados".⁷

Son parte principal del turismo la economía, los negocios, la ecología, la geografía, el gobierno y la legislación.

⁶ Cfr. DE LA TORRE PADILLA, Óscar. Op. Cit. Pág. 19

⁷ LUNDBERG, Donald. El negocio del Turismo. Editorial Diana. México Distrito Federal 1999. Pág. 34

El turismo, en términos generales, es la afición de viajar por el gusto de recorrer un país. Organización de los medios conducentes a facilitar los viajes.

El turismo es la actividad derivada de los desplazamientos de personas, pero también es, a decir del catedrático español Luis Fernández Fuster, el conjunto de fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes.

"Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías, intérpretes, etcétera, que el núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden -y que no promovería si no las recibiese".⁸

Por lo que al Derecho se refiere, éste surgió en la época de la Roma de Oro, a consecuencia de la necesidad de resolver las controversias de intereses de toda índole entre las personas pertenecientes a una determinada comunidad; controversias que han debido regularse por el Estado a través de un conjunto de normas jurídicas denominadas Derecho, que van cambiando de acuerdo a las necesidades sociales y que no siempre son las mismas.

El Derecho se basa en las normas jurídicas que imponen deberes o conceden derechos, siendo obligatorias o atributivas.

⁸ FERNÁNDEZ FUSTER, Luis. Derecho Turístico. Editorial Reus. Madrid España 1978. Pág. 35

El Derecho está formado por reglas de conducta que emanan del Estado para asegurar la convivencia social. Es una creación humana, un producto social necesario para mantener el orden y la armonía en una comunidad.

Toda sociedad requiere de un orden jurídico para su pleno desarrollo, asegurando su mantenimiento por medio de la sanción, que es la consecuencia del incumplimiento de la norma; es la coercibilidad para obligar a cumplir con la misma, por lo que la norma jurídica para ser obedecida establece una sanción en contra de su incumplimiento y la ejerce el Estado.

La palabra Derecho proviene del latín *directum* (directo) que en sentido figurado significa lo que es directo, lo que está de acuerdo a la regla, a la ley; es decir, que no se desvía de un lado a otro, que es recto.

El Derecho es el conjunto de normas jurídicas que regulan la conducta externa del hombre en sociedad; entendiéndose por norma jurídica: el mandato impuesto por el Estado a los individuos de una determinada sociedad, concediéndoles derechos e imponiéndoles obligaciones.

Es un sistema racional de normas sociales de conducta declaradas obligatorias por la autoridad, por considerarlas situaciones justas a los problemas surgidos de la realidad histórica.

Es el conjunto de normas imperativo-atributivas que en una cierta época y un país determinado la autoridad política declara obligatorias.

Se concluye que el Derecho es la facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece en nuestro favor, o que el dueño de una cosa nos permite en ella.

Es el conjunto de principios y reglas a que están sometidas las relaciones humanas en toda sociedad civil y a cuya observancia pueden ser compelidos los individuos por la fuerza.

I.2 CONCEPTO DE DERECHO TURÍSTICO.

La actividad turística, según Enrique Pérez Bonnin, es: "aquella que ejercen las personas físicas o jurídicas, privadas o públicas, e incluso la de los órganos de la Administración que, de una manera directa o indirecta se relaciona con el fenómeno turístico o pueden influir de modo preponderante sobre el mismo".

Asimismo, el autor de mérito, lo define: "como el conjunto de normas aplicables a los actos que la propia normación califica de turísticos", y señala como "Derecho Turístico Administrativo, las leyes que establecen la organización administrativa turística y regulan los actos que las mismas leyes reputan turísticos, los reglamentos que el Ejecutivo elabore para el desarrollo de las leyes turísticas

y las órdenes y acuerdos que dicten las autoridades de turismo en uso de las facultades que la propia Ley les otorga y que mediante su publicación legal adquiere carácter aplicativo y obligatorio. Integran también nuestro Derecho Turístico, los convenios internacionales sobre la materia debidamente ratificados"

El autor en mención, destaca además la importancia de las relaciones contractuales entre las partes, como lo son, el prestador de servicios turísticos y el turista, que constituyen figuras típicas del Derecho Privado, por lo que sin pretender una tesis definitiva concluye en lo siguiente: "Diremos que las relaciones jurídicas turísticas se rigen en parte por disposiciones administrativas de imperiosa obligación en su concepto de normas de Derecho Público y en otra parte por normas de Derecho Privado, que adquieren el rango de Derecho Turístico".⁹

Rafael González Alpuche, define al Derecho Turístico como: "El conjunto legislativo que regula cierto sector del movimiento migratorio de un Estado" y agrega que "el Derecho Turístico se funda en la libertad de tránsito y en la condición jurídica de los extranjeros", con lo que se demuestra el carácter jurídico del turismo.¹⁰

Tal libertad de tránsito se regula en el artículo 11 de la constitución mexicana que dice: "Todo hombre tiene

⁹ PÉREZ BONNIN, Enrique. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Editorial Daimon. México Distrito Federal 1998. Págs. 84 a 86.

¹⁰ GONZÁLEZ ALPUCHE, Rafael. Op. Cit. Pág. 564

derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia...".

Por último, José Luis Villaseñor Dávalos, lo define como "un conjunto o cuerpo de normas jurídicas que con motivo del turismo regula los actos y relaciones que se dan entre el turista, los prestadores de servicios turísticos y el Estado".¹¹

De lo anterior se concluye que el Derecho Turístico es el conjunto de leyes, reglamentos y normas administrativas, tanto de carácter Público como Privado, relativos a los movimientos migratorios temporales de personas y a la prestación de los servicios turísticos y generales que éstas demandan.

I.3 UBICACIÓN DEL DERECHO TURÍSTICO.

El Derecho, como actividad humana está clasificado desde varios puntos de vista para su análisis y estudio, es por ello que el derecho turístico, por sus propias características, debe tener un sitio en la clasificación general del Derecho porque puede ubicarse tanto en el Derecho Público como en el Privado.

En primer lugar, tiene elementos de Derecho Público por las atribuciones que en ejercicio de su soberanía ejerce el Estado.

¹¹ VILLASEÑOR DÁVALOS, José Luis. Derecho Turístico Mexicano. Editorial Harla. México Distrito Federal 1999. Pág. 31

Éste regula las relaciones de los entes colectivos o públicos entre sí y con los particulares, en especial las del Derecho Administrativo del cual emana la estructura de los órganos oficiales, entre ellos, la de la Secretaría de Turismo.

En el artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, se establecen los asuntos de su competencia destacándose las relaciones que surgen con los particulares en sus modalidades de prestadores de servicios turísticos y de turistas a quienes afecta, y sus relaciones con otras dependencias del Ejecutivo Federal.

En segundo lugar, comprende fundamentos de Derecho Privado, que regula las obligaciones contraídas libremente por los particulares, ejercitando el principio de la autonomía de la voluntad al normalizar los actos civiles, patrimoniales y contractuales de los particulares entre sí y sus relaciones comerciales, como es el caso de las existentes entre los prestadores de servicios turísticos y sus clientes, relaciones que se encuentran reguladas, en materia de contratos, por lo que convengan las partes y por el Código Civil para el Distrito Federal.

Según González Alpuche, el Derecho Turístico pertenece al Derecho Internacional Privado en atención a que éste se fundamenta en la libertad de tránsito y en la condición jurídica de los extranjeros, por lo que el turismo se inicia en el derecho migratorio, cuyos efectos del acto o hechos

jurídicos que llevan al individuo a adquirir una calidad jurídica determinada son:

1° Quedar investido de una calidad jurídica migratoria, la de turista.

2° Garantizar el libre tránsito de una entidad a otra.

3° Estancia legal condicionada, en lugar distinto al de su radicación.

4° Seguridad jurídica en general.

Además, continúa su tesis: "El Derecho Turístico se funda en la libertad de tránsito y en la condición jurídica de extranjeros.

Por lo que encuadra la especialización del Derecho Turístico como rama del Derecho Internacional Privado o Privado Internacional o como lo llaman los juristas americanos conflicto de leyes, ya que el individuo turista extranjero o turista forastero, provoca la vivencia de relaciones internacionales o interestatales en Estados Federales como en los Estados Unidos Mexicanos, que presentan conflictos de leyes".¹²

Otra forma de plantear la ubicación del Derecho Turístico, nos la brinda Luis Recaséns Siches: "El Derecho Turístico

¹² GONZÁLEZ ALPUCHE, Rafael. Op. Cit. Pág. 565

se ubica dentro de la clasificación general del Derecho, en una categoría intermedia por el carácter público privado de sus normas como las siguientes: Derecho del Trabajo; Derecho de la Seguridad Social; Derecho Agrario; Derecho de la Economía; Derecho Turístico".¹³

Al Derecho Turístico también se le ha considerado parte del Derecho Social que surgió como una necesidad y una respuesta de la sociedad, encaminado a proteger a los individuos económicamente débiles en los aspectos social, económico y laboral.

Un claro ejemplo lo es la moderna legislación laboral mexicana que limita las jornadas de trabajo, amplía los descansos y obliga a los patrones al pago de horas extras vacaciones anuales y reparto de utilidades a los trabajadores.

La teoría socializante pretende igualar las condiciones de vida de los grupos mayoritarios de escasas posibilidades de adquisición de bienes y servicios y los grupos de mayores posibilidades, pretendiendo ser equitativa y dar a cada quién lo que le corresponde como hombres y ciudadanos.

El turismo Social es la política encaminada a favorecer el acceso a los beneficios del turismo por parte de las clases económicamente débiles, a través de un conjunto normativo de prestaciones que lo hacen posible.

¹³ RECASÉNS SICHES, Luis. Introducción al Estudio del Derecho. Editorial Porrúa. México Distrito Federal 1998. 12ª. Edición. Pág. 179.

El jurista alemán Gustavo Radbruch, considera al respecto que no es simplemente la idea de un derecho especial destinado a las clases bajas de la sociedad, sino de una nueva forma de Derecho en general.¹⁴

La corriente que considera al Derecho Turístico como parte del Derecho Social se basa en la socialización de los movimientos migratorios cada vez más en aumento, aun para los estratos de escasos recursos económicos, a través de los siguientes organismos institucionales: el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), la Comisión Nacional del Deporte (CONADE) y el Gobierno del Distrito

Federal entre otros. También se basa en la interrelación de los prestadores de servicios turísticos, que aunando esfuerzos organizan paquetes económicos al servicio del turista de la clase trabajadora lo que se conoce como turismo obrero o turismo social y que contribuye a la redistribución del ingreso interno y al fomento de la recreación y la cultura nacional.

I.4 RELACIÓN DEL DERECHO TURÍSTICO CON OTRAS AREAS JURÍDICAS.

El Derecho Turístico, como cualquier rama del conocimiento humano, no puede existir de forma aislada,

¹⁴ Autor citado por PÉREZ BONNIN, Enrique.. Op. Cit. Pág. 74

sino que requiere del auxilio de otras áreas, entre las que se encuentran las siguientes:

El Derecho Constitucional, regidor de la organización o constitución del Estado en general y del Poder Legislativo en especial, se relaciona con el Derecho Turístico a consecuencia de la legislación turística que procesa el H. Congreso de la Unión con fundamento en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Para el Doctor Miguel Acosta Romero, el fundamento jurídico de la actividad turística lo encontramos en el artículo 11 de nuestra constitución, donde se crea el ambiente de seguridad que garantiza al viajero las más elementales garantías a las que tiene derecho toda persona humana.

ART. 11.- Todo hombre tiene derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar de residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes. El ejercicio de este derecho estará subordinado a las facultades de la autoridad judicial, en los casos de responsabilidad criminal o civil, y a las de la autoridad administrativa, por lo que toca a las limitaciones que impongan las leyes sobre emigración, inmigración y

salubridad general de la República, o sobre extranjeros perniciosos residentes en el país.¹⁵

El Derecho Administrativo, regidor del Poder Ejecutivo o Administrativo, le corresponde la administración y prestación de los servicios públicos, así como la administración del propio Estado y sus relaciones con sus habitantes.

Surge la relación con el citado derecho a través de las facultades que le otorga el artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal a la Secretaría de Turismo.

El turismo trae consigo un importante sentido de servicio público y en principio diremos que se entiende por servicio la organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada.

En una sociedad tan compleja como la actual, en donde las necesidades han rebasado con mucho los límites impuestos por la supervivencia, el individuo cada día está más lejos de preocuparse sólo por trabajar, comer y vestir.

Así, tenemos que la educación, antes soslayada por ser propia de un sector social privilegiado, hoy se ha

¹⁵ ACOSTA ROMERO, Miguel. Segundo Curso de Derecho Administrativo. Editorial Porrúa. México Distrito Federal 1989. Pág. 542.

convertido en un imperativo para la generalidad; lo mismo podemos decir de las comunicaciones, la sanidad pública y la distribución de la energía eléctrica, sólo por mencionar algunos elementos indispensables en nuestra época.

Las necesidades se satisfacen en la colectividad por un servicio que en ocasiones es prestado por un particular o un grupo de ellos, a cambio de una contraprestación, o bien, es considerado como una labor específica del Estado, en su carácter de administrador público, encontrándonos ante un servicio público.

Los tratadistas han partido de dos elementos para tratar de definirlo: por un lado, el fin, consistente en la satisfacción de una necesidad considerada como colectiva y por otro, los medios de que se vale la sociedad para resolver esa necesidad, los cuales estriban en la organización creada por el Estado, o bien en la concesión otorgada a los particulares para que la efectúen desde luego, bajo el control y la vigilancia de éste.

Por supuesto, existe una importante variedad de fines a alcanzar mediante los servicios públicos, los cuales pueden ser tan diversos como aquellos; no obstante que esto no ha sido siempre así; en virtud de que el pensamiento liberal del siglo XIX, consideró que el papel del Estado en esta materia consistía en ocuparse de aquellas necesidades colectivas que por sus características no podían ser satisfechas por los

particulares, lo que justificaba la creación de los servicios que se encargaran de subsanar tales necesidades.

Por otra parte, la incursión del Estado en otras áreas que conforme a ésta posición le estaban vedadas, y al abandono en manos de particulares y algunas actividades exclusivamente propias de aquél, trajo como consecuencia la reformulación de los criterios con cuyo concurso se pretendía definir al servicio público, lo que finalmente indujo a la adopción de dos criterios fundamentales, uno formal u orgánico y otro material.

El Derecho Penal establece las categorías delictivas y la penalización correspondiente. Tipifica delitos, juzga e impone sanciones a quienes los cometen (fraude, hurto, abuso de confianza, homicidio y otros). Comprende el estudio de los hechos antisociales y su represión por parte del Estado; se relaciona con el Derecho Turístico cuando surge el hecho o acto jurídico de carácter ilícito penal en el que un turista especialmente extranjero y los prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros se viesen involucrados.

En el caso de turistas extranjeros, éstos podrán recurrir a sus embajadas o consulados a solicitar orientación, sin que ello impida la aplicación de las leyes mexicanas.

El Derecho Procesal es el conjunto de disposiciones que rigen la organización del Poder Judicial y la forma de

hacer promociones ante éste; son las reglas destinadas a la aplicación de las normas jurídicas a casos particulares.

Se divide a su vez en penal y civil, según las promociones sean de una u otra materia, no surgiendo relación alguna con el Derecho Turístico, ya que en caso de que los turistas o los prestadores de servicios turísticos nacionales o extranjeros, llegasen a cometer un ilícito penal o un acto jurídico civil, se llevaría a cabo el procedimiento correspondiente en la forma ordinaria.

El Derecho Mercantil es el regulador de la actividad comercial y basa su relación con el Derecho Turístico en el artículo 75 fracción VIII del Código de Comercio.

El Derecho Civil, como regidor de los hechos y actos jurídicos derivados de las relaciones privadas de los particulares entre sí, nacimiento, mayoría de edad, matrimonio, tutela, propiedad y contratos en general, fundamenta su relación en los códigos Civil y el de Procedimientos Civiles, ambos para el Distrito Federal.

El Derecho Laboral, regula las relaciones de trabajo entre patrones y empleados en virtud de un contrato laboral y de éstos con el Estado, se vincula con el citado derecho por las relaciones de trabajo de los prestadores de servicios turísticos (artículo 123 constitucional apartado A).

El Derecho Agrario normativiza el acomodamiento, restitución y dotación de tierras y aguas a los núcleos poblacionales, procurando el desarrollo integral del sector rural y fomentando las acciones productivas y sociales que eleven su bienestar.

CAPÍTULO SEGUNDO. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL SECTOR TURÍSTICO.

En este apartado, llevaremos a cabo un estudio integral de las disposiciones legales que regulan al sector turístico.

II.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

Dispone la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 11:

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

Este numeral, tiene que ver con la libertad de tránsito, que es el derecho de toda persona a entrar y salir del país, a desplazarse libremente por su territorio y a fijar y mudar el lugar de su residencia dentro del mismo.

Se le conoce también bajo la denominación de libertad de movimiento, de locomoción o de residencia.

En la antigüedad y durante toda la Edad Media, no sólo no se concebía la libertad de tránsito como un derecho del hombre, cuyo respeto y cumplimiento pudiere exigirse legalmente a las autoridades, sino que el desplazamiento físico de las personas, en tanto que simple fenómeno fáctico, estaba sometido a severas restricciones.

A partir de la Declaración francesa de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, del 26 de agosto de 1789, cuyos artículos 4 y 7 afirman implícitamente la libertad de ir, venir y residir, la libertad de tránsito pasaría a formar parte del derecho público interno de los países organizados bajo el régimen liberal democrático.

En nuestro país, a partir de la lucha por su independencia, esta libertad fue reconocida en numerosos documentos públicos fundamentales, desde el Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana o Constitución de Apatzingán (artículo 7), del 22 de octubre de 1814, hasta la Constitución en vigor (artículo 11), del 5 de febrero de 1917.

La Constitución vigente, en su artículo 11 de referido, reconoce a toda persona el derecho de entrar o salir de la República, de viajar por su territorio y de establecer o cambiar su lugar de residencia dentro del mismo, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto u otros requisitos semejantes.

No obstante, subordina el ejercicio de este derecho a las facultades que las autoridades judiciales o administrativas pueden desplegar en los casos y circunstancias que la propia Constitución determina.

Conforme a lo que dispone el citado artículo 11 constitucional, cabe hacer la diferenciación entre dos manifestaciones distintas de la libertad de tránsito.

Es decir, una, consiste en la libertad de tránsito interno, respecto de la cual el Estado no puede limitar su ejercicio mediante la exigencia de documentos del tipo de los que menciona dicha disposición, o de otros requisitos similares, a cuya obtención y posesión quedase supeditado el traslado o desplazamiento temporal, o la elección fijación o variación del lugar de residencia permanente de las personas, dentro del territorio nacional; otra, que se refiere a la libertad de tránsito de o para el exterior, en cuyo caso el requerimiento de documentos -trátase de pasaportes, permisos especiales para el tránsito de personas residentes en zonas fronterizas, o cualquier otro documento de la misma

especie- sólo será válido en la medida en que estos documentos sirvan a la autoridad para identificar a las personas que cruzan las fronteras del país, así como para registrar y controlar los movimientos migratorios, lo que, de hecho, obliga a toda persona hoy, en día a la obtención y posesión de un pasaporte y de las visas necesarias en sus desplazamientos hacia el extranjero.

Así en una primera categoría se contemplan las facultades de la autoridad judicial para restringir el libre desplazamiento de las personas en los casos de responsabilidad penal o civil, restricción que suele concretarse en medidas tales como: la prisión impuesta como pena por sentencia judicial, la detención preventiva, el arraigo, el confinamiento, etc., según las disposiciones correspondientes de los códigos penal o civil.

En una segunda categoría quedan comprendidas las restricciones impuestas por ley, sea en materia de emigración, inmigración o salubridad general; sea en lo que concierne a los extranjeros perniciosos residentes en el país, restricciones que o bien se encuentran previstas por la propia Constitución (artículo 33, respecto a la expulsión de extranjeros perniciosos; artículo 73, fracción XVI, en cuanto a las cuestiones de salubridad general), o bien son reguladas por la legislación secundaria, como es el caso de la Ley General de Población, en lo que se refiere a las cuestiones migratorias.

II. 2 LEY FEDERAL DE TURISMO.

Este ordenamiento jurídico dispone en su artículo 1:

“La presente Ley es de interés público y observancia general en toda la República, correspondiendo su aplicación e interpretación en el ámbito administrativo, al Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Turismo”.

El interés público es el conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los miembros de una comunidad y protegidas mediante la intervención directa y permanente del Estado.

Este interés se constituye por las pretensiones que tiene el Estado para satisfacer sus necesidades como institución, en beneficio de la colectividad.

De acuerdo con esta concepción, las demás pretensiones dirigidas a satisfacer necesidades colectivas deben denominarse interés social o general. El problema radica en que se aplica en beneficio de turistas extranjeros y se olvidan del turista mexicano.

Prevé la Ley Federal de Turismo en su artículo 2:

“Esta Ley tiene por objeto:

"I. Programar la actividad turística;

Programar significa formar programas, previa declaración de lo que se piensa hacer y anuncio de las partes de que se ha de componer un acto o una serie de ellos.

En el caso que nos ocupa, es obvio que existen programas, sin embargo en materia turística estamos lejos de que los mismos satisfagan la necesidad de viajar de la mayoría de mexicanos, por parte de la autoridad federal en materia turística.

"II. Elevar el nivel de vida económico, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística;

Sin lugar a dudas que el turismo tiene un efecto económico entre la población de nuestro país, sin embargo la mayoría de la población de sitios con afluencia turística en nuestro país, no goza de los beneficios de dicha actividad.

"III. Establecer la coordinación con las entidades federativas y los municipios, para la aplicación y

**cumplimiento de los objetivos
de esta Ley;**

Esta disposición en su esencia se cumple, en virtud de que sin esta coordinación de esfuerzos, la actividad turística sería anárquica y caótica.

**“IV. Determinar los
mecanismos necesarios para la
creación, conservación,
mejoramiento, protección,
promoción y aprovechamiento
de los recursos y atractivos
turísticos nacionales,
preservando el equilibrio
ecológico y social de los
lugares de que se trate;**

Para los propósitos enunciados en esta fracción se requiere de la decidida participación de la sociedad, porque el equilibrio ecológico lo hemos destruido y el social en algunos casos se ha conservado.

**“V. Orientar y auxiliar a los
turistas nacionales y
extranjeros;**

Este numeral es letra muerta, porque en el caso de los turistas extranjeros existen evidencias de que sufren asaltos y robos con frecuencia y a los turistas nacionales

en muchas ocasiones los prestadores de servicios los discriminan comúnmente.

“VI. Optimizar la calidad de los servicios turísticos;

Resulta un rubro que no se cubre del todo, por existir prestadores de servicios que no cuentan con preparación suficiente y algunos servicios como las carreteras y aeropuertos nacionales dejan mucho que desear.

“VII. Fomentar la inversión en esta materia, de capitales nacionales y extranjeros;

En este aspecto, la inversión se fomentará siempre que los representantes del capital privado, sea nacional o extranjero vean que el esfuerzo gubernamental es proporcional al de las personas físicas o morales interesadas en el turismo.

“VIII. Propiciar los mecanismos para la participación del sector privado y social en el cumplimiento de los objetivos de esta Ley; y

La participación de los sectores social y privado en el cumplimiento de la ley en materia turística, en virtud de que a estos grupos les interesa que la misma se desarrolle dentro del marco creado para el turismo.

“IX. Promover el turismo social, así como fortalecer el patrimonio histórico y cultural de cada región del país.

La realidad nos demuestra que el turismo social solamente está cubierto por algunos sectores oficiales, sin embargo el sector privado no mira mucho a la sociedad.

X. Garantizar a las personas con discapacidad la igualdad de oportunidades dentro de los programas de desarrollo del sector turismo”.

En este apartado, observo que los discapacitados están discriminados por los prestadores de servicios turísticos y más aun como trabajadores dentro de la amplia gama de empleos en materia turística.

Determina la Ley Federal de Turismo en el artículo 4:

“Se consideran servicios turísticos, los prestados a través de:

“I. Hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas;

“II. Agencias, subagencias y operadoras 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 rodantes a que se refiere la fracción I de este artículo, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de

ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y

“V. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios a que se refiere la fracción IV que no se encuentren ubicados en los lugares señalados, podrán solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, siempre que cumplan con los requisitos que la Secretaría fije por medio de disposiciones generales”.

Todo lo previsto por el numeral de referencia, se ubica en la hostelería, que es la oferta de servicios destinados a proporcionar alojamiento y alimentación.

Es un servicio importante cuyos orígenes se remontan a los tiempos de la antigua Roma, cuando las tabernas y posadas satisfacían las necesidades elementales de los viajeros.

Sin embargo, en opinión de De la Torre, la industria de la hostelería es hoy más diversa y compleja que la de Roma, e incluso que la de la época de los empresarios

que en el siglo XIX construyeron el Savoy, el Ritz y los grandes hoteles junto a las estaciones de ferrocarril. También se engloban dentro de esta industria los servicios de catering. (Servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.)

Se estima que más de la cuarta parte de la comida se consume fuera del hogar o se compra en forma de alimentos preparados. En las últimas décadas ha habido un crecimiento constante de los servicios de hostelería y todo parece indicar que seguirá aumentando.

Es una industria que adquiere una dimensión cada vez más internacional con la presencia de cadenas multinacionales, como McDonald's y Burger King en la restauración, y Holiday Inn, Hilton e Inter-Continental en la hostelería.

Son muchas las compañías que compiten a escala mundial, mientras que los usuarios de sus servicios, turistas y gente de negocios, suelen tener preferencia por una compañía determinada. Las compañías que pertenecen a operadores del Reino Unido son a finales del siglo XX las mayores del mercado; entre ellas destacan Holiday Inn, Hilton y Forte.

La compañía francesa ACCOR es propietaria de las redes internacionales de hoteles Novotel y Sofitel, con

establecimientos en numerosos países. En España, la cadena Meliá figura entre las más importantes.¹⁶

En materia de hotelería, nuestro país ha observado un importante desarrollo y existen hoteles en diversas ciudades que tienen atractivo turístico integral, como son Guadalajara, Monterrey, Puebla, Cancún y Acapulco entre otras.

Moisés Gómez Granillo y Rosa María Gutiérrez Rosas, ofrecen su particular explicación al respecto, definiendo cada rubro de esta manera:

a) Hospedaje. Es turístico el hospedaje si procede de un contrato turístico, como en el caso de las excursiones o del turista que viaja solo. Se puede tratar de hotel, motel, albergue, campamento, parador, etcétera.

b) Agencias de viajes. La actividad de estas agencias la determina el carácter jurídico del convenio suscrito entre la agencia y el turista.

c) Transporte. El turista puede contratar este servicio individualmente con el transportista o por intermediación de una agencia de viajes: autobús, avión, automóvil, embarcación, etcétera.

¹⁶

Cfr. DE LA TORRE PADILLA, Óscar. Op. Cit. Pág. 35

d) Alimentación. Aquí, es la naturaleza jurídica del convenio entre turista y prestador de servicios lo que resuelve el problema de sí se trata de un servicio turístico o no.

e) Esparcimiento. El mismo problema que en el inciso anterior.

f) Guías. Este servicio es indispensable, ya que explica lo que el turista quiere saber, lo mismo en español que en otro idioma (inglés y francés, principalmente). La Ley señala tres clases: guías de turistas, de chóferes y especializados.¹⁷

Prevé la Ley Federal de Turismo en el artículo 6:

“La Comisión Ejecutiva de Turismo tendrá por objeto conocer, atender y resolver los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades de la Administración Pública Federal; así como fungir como órgano de consulta para los asuntos que la Secretaría

¹⁷ GOMÉZ GRANILLO, Moisés y GUTIÉRREZ ROSAS, Rosa María. Introducción al Derecho Económico. Editorial Esfinge. México Distrito Federal 2000. primera reimpresión. Pág. 133.

considere oportuno poner a su consideración”.

El desarrollo de la Comisión Ejecutiva solamente se valora a nivel de la Administración Pública Federal, pues la población no conoce a plenitud los logros de la citada Comisión.

Dispone la Ley Federal de Turismo en el artículo 7:

“La Comisión será presidida por el titular de la Secretaría y estará integrada por los subsecretarios que designen los titulares de las dependencias y sus equivalentes en las entidades de la administración pública federal, en los términos de las disposiciones aplicables. Asimismo, participarán las principales organizaciones sectoriales de turismo, conforme a lo que establezcan las disposiciones reglamentarias.

Podrán ser invitadas las universidades, instituciones y demás entidades públicas, privadas y sociales, federales o locales que se determine, asociaciones y demás personas relacionadas con el turismo”.

Sería ideal que la participación de alumnos de universidades sea importante en cuanto a número y actividades, porque eso serviría para que el estudiante adquiriera conocimientos en este rubro, que le servirán con posterioridad.

Según el Diccionario Jurídico Mexicano, las comisiones intersecretariales son organismos intermedios de la administración pública centralizada que por disposición exclusiva del titular del poder ejecutivo federal deberán concertar las actividades de dos o más Secretarías de Estado o Departamentos Administrativos con el fin de corresponsabilizarlos en la elaboración de estudios o planes concretos de acción política, administrativa, económica, cultural o social.

La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que más que definir -en sentido estricto- o caracterizar a las propias comisiones, alude a las facultades del presidente de la República para crearlas, posibilita que se sumen a ellas las entidades de la administración pública paraestatal, "cuando se trate de asuntos relacionados con su objeto".

Se dispone en la Ley Federal de Turismo en su artículo 20:

"La Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística,

nacional e internacional, será auxiliada por la empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal denominada Consejo de Promoción Turística de México.”

Reiterando lo apuntado, es necesario que la promoción turística a nivel nacional e internacional, esté en manos de expertos, cuyo nacionalismo sirva para posicionar a nuestro país entre los mejores destinos turísticos del mundo.

Previene la Ley Federal de Turismo en el artículo 21

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

El hecho de que los representantes públicos y privados puedan coadyuvar con la Secretaría de Turismo para desarrollar integralmente la actividad turística a nivel interno y externo, los obliga a contar entre sus filas a expertos en este rubro.

Ordena la Ley Federal de Turismo en el artículo 26:

“El Fideicomiso Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), participará en la programación, fomento y desarrollo del turismo, de acuerdo con lo dispuesto por esta Ley, la Ley de Planeación y las normas, prioridades y políticas que determine el Ejecutivo Federal a través de la Secretaría”.

El FONATUR es un fideicomiso con una reconocida trayectoria y con logros trascendentes que debe servir de ejemplo a fideicomisos públicos similares en otros segmentos.

Determina la Ley Federal de Turismo en el artículo 27:

“El patrimonio del Fondo Nacional de Fomento al Turismo se integrará con:

“I. Las aportaciones que efectúen el gobierno federal, los gobiernos de las entidades federativas, los municipios, las entidades para estatales, y los particulares;

“II. Los créditos que obtenga de fuentes nacionales, extranjeras e internacionales;

“III. Los productos de sus operaciones y de la inversión de fondos; y

IV. Los demás recursos que obtenga por cualquier otro concepto”.

Como se observa el patrimonio del FONATUR esta constituido por diversos canales, por ello está en continua vigilancia para que cada uno de ellos cubra su objetivo, dentro de cada rubro específico.

Se especifica en la Ley Federal de Turismo, en su artículo 28:

“El Fondo Nacional de Fomento al Turismo tendrá las siguientes funciones:

“I. Elaborar estudios y proyectos que permitan identificar las áreas territoriales y de servicios

susceptibles de ser explotadas en proyectos turísticos;

“II. Crear y consolidar centros turísticos conforme a los planes maestros de desarrollo, en los que habrán de identificarse los diseños urbanos y arquitectónicos de la zona, preservando el equilibrio ecológico y garantizando la comercialización de los servicios turísticos, en congruencia con el desarrollo económico y social de la región, tomando en cuenta la igualdad a que se refiere la fracción X del artículo 2o. de esta Ley.

“III. Coordinar con las autoridades federales, estatales y municipales, las gestiones necesarias para obtener y simplificar las autorizaciones, permisos o concesiones que permitan el desarrollo de proyectos turísticos, así como la

prestación de servicios;

“IV. Ejecutar obras de infraestructura y urbanización, y realizar edificaciones e instalaciones en centros de desarrollo turístico que permitan una oferta masiva de servicios turísticos; para dicho fin el Fondo deberá tomar en cuenta en la ejecución de dichas obras las necesidades de las personas con discapacidad.

“V. Adquirir, fraccionar, vender, arrendar, administrar y, en general, realizar cualquier tipo de enajenación de bienes muebles e inmuebles que contribuya al fomento del turismo;

“VI. Participar con los sectores público, social y privado en la constitución, fomento, desarrollo y operación de fideicomisos o empresas dedicadas a la

actividad turística, cualquiera que sea su naturaleza jurídica;

"VII. Realizar la promoción y publicidad de sus actividades;

"VIII. Adquirir valores emitidos para el fomento al turismo, por instituciones del sistema financiero o por empresas dedicadas a la actividad turística;

"IX. Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto, otorgando las garantías necesarias;

"X. Operar con los valores derivados de su cartera;

"XI. Otorgar todo tipo de créditos en moneda nacional o extranjera para la construcción, ampliación o remodelación de instalaciones turísticas, que contribuyan al

fomento de la actividad turística;

"XII. Descontar títulos provenientes de créditos otorgados por actividades relacionadas con el turismo;

"XIII. Garantizar frente a terceros las obligaciones derivadas de los préstamos que otorguen para la inversión en actividades turísticas;

"XIV. Garantizar la amortización de capital y el pago de intereses de obligaciones o valores que se emitan con intervención de instituciones del sistema financiero, con el propósito de destinar al fomento del turismo, los recursos que de ellos se obtengan;

"XV. Vender, ceder y traspasar derechos derivados de créditos otorgados; y

XVI. En general, todas aquellas acciones que faciliten la realización de su objeto”.

De la descripción de cada una de las acciones mercantiles y económicas que desarrolla el FONATUR, es lógico colegir que es un órgano turístico vital para el desarrollo armónico integral de la trascendente actividad económico social

Se establece en la Ley Federal de Turismo, en su artículo 31:

“La Secretaría, a través de su órgano desconcentrado denominado Centro de Estudios Superiores en Turismo, realizará acciones para mejorar y complementar la enseñanza turística a nivel superior y de postgrado, dirigida al personal directivo de instituciones públicas, privadas y sociales”.

Los nacionales o extranjeros que requieren del auxilio de personas preparadas en materia turística, serán los directamente beneficiados de los logros y resultados de la gestión del referido Centro Educativo.

Establece la Ley Federal de Turismo, en su artículo 36:

“Corresponde a la Secretaría la operación del Registro Nacional de Turismo, el que tiene por objeto la inscripción voluntaria de los prestadores de servicios turísticos.

“Para obtener la inscripción en el registro, será necesario dar aviso por escrito a la Secretaría por cualquier medio que ésta determine y exclusivamente se requerirá señalar:

“I. Nombre y domicilio de la persona física o moral que prestará el servicio;

“II. Lugar y domicilio en que se prestarán los servicios;

“III. La fecha de la apertura del establecimiento turístico;

“IV. La clase de los servicios que se prestarán y la categoría conforme a la norma mexicana o internacional; y

“V. La demás información que el prestador estime necesaria para fines de difusión.

Este Registro Nacional podrá ser consultado por las demás dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal”.

El hecho de que exista el citado Registro, permite suponer que en caso de determinada contingencia que se presente por la prestación de servicios, el usuario tendrá a quien recurrir para hacer valer sus derechos.

La Ley Federal de Turismo en su artículo 42, dispone lo siguiente:

“La Secretaría y la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor evitarán duplicaciones en sus programas de verificación, para lo cual establecerán las bases de coordinación correspondientes”.

La situación que prevé el numeral de referencia, termina con la criticable duplicidad de disposiciones jurídicas y de organismos oficiales que lejos de coadyuvar entre sí, terminan por incumplir ambas su cometido.

El entonces Presidente de la República, Lic. Luis Echeverría Álvarez, envió al Congreso de la Unión una Iniciativa denominada Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que fue aprobada el día 22 de diciembre de 1975 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 22 de diciembre del mismo año, ordenamiento que inicia su vigencia el 5 de febrero de 1976, con los más nobles objetivos con relación a la defensa de los consumidores frente a productores, comerciantes y prestadores de servicios, dentro del marco económico o del aparato distributivo nacional.

II.3 SECRETARÍA DE TURISMO.

Es la Secretaría de Estado, encargada en nuestro país de regular lo referente a la prestación de servicios destinados a cubrir las necesidades de viajeros tanto nacionales como extranjeros.

Las Secretarías de Estado, son órganos que pertenecen a la Administración Pública Federal centralizada, que auxilian directamente al titular del Poder Ejecutivo Federal, su competencia se integra con la distribución que, hace entre ellos la ley que según el artículo 90 de la Constitución expide el Congreso de la Unión esta ley es la que ahora se denomina Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, publicada en el Diario Oficial de la Federación, del 29 de diciembre de 1976.

Sólo una ley proveniente del Congreso de la Unión puede crear una Secretaría de Estado, así lo previene y ordena el artículo 90 de la Constitución.

Esto significa, también que para aumentar, disminuir o modificar la competencia de una Secretaría únicamente es posible hacerlo a través de esa ley. Es lo mismo, para el caso de suprimir una secretaría

En consecuencia, ni el Poder Ejecutivo Federal, ni el Poder Judicial Federal, están en posibilidad constitucional para producir algunas de las situaciones jurídicas apuntadas.

Es defecto que todavía no se supera en el texto de la antes citada Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, en que también incurrieron otras leyes precedentes -leyes de Secretarías y Departamentos de Estado, que al describir las atribuciones que forman la competencia de cada Secretaría se diga que también tendrán todas aquellas que fijen leyes y reglamentos, cuando estos últimos jamás podrían hacerlo constitucionalmente.

CAPÍTULO TERCERO.

EL TURISMO.

III.1 EL TURISTA.

El término turista, se puede juzgar en opinión de Moisés Gómez Granillo y Rosa María Gutiérrez Rosas, desde diversos puntos de vista, según lo observaremos a continuación:

"Según cualquier diccionario, turista es la "persona que recorre un país para distracción y recreo".

"Para la Ley Federal de Turismo -artículo 32-, "se considera como turista a la persona que viaje, trasladándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, o que utilice alguno de los servicios turísticos ...".

"La Ley General de Población -artículo 42-, por su parte, considera al turista como la persona extranjera que se interna en el país "con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas, con temporalidad máxima de seis meses improrrogables".

"La Conferencia de Naciones Unidas sobre Turismo (celebrada en Roma en 1963), define al "Turista" así: "Turista es el visitante temporal que permanece al menos 24 horas en el país que visita", las finalidades de su viaje

pueden ser variadas: placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, familiares, reuniones o misiones variadas.

"Turista es la persona que viaja "para distraerse, para contentar el ánimo, para satisfacer un anhelo espiritual, buscando a veces, con ello, la salud del cuerpo".¹⁸

El Programa Nacional de Turismo 1984-1988, publicado el 13 de febrero de 1985, clasificó al turismo en cinco grupos: Receptivo, Egresivo, Fronterizo, Doméstico y Social. Tratemos cada caso.

Turismo Receptivo.

Como su nombre lo indica, este tipo de turismo es el que llega a territorio nacional, tanto por tierra como por aire o mar. Según los autores de mérito, más del 80% proviene de Estados Unidos (en la década de los 80 el promedio fue de 87.4%). Sucede que si en este país aumenta el ingreso personal, consecuencia de una mejora económica en el mismo, aumenta el número de turistas que llega a México y viceversa. Pero también influye el tipo de cambio entre dólares y pesos -más pesos por dólar, más turistas-; las tarifas en hoteles, restaurantes, bares, esparcimiento, etc.; la propaganda, la estabilidad política, la oferta hotelera (sobre todo la de alta categoría), la calidad de servicios turísticos, etcétera.¹⁹

¹⁸ Idem Pág. 138.

¹⁹ Idem. Pág. 139.

En consideración de los autores en cita:

“Son varios los factores que han influido decisivamente en la afluencia del turismo receptivo en México:

Atractivos naturales, atractivos culturales,

Intensa promoción,

Crecimiento económico de los países con más turistas,

Aumento de la oferta turística, entre otros.²⁰

Para José Luis Villaseñor, varios factores influyeron para que a México llegaran más turistas:

Reducción del ingreso real en Estados Unidos lo cual repercutió en que los viajeros buscaran un turismo más barato.

Pacificación interna de nuestro país.

Mejores relaciones con los Estados Unidos de América.

Apertura de la primera carretera internacional en 1934: México- Laredo.

²⁰ Loc. Cit. Pág. 138.

Segunda Guerra Mundial (1939-1945).²¹

Para De la Torre, turismo egresivo, es el turismo que viaja allende las fronteras.

Varios factores influyen en la salida de mexicanos; entre los más importantes destacan, hasta hace tres o cuatro años:

Apertura comercial del país.

Gradual fortalecimiento de la economía.

Mejoría en el ingreso real de los turistas potenciales.

Ordenación del mercado de cambios.

Promoción extranjera permanente para que los mexicanos viajen a otros países.²²

Para Villaseñor Dávalos turismo fronterizo, se refiere a la frontera México-Estados Unidos. Es la corriente de viajeros de cada país que se dirige a los centros urbanos tanto de México como de Estados Unidos, los cuales se localizan a lo largo de la frontera norte. Se trata de residentes de áreas cercanas, los cuales hacen muchos cruces de índole diversa: turismo, comercial y familiar, su importancia se mide por el número de cruces (no todos

²¹ Cfr. VILLASEÑOR DÁVALOS, José Luis. Op. Cit. Pág. 40.

²² Cfr. DE LA TORRE PADILLA, Óscar. Op. Cit. Pág.

por turismo). La diferencia entre las personas que entran y las que salen es impresionante.²³

Turismo Doméstico. Genéricamente hablando, es difícil caracterizar a este turismo, debido a que está representado por varios segmentos, varias categorías y muchos destinos.

Así, podemos observar que la mayor parte viaja por menos de 24 horas con fines recreativos, otros viajan los fines de semana (este grupo demanda hospedaje); un tercer grupo viaja más lejos, con una estadía media de cuatro días y, por tanto, la demanda de servicios es mayor.

México. Guadalajara. Acapulco, Veracruz, Tijuana, Vallarta. La Paz. Mazatlán, Oaxaca, Cancún, Mérida y centros coloniales y arqueológicos, son los lugares preferidos. Por entidad federativa, Jalisco, Distrito Federal, Veracruz y Baja California, registran la más alta afluencia en los últimos años.

Turismo Social. Esta clase de turismo está constituido por diversos estratos económicos sociales y culturales, de los cuales forman parte estudiantes, trabajadores, maestros jubilados, ejidatarios, cooperativistas, entre otros grupos.

²³ Cfr. VILLASEÑOR DÁVALOS, José Luis. Op. Cit. Págs. 45 y 46.

Después de la Segunda Guerra Mundial ha aumentado en forma importante, sobre todo en varios países europeos.

En México son pioneros del mismo el Instituto Mexicano del Seguro Social, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, organismos que cuentan con su propia oficina turística, la cual se encarga de promover el turismo entre sus miembros, gestionando ante las empresas turísticas descuentos que les permitan viajar en las mejores condiciones económicas, porque de otra manera no podrían hacerlo o lo harían muy restringidamente.

Las dos instituciones señaladas cuentan con infraestructura turística propia. El Instituto Mexicano del Seguro Social tiene instalaciones importantes en Morelos (Oaxtepec), en Tlaxcala (La Trinidad y La Malinche), en Guerrero (Acapulco, un hotel administrado por el sindicato), entre otros estados, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado cuenta con varios balnearios y hoteles. En todos estos lugares las tarifas para sus trabajadores son accesibles.

Son objetivos de nuestro turismo social:

Consolidar la importancia del sector en el desarrollo económico nacional, mediante la creación de empleos - directos e indirectos-, captar divisas y abatir la inflación.

Difundir los valores y la cultura del país.

La demanda de servicios turísticos del sector social en realidad es reducida y, además, presenta serios obstáculos durante los periodos vacacionales y "puentes", ya que durante éstos los precios de los servicios suelen elevarse considerablemente y los espacios son ocupados por quien paga más.

Claro que sí hay demanda de servicios turísticos, pero la oferta es limitada. Ante esta realidad, muchos demandantes se hospedan con familiares y amigos, con lo cual sólo parcialmente usan servicios turísticos.

Monumentos históricos, zonas arqueológicas, parques naturales y museos, son los destinos preferidos por este turismo (los más cercanos al domicilio del destinatario); a las playas casi no lo hay, debido a que resulta oneroso el pago de los servicios turísticos desde los más grandes centros de concentración social (México, Guadalajara, Monterrey, Puebla y otros) hacia la playa -aun cercana como México-Acapulco-, Veracruz- Tuxpan-.

Se sabe de mucha gente -a quien debe favorecer el turismo social por sus bajos ingresos-, que no conoce el mar; lamentable, porque las playas mexicanas están catalogadas como las más hermosas del mundo y en muchas de ellas, durante todo el año (o casi), se puede disfrutar del mar, como ocurre con Acapulco.

Playas tan famosas como Copacabana, Ipanema, Costa Azul, Costa del Sol y otras, sólo en verano, casi, son disfrutables.

Desafortunadamente, hasta ahora ha sido insuficiente tanto la promoción como la difusión y organización de viajes culturales y recreativos para los grupos que, en general, integran el turismo social; Sólo unos cuantos gozan de tal privilegio, aunque en forma parcial (Instituto Mexicano del Seguro Social, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, y alguno que otro gran sindicato).

La ley no obliga a patrones y trabajadores a celebrar convenios sobre el particular; sería interesante que lo hicieran, ya que tal acción permitiría desarrollar el turismo regional, propiciando con ello el uso racional de los recursos naturales -que como ya vimos son muchos-, así como de los históricos y culturales de la nación. Las acciones por seguir pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

Apoyar el desarrollo del turismo para personas de bajos ingresos.

Promover el turismo social entre la infancia, juventud y ancianidad (la llamada tercera edad).

Organizar a los trabajadores de bajos ingresos para fines turísticos baratos.

Promover el ahorro entre los trabajadores para el mismo fin.

Difundir entre sindicatos, asociaciones de tipo civil, clubes, universidades y otros centros de enseñanza superior, colegios de profesionistas, cooperativistas, ejidatarios, comuneros, etc., los beneficios del turismo social.

Firmar convenios para constituir y vender "paquetes" turísticos de bajo precio, tanto con los prestadores de servicios turísticos como con las empresas transportistas.

Hacer del Fideicomiso para el Turismo Obrero un organismo a través del cual participen en gran escala las diversas organizaciones de trabajadores, lo mismo en actividades turísticas que recreativas.

Es sabido que la mayoría de los trabajadores no puede ahorrar, debido a los bajos salarios, y que ya quisieran tener dinero para mejorar su alimentación, vestido y casa, principalmente; es cierta esta objeción, pero también lo es que el esparcimiento es una necesidad secundaria, claro está, empero necesidad al fin, la cual también requiere de satisfacción en las mejores condiciones posibles dado lo complejo de la vida contemporánea.

No debemos soslayar que no solamente ha de pugnarse por un cuerpo sano, sino también se debe pretender una mente sana.

Determinando que los datos del Programa Nacional de Turismo 1984-1988, los citamos como referencia histórica a continuación reseñamos las principales características del **Programa Sectorial de Turismo 2007-2012**

“El país vive intensos procesos de cambio y transformaciones en lo económico, lo social, lo cultural y lo político: se crean nuevos espacios; se diversifican y surgen nuevos actores: se abordan en el debate público, los rezagos, las necesidades, los errores y también los aciertos. Pero, sobre todo, desde el Gobierno se enfrentan los retos: no se exageran, pero tampoco se minimizan. El sector turismo no está exento de esta dinámica y de esta convicción.

Para enfrentar los retos, objetivos y metas que se ha planteado el gobierno federal en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, en la Secretaría de Turismo y sus órganos sectorizados se revisó lo que se ha hecho y lo que no; lo que se necesita hacer y cómo hacerlo. Siempre de cerca con los agentes públicos, privados y sociales que se vinculan, de diferentes maneras, con el desarrollo turístico de México, potenciando los avances 2001-2006 e incorporando nuevos enfoques e instrumentos.

En este proceso de planeación participativa se realizaron diez foros regionales con 1,218 asistentes: empresarios, académicos, gobiernos estatales y municipales, legisladores federales y locales, sindicatos y

representantes diversos de la sociedad civil que presentaron, analizaron y discutieron 285 ponencias.

En paralelo a los foros se recibieron múltiples aportaciones de ciudadanos interesados, a través del portal de la Secretaría de Turismo y se realizaron talleres temáticos con expertos, así como entrevistas a empresarios, servidores públicos, residentes de centros turísticos, trabajadores y turistas nacionales e internacionales.

Todas estas aportaciones enriquecieron el diagnóstico y la manera en que la administración 2006- 2012 concretará los objetivos e instrumentará lo que se establece en el Plan Nacional de Desarrollo, marco rector de toda la acción de Gobierno.

Es importante destacar la filosofía de esta administración para orientar el trabajo del Gobierno a logros concretos: la sociedad y los actores turísticos del país tendrán un sistema de indicadores que hace posible la evaluación constante del trabajo de todas las entidades del Gobierno Federal, relacionadas con el desarrollo turístico de México.

El punto de Partida.

En los últimos años, el turismo en el mundo ha crecido a tasas superiores que el crecimiento de la economía en su conjunto. Esta característica coloca a las actividades relacionadas con las diferentes prácticas turísticas y los

servicios que implica en una situación de auge económico, en virtud de que para muchos países, o regiones dentro de ellos, se convierte en una de sus principales actividades económicas.

Durante la segunda mitad del siglo pasado, y en lo que va del siglo XXI el turismo se ha convertido en un fenómeno económico, social y ambiental destacable.

A pesar de amenazas mundiales como el terrorismo, los desastres naturales, el aumento de los precios del petróleo y las incertidumbres políticas, la marcha de la economía global permitió que el turismo creciera en forma continua en los últimos cinco años.

En la vertiente internacional, como desde hace décadas, los principales receptores de turismo son Francia y España, seguidos por Estados Unidos y, recientemente, China. En un segundo nivel se ubican Italia, la Gran Bretaña, México y Alemania.

México destaca por ser, junto con China y Turquía, uno más de los países en desarrollo que se encuentra en la lista de los diez primeros países con mayores llegadas de turistas en el mundo.

Pero las preferencias de la demanda cambian, las tendencias mundiales de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) plantean una mayor división de los mercados entre nuevos competidores como China, Grecia y Turquía.

El desarrollo de nuevas formas de turismo, especialmente las relacionadas con la naturaleza y la cultura, han cobrado un auge sin precedente. Ello ha conducido a la creación de nuevos programas de viaje organizados de distinta forma a los tradicionales.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que en el año 2017 la participación del PIB turístico respecto al PIB global mundial será de 10.9% y cubrirá el 8.3% del empleo global. Este grupo privado que promueve políticas flexibles a favor de desregulación responsable que limita la movilidad de personas y capitales en los diferentes países, señala que esta diversificación de las motivaciones y destinos y el entorno político y económico, hacen que la perspectiva mundial del turismo sea favorable.

Desde diferentes ángulos, esta situación es también favorable para México dadas las características de su patrimonio cultural y natural, la estabilidad de su economía, la infraestructura existente, las vinculaciones comerciales y de inversión con los principales mercados emisores de turismo, así como la existencia de un mercado turístico doméstico amplio y en expansión. En los últimos 12 años el país se ha movido, con ascensos y descensos, en la franja de 20 millones de turistas internacionales al año y se realizan más de 140 millones de viajes turísticos domésticos.

Sin embargo, para potenciar estas condiciones México necesita resolver problemáticas internas que no han permitido un mayor crecimiento del turismo y sobre todo, de los beneficios directos e indirectos que puede implicar para mejorar las condiciones de vida de su población en las zonas de interés turístico: existe una oportunidad para replantear el modelo de desarrollo del turismo, sobre la base de lo que ya se ha hecho y experimentado, pero sobre todo para dirigir mejor los esfuerzos de los programas actuales de desarrollo regional.

Uno de los mayores retos es la concurrencia de las políticas públicas. La problemática de concurrencia involucra a cuando menos catorce organismos públicos entre secretarías y entidades descentralizadas que están vinculados principalmente con aspectos de inversión en infraestructuras y equipamientos, seguridad pública y de uso y conservación del patrimonio natural y cultural, entre otros factores. La falta de coordinación, la duplicidad de esfuerzos, así como los vacíos de regulación jurídica, son temas que es necesario resolver. En esta problemática también se incluye a estados y municipios, a la iniciativa privada y al sector social.

Es necesario actualizar el marco regulatorio de la actividad turística en temas ambientales, laborales, de inversión, de salud e higiene y de igualdad de género entre otros, que contribuyan a elevar la competitividad y la sustentabilidad ambiental, económica y social de los proyectos turísticos.

La actividad turística toca y se vincula con múltiples actividades productivas y de infraestructura. Por ello la acción de las dependencias en concurrencia transversal representan uno de los más importantes retos del programa, en virtud de que es necesario resolver problemas de conectividad, accesibilidad, de sustentabilidad ambiental, social y económica, de información y comunicación y de higiene, entre muchos otros temas, para que la oferta turística logre resultados rentables y competitivos.

México requiere incorporarse al concierto mundial del turismo mediante la aplicación de políticas públicas que permitan consolidar y ampliar su capacidad de desarrollo de manera sustentable y competitiva, y cuyos resultados sean comparables con indicadores mundiales. De esta forma podrá contribuir de manera creciente y sostenida a la generación del Producto Interno Bruto nacional, podrá crear los empleos mejor remunerados que la población requiere y se constituirá como un factor real para el desarrollo del país.

La estimación de los recursos para la ejecución del presente programa, estará determinada en los Proyectos de Presupuesto que anualmente sean presentados por la dependencia y quedarán sujetos a la disponibilidad de recursos.

Los instrumentos y responsables de la ejecución del Programa se determinan conforme a las facultades y

atribuciones del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y en su carácter de coordinadora sectorial, por lo que hace a los organismos sectorizados.

Las prioridades sectoriales se concretan en las metas que se establecen en este Programa Sectorial y para su logro, los esfuerzos de la Secretaría de Turismo, tienen como marco los objetivos, estrategias y líneas de acción que aquí se presentan.²⁴

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Turismo señala con toda claridad que:

"El Plan asume como premisa básica la búsqueda del Desarrollo Humano Sustentable; esto es, del proceso permanente de ampliación de capacidades y libertades que permita a todos los mexicanos tener una vida digna sin comprometer el patrimonio de las generaciones futuras".

"Hoy tenemos la oportunidad histórica de impulsar el Desarrollo Humano Sustentable como motor de la transformación de México en el largo plazo y, al mismo tiempo, como un instrumento para que los mexicanos mejoren sus condiciones de vida".

El Plan también establece que la Visión México 2030 es:

²⁴ PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012. SECRETARÍA DE TURISMO MÉXICO 2007. Págs. 9-11.

"Hacia el 2030, los mexicanos vemos a México como un país de leyes, donde nuestras familias y nuestro patrimonio están seguros, y podemos ejercer sin restricciones nuestras libertades y derechos; un país con una economía altamente competitiva que crece de manera dinámica y sostenida, generando empleos suficientes y bien remunerados; un país con igualdad de oportunidades para todos, donde los mexicanos ejercen plenamente sus derechos sociales y la pobreza se ha erradicado; un país con un desarrollo sustentable en el que existe una cultura de respeto y conservación del medio ambiente; una nación plenamente democrática en donde los gobernantes rinden cuentas claras a los ciudadanos, en el que los actores políticos trabajan de forma corresponsable y construyen acuerdos para impulsar el desarrollo permanente del país; una nación que ha consolidado una relación madura y equitativa con América del Norte, y que ejerce un liderazgo en América Latina".

La Secretaría de Turismo, (SECTUR), sus entidades sectorizadas, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el órgano desconcentrado Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), toman esta premisa con toda la seriedad y responsabilidad que la nación exige. Por ello, en el Programa Sectorial se asume que la finalidad última de las acciones en el sector es la de contribuir al Desarrollo Humano Sustentable en el País, transformando lo que sea pertinente del sector:

Las acciones y gasto del gobierno en el sector turismo deben contribuir a que los mexicanos mejoren sus condiciones de vida.

De esta forma, el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 se orienta a los temas específicos relacionados con el turismo nacional e internacional, pero también a contribuir al logro de otros objetivos estratégicos del Plan como son los de: crecimiento económico; nivel de ingreso; empleo; competitividad; infraestructura; equidad entre regiones e igualdad de género.

Así, el Programa marca los objetivos, líneas estratégicas, programas específicos y acciones para las actividades vinculadas con el turismo, alineados a los grandes objetivos y estrategias nacionales, y sin perder de vista que se busca avanzar en la Visión México 2030 y el Desarrollo Humano Sustentable, que con toda claridad señala el Plan Nacional de Desarrollo.

Eje de Acción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012: Economía Competitiva y Generadora de Empleos.

Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes.

La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas.

Mejorar sustancialmente la competitividad. Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social en coordinación con el sector privado.

Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista.

Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.

Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo.

Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.

Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados.

La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros.

Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.

Estas estrategias del Plan Nacional de Desarrollo, son el sustento de los objetivos, acciones y programas

contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.²⁵

Los objetivos, indicadores y metas 2007-2012 del Sector Turismo son las siguientes:

Las especificidades del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, se derivan de los procesos de consulta al sector, los diagnósticos y estudios puntuales, así como de la valoración de los logros alcanzados con el Programa Nacional de Turismo 2001-2006: acciones y estrategias que se pusieron en marcha y que siguen siendo vigentes para mantener el ritmo. En el mismo sentido, se incorporan las nuevas orientaciones que la dinámica turística mundial y nacional obliga a responder de manera efectiva a los tres grandes ejes que sintetizan la política turística 2007-2012: Competitividad, Sustentabilidad y Diversificación.

Un aspecto central en la definición de los contenidos del Programa son las demandas puntuales planteadas por los actores sociales, privados y públicos en los diferentes foros, entrevistas y encuestas, y que se resumen en la necesidad de crear condiciones adecuadas para el desarrollo turístico en los siguientes aspectos:

En lo general:

²⁵ PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012. SECRETARÍA DE TURISMO MÉXICO 2007. Págs. 15-17.

-Seguridad jurídica para las personas y sus bienes y certidumbre legal para transacciones e inversiones.

En lo particular:

-Organización, eficiencia y efectiva concurrencia de las políticas públicas que inciden en el sector, consolidando y mejorando los procesos del Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión Ejecutiva de Turismo y toda instancia federal, regional, estatal y municipal de coordinación y concertación.

-Consistencia entre programas y acciones de la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Consejo de Promoción Turística de México, fortalecimiento de su liderazgo y la estabilidad en sus políticas.

-Regionalización en la aplicación de los instrumentos de la política turística: inversión pública en infraestructura, fomento a la inversión privada y social, promoción, coordinación, información, y capacitación mediante planes maestros de desarrollo turístico regionales y de destino, de largo plazo y con carácter de obligatoriedad.

-Creación de productos y servicios turísticos para segmentos y nichos, acompañada de las inversiones en infraestructuras, equipamientos y tecnologías, así como de sistemas eficientes de financiamiento, asistencia técnica y comercialización orientados a resultados concretos y capaces de ser medidos.

-Creación de un marco legal que dé cabida efectiva a la concurrencia entre dependencias del gobierno federal y entre órdenes de gobierno y sectores, que dé certidumbre jurídica a través de una mejora regulatoria moderna, ordenada y competitiva.

-Innovación en sistemas de planificación, asistencia técnica, financiamiento, comercialización, tecnologías, sistemas de información estratégica e investigación para el desarrollo de una oferta competitiva, la diversificación de mercados y el desarrollo de las comunidades receptoras.

-Formación de cuadros técnicos y profesionales para el sector mediante una mejor coordinación con autoridades educativas, instituciones académicas y empleadores.

Los planteamientos anteriores implican que, para que el turismo incida favorablemente en el desarrollo nacional, es prioritario cambiar de una visión sólo económica y de corto plazo a una integral, sustentable y de largo plazo, con lineamientos adaptables a cada región, destino y empresa.

Crear condiciones efectivas para el desarrollo turístico de México: premisa del Programa 2007-2012.

Desde el inicio de la planeación turística en el país -y lo mismo sucede en prácticamente todos los países y

destinos contra los que compite México- la razón para diseñar una política pública sobre las actividades relacionadas con el turismo, es crear esas condiciones favorables para que los turistas consuman la oferta turística nacional.²⁶

Los Objetivos Sectoriales.

El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 tiene ocho objetivos sectoriales que dan solución al cumplimiento del objetivo y estrategias de la política turística nacional, definida por el Plan Nacional de Desarrollo.

1. De concurrencia de políticas públicas

Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permitan a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

2. De desarrollo regional.

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para

²⁶ PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012. SECRETARÍA DE TURISMO MÉXICO 2007. Págs. 27 y 28.

transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

En 2006 se ubicó a nuestro país en el sitio 49 en el índice de competitividad de la industria del turismo, la meta en 2012 es la posición 39 en el índice de competitividad de la industria del turismo.

3. De concurrencia legal y normativa.

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

4. De oferta competitiva.

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación por regiones, estados, municipios y destinos.

5 De empleo de calidad.

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo con enfoque de igualdad de género.

6 De fomento productivo.

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atractividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

7. De promoción y comercialización integrada.

Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales y la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

Se aspira a incrementar la eficiencia publicitaria internacional y nacional por cada turista, actualmente se invierte \$ 42.84 por turista extranjero y \$ 2.60 por turista nacional, la meta en 2012 es \$ 39.2 por turista extranjero y \$ 3.38 por turista nacional.

8. De demanda turística doméstica e internacional.

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.

El ingreso anual de divisas por turistas internacionales en 2006 fue de 12 176 millones de dólares se aspira para 2012 a 17 000 millones de dólares por turistas internacionales.²⁷

III.2 PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

El prestador de servicio turístico, es la persona física o moral que satisface las necesidades de quien viaja de un lugar a otro, con fines de placer.

²⁷ PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012. SECRETARÍA DE TURISMO MÉXICO 2007. Págs. 29, 30, 38 y 43.

Las obligaciones que nacen de la relación jurídica entre los prestadores de servicios turísticos y los turistas se originan de los contratos y convenios que voluntariamente celebran, de la Ley Federal de Turismo, de su reglamento, de las normas oficiales mexicanas y normas mexicanas de índole turística.

La prestación de los servicios turísticos puede considerarse contractualmente en atención a las siguientes características:

Se generan obligaciones bilaterales porque ambas partes se obligan mutuamente.

Son principales por tener autonomía jurídica, ya que no dependen de otro contrato para su existencia.

Son consensuales porque ambas partes expresan su consentimiento respecto a la celebración del contrato.

Son onerosos porque las partes estipulan provechos recíprocos.

Son conmutativos en atención a que las prestaciones que se deben las partes son ciertas, desde el momento de la celebración del contrato.

Algunos son de tracto o ejecución sucesiva, como los contratos de hospedaje y los de agencia de viajes, que prestan el servicio mediante una serie de actos sucesivos

en un tiempo determinado, es decir, que las prestaciones que se deben las partes o por lo menos que debe una de ellas, se ejecutan durante el tiempo que esté vigente el contrato de prestación de servicios y, en tiempo indeterminado, porque los agentes de viajes tienen la representación de otros prestadores de servicios turísticos.

Generalmente son contratos atípicos porque no están regulados específicamente en el Código Civil para el Distrito Federal, que establece las bases para todos los contratos. "En resumen, los contratos atípicos o innominados no están sancionados por el derecho civil o mercantil tradicionales, por tanto, los contratos del derecho turístico serán todos ellos atípicos o innominados".

La prestación de los servicios turísticos es considerada mercantil. "En consecuencia, a los contratos mercantiles les serán aplicables todas las normas sobre el contrato en general, tales como las de la clasificación, interpretación, nulidad, elementos del contrato y otros más y no sólo los que en forma expresa señala la disposición del artículo 81 del Código de Comercio. Lo mismo puede afirmarse, aunque de manera provisional, en lo que se refiere a los contratos atípicos turísticos".

Proviene por lo general de una declaración unilateral de voluntad, mejor conocida como oferta, que obliga al oferente a respetar su ofrecimiento.

El artículo 1860 del Código Civil determina que el hecho de ofrecer al público objetos (o servicios) en determinado precio, obliga al dueño a sostener su ofrecimiento.

El artículo 46 fracción IV segundo párrafo de la Ley Federal de Protección al Consumidor considera por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier otra expresión similar, el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.

No obstante lo anterior, no todos los servicios turísticos se proporcionan mediante un contrato en toda la extensión de la palabra, sin embargo, generan consecuencias de derecho.

El Código de Comercio en sus artículos 2 y 81 señalan que a falta de disposiciones en dicho código, serán aplicables a los actos de comercio, los del derecho común y las disposiciones del derecho civil, con respecto a la capacidad y libertad de los contratantes.

El artículo 3 de la Ley Federal de Turismo define al prestador de tales servicios como:

“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".

ARTÍCULO 4.- Se consideran servicios turísticos, los prestados a través de:

- I. Hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas;**
- II. Agencias, subagencias y operadoras 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 rodantes a que se refiere la fracción I de este artículo, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y

V. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios a que se refiere la fracción IV que no se encuentren ubicados en los lugares señalados, podrán solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, siempre que cumplan con los requisitos que la Secretaría fije por medio de disposiciones generales.

La razón por la que los servicios *turísticos* son considerados contratos atípicos es porque no existen normas legales que disciplinen en forma expresa su

contenido, independientemente de la legislación turística, ya que las partes en el ejercicio de la libertad contractual elaboran a discreción dichos contratos.

El contrato en general produce o transmite derechos reales o personales, pero en los contratos de prestación de servicios se crean o transmiten derechos personales consistentes en la ejecución de un trabajo, de un hecho o de un servicio, y en la remuneración de dichas prestaciones, ya se trate de mediación, prestación de servicios profesionales, transporte, entre otros.

También se ha considerado la prestación de los servicios turísticos como perteneciente a los contratos de adhesión, opuestos al contrato negociado entre las partes, los cuales consisten en que sólo una de éstas estipula las cláusulas del contrato y la otra únicamente se limita a afirmar de conformidad.

Los contratos de adhesión no son contratos, por estimar que no media en su celebración ninguna autonomía de la voluntad, a lo menos de uno de los otorgantes, quienes, además, tampoco disfruta de la libertad de elección.

En el caso de los servicios turísticos que nos ocupan, el usuario turista sí puede elegir la prestación de tales servicios en atención a que existe una gran oferta de éstos; situación que no se da en los servicios públicos como luz, agua, transportes públicos, entre otros, en los que el Estado fija precios, tarifas y establece las condiciones, y otros son fijados por los proveedores de

bienes y servicios sin que el demandante de ellos pueda discutir nada al respecto.

En este sentido, si la necesidad de disponer de ciertos bienes no deja al individuo más alternativa que la de contratar, muy pocas son las posibilidades que le quedan de discutir las condiciones de la contratación; Mas como se ha hecho notar, ni el precepto legal de que se trata, ni ningún otro, exige como supuesto de validez de un contrato la libre discusión entre las partes de todas sus cláusulas.

El precepto legal al que se refiere es el artículo 1792 relativo al concepto de convenio ya comentado.

La influencia de una de las voluntades ha sido preponderante en la confección y preparación de los contratos.

Desde este punto de vista, distinguimos los contratos de adhesión y los contratos de igual a igual.

La Ley Federal de Protección al Consumidor (artículo 85), establece que los contratos de adhesión son aquellos cuyas cláusulas fueron redactadas unilateralmente por el proveedor la contraparte no tiene oportunidad de discutirlos; Así como los demás documentos elaborados por los proveedores para su uso en las transacciones comerciales y que regulan la prestación del servicio o la

operación de que se trate, cuando no tengan las cláusulas normales de un contrato.

En caso de que tales contratos, generalmente elaborados en formularios, formatos o cualquier medio de contrato de adhesión, no requieran autorización por parte de una autoridad del Ejecutivo federal podrán inscribirse voluntariamente en la Procuraduría Federal del Consumidor como representante del interés colectivo.

Otra corriente jurídica propone que dichos contratos no son sino guiones administrativos.

Por último, José Luis Villaseñor Dávalos define al contrato de derecho turístico "como el acuerdo entre el prestador de servicios turísticos y el usuario o turista, cuyo objeto sería una o varias obligaciones de hacer, o la prestación de un servicio o servicios a cambio de una remuneración fijada previamente por disposiciones reglamentarias de carácter administrativo."²⁸

III.2.1 HOTELES.

El hotel, es el establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad o con lujo a un número, por lo general no escaso, de huéspedes o viajeros.

²⁸ Cfr. VILLASEÑOR DÁVALOS, José Luis. Op. Cit. Pág. 250.

La hostelería, significa la permanente y continua oferta de servicios destinados a proporcionar alojamiento y alimentación.

Las denominadas guías turísticas constituyen un medio importante para atraer clientes, pero la mayoría de los hoteles tienen que invertir en publicidad y promoción.

El desenvolvimiento sostenido y futuro de la industria de la hostelería dependerá de su capacidad para atraer el dinero de los consumidores frente a la competencia de los productos y servicios que ofrecen otras industrias.

Un aspecto clave en lo explicado, será el mantenimiento y crecimiento económico, así como la eficiencia de los medios de transporte, sobre todo del transporte aéreo.

Es lógico suponer que los viajes y el turismo llegarán a convertirse en una de las mayores industrias del mundo.

El desarrollo de la hostelería depende en gran medida de la evolución de la economía, pero ciertos factores sociales, como el empleo de la mujer, tienen considerable influencia. Es posible que esos factores, junto con el aumento de los viajes, irán empujando a la industria de la hostelería a ofrecer mayor variedad de servicios y calidad a los clientes dentro de su evolución.

El hospedaje es considerado una casa lejos de la propia, en la cual el usuario o huésped desea obtener de un

mínimo hasta un máximo de servicios durante su estancia; el hospedaje es vivir, morar en un lugar o casa. La habitación es la acción y efecto de habitar cualquiera de los aposentos de la casa o morada.

Proviene de la raíz latina *habitus*, lugar adonde regularmente se acude para habitar, residir, pernoctar, realizar actos cotidianos representativos que generan costumbre.

Se entiende por empresa de hostelería la dedicada de modo habitual o profesional a proporcionar habitación o residencia a las personas, junto o no a otros servicios de carácter complementario, mediante el factor precio.

Para la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, el servicio de hospedaje es aquel servicio que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de diez habitaciones que se ha instituido para proveer básicamente, alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista.

El Código Civil para el Distrito Federal en sus artículos 2666 y siguientes, dispone con relación al hospedaje que éste tiene lugar "cuando alguno presta a otro albergue mediante la retribución convenida, comprendiéndose o no, según se estipule, los alimentos y demás gastos que origine el hospedaje.

Dicha celebración será tácita si el que presta el hospedaje tiene casa pública destinada al objeto conforme al su reglamento y es expresa, cuando se rige por las condiciones estipuladas.

Configurándose en esta segunda modalidad como un típico contrato de adhesión, en el cual el huésped acepta la tarifa y el reglamento interno del establecimiento, lo que no significa que el servicio de hospedaje corresponda a una actividad civil aunque no se puede negar su aplicación supletoria, ya que como anteriormente se comentó, en 1934 se modificó la fracción VIII del artículo 75 del Código de Comercio, estableciendo la consideración de que también son actos de comercio: "Las empresas de transporte de personas o cosas por tierra o por agua y las empresas de turismo".

Lo que viene a darle al servicio de hospedaje y a todos los servicios considerados como turísticos en este caso, su calidad netamente mercantil.

El artículo 78 señala que: "En las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que la validez del acto mercantil dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados".

El contrato de hospedaje es el soporte jurídico privado de la actividad turística, en virtud de ser el único contrato turístico contemplado en el Código Civil, considerándose

un contrato mixto o complejo al incluir varios tipos de contratos en uno solo, como son: arrendamiento de la habitación en sí, depósito de equipaje, prestación de servicios varios y hasta venta de suministros.

Aunque en realidad no se celebre un contrato que incluya al detalle todos y cada uno de los servicios, éstos se brindan y existe la relación jurídica entre quien ofrece el servicio y quien lo demanda.

Existe contrato de arrendamiento en atención a que el hotelero o arrendador proporciona al huésped o arrendatario el uso y goce temporal de una habitación.

Al respecto el artículo 2398 del Código Civil considera que: "Hay arrendamiento cuando las dos partes se obligan recíprocamente, una, a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra, a pagar por ese uso o goce un precio cierto"

El contrato de depósito surge al obligarse el hotelero o depositario a recibir una cosa mueble como equipaje u otros bienes, que el usuario, huésped o depositante le confía para guardarlos y restituirlos cuando se le pida.

El artículo 2516 dispone que: "El depósito es un contrato por virtud del cual el depositario se obliga hacia el depositante a recibir una cosa mueble o inmueble, que aquél le confía, y a guardarla para restituirla cuando la pida el depositante".

Salvo pacto en contrario, el depositante tiene derecho a exigir retribución por el depósito, la cual se arreglará a los términos del contrato, y en su defecto, a los usos del lugar donde se constituya el depósito.

También surge el contrato de prestación de servicios varios, como los de limpieza, comunicaciones (teléfono, televisión, fax), custodia de valores, servicio médico o enfermería, cajas fuertes, lavado y planchado de ropa, áreas recreativas (albercas, toldos, sillas, camastros, canchas deportivas, sauna, vapor, gimnasio), cambio de divisas, peluquería, sala de belleza y salones para eventos; algunos de los cuales se encuentran implícitos en el precio de la habitación y otros son considerados como servicios complementarios con un precio adicional y que pueden ser solicitados también por personas no hospedadas en el establecimiento.

Por lo que a la venta de suministros se refiere, surge cuando el arrendamiento de la habitación incluye el servicio de alimentos y bebidas, o existen tiendas de venta de alimentos rápidos, restaurantes, cafeterías y bares dentro del establecimiento que tienen un precio suplementario y que se ajustarán a las disposiciones que sobre compraventa establece el referido código en su artículo 2248 que señala:

"Habrá compraventa cuando uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de una cosa o de un

derecho y el otro a su vez se obliga a pagar por ellos un precio cierto y en dinero".

Entendiéndose que la venta es perfecta y obligatoria para las partes cuando se ha convenido sobre la cosa y su precio, aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho.

Un establecimiento de hospedaje de los denominados hoteles es la casa habitación donde se puede descansar, guardar equipaje y ser sede de nuestras vidas por uno o más días. Incluyéndose también a los moteles, albergues, campamentos y paradores de casas rodantes.

El artículo 2, fracción VII del Reglamento de la Ley Federal de Turismo define a los establecimientos de hospedaje como:

"Los inmuebles en los que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación"; diferenciándolos de los servicios de hospedaje que se prestan en campamentos y paradores de casas rodantes, que define al primero en la fracción II como:

Las superficies al aire libre delimitadas y acondicionadas en las que puede instalarse equipo con el propósito de acampar", y el segundo en la fracción XV como: "Las superficies al aire libre delimitadas y acondicionadas, en las que puede instalarse equipo con el propósito de acampar, destinadas al estacionamiento de vehículos y

casas rodantes en las que se proporcionan servicios complementarios a éstos".

El servicio de hospedaje es el contrato "en virtud del cual una persona llamada hospedero conviene con otra llamada huésped la obligación de proporcionarle alojamiento mediante un precio".

Sin embargo, cada uno de estos términos encierra bastantes complejidades. Es el acuerdo expreso entre el hotelero que proporciona el servicio de alojamiento y el usuario huésped, que paga por ello una tarifa determinada.

Las relaciones entre los prestadores de servicios turísticos y los turistas, se regirán por:

Lo que las partes convengan, observándose la presente ley, su reglamento y la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Sin discriminación por razones de raza, sexo, credo político o religioso, nacionalidad o condición social.

Sin obstaculizar el ingreso de nuevos participantes en razón de profesión o capital, por lo que se refiere a los agentes de viajes y guías de turistas.

Sin que las garantías que se fijen para la prestación de los servicios turísticos constituyan una carga económica excesiva.

Son obligaciones comunes a todos los prestadores de servicios turísticos las siguientes:

Anunciar ostensiblemente en los lugares de acceso al establecimiento sus precios y tarifas y los servicios que éstos incluyen.

Cuando se trate de la prestación de guías de turistas, informar su precio en el momento de la contratación con los usuarios.

Cumplir con los servicios, precios, tarifas y promociones en los términos anunciados, ofrecidos o pactados.

Contar con los formatos foliados y de porte pagado para el sistema de quejas de turistas en términos de la norma oficial mexicana respectiva.

Asimismo, conforme al reglamento de la ley, los prestadores de este servicio deberán exhibir en las habitaciones: el reglamento interno del establecimiento, los precios por servicios adicionales que se presten en el mismo, con letra legible y en español sin perjuicio de utilizarse otros idiomas. En caso de ofrecerse servicios de cambio de moneda deberá ser conforme a la Ley Monetaria, debiendo informar al turista el tipo de cambio

al que se toma su moneda, sobre todo si se liquidan las cuentas del servicio con moneda extranjera.

También estarán obligados a respetar las reservaciones hechas con antelación que hayan sido garantizadas directamente por el turista o por una agencia de viajes, la cual entregará al turista papeleta, clave o cupón de reservación confirmada por el establecimiento con los siguientes datos: tarifa a aplicar, tipo de habitación, servicios incluidos, número de noches, condiciones y cargos por cancelación.

Los paradores y campamentos de casas rodantes tienen las mismas obligaciones que se fijan a los establecimientos de hospedaje en habitación en lo que es aplicable, así como las relativas a establecer las medidas de seguridad que se requieren en las áreas de uso e instalaciones conforme a los lineamientos que expida la Secretaría de Turismo.

Delimitar con exactitud la superficie destinada al espacio de cada vehículo con los servicios que les corresponden y proporcionar al turista la información relativa a las características de las instalaciones de agua, drenaje, electricidad, y otras como poblaciones cercanas, servicios médicos y los que incidan en la prestación del servicio.

Independientemente de la regulación jurídico turística, el artículo 12, fracción IV de la Ley de Caminos, Puentes y Auto transporte Federal, define a los paradores como:

"Las instalaciones y construcciones adyacentes al derecho de vía de una carretera federal en las que se presten servicios de alojamiento, alimentación, servicios sanitarios y servicios a vehículos y comunicaciones, a los que se tiene acceso desde la carretera".

El artículo 8, fracción X establece que para el establecimiento de dichos paradores se requiere permiso expreso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes salvo cuando se trate de carreteras concesionadas.

Por otra parte, el artículo 16 del Reglamento para el Aprovechamiento del Derecho de Vía de las Carreteras Federales y Zonas Aledañas, señala que la referida secretaría es la autoridad indicada para autorizar la instalación de paradores, conforme a los requisitos que en dicho reglamento se enuncian, así como vigilar el cumplimiento de las obligaciones generales a que deben sujetarse.

El reglamento interno de los establecimientos de hospedaje incluye por lo general las siguientes obligaciones:

No hacer ruidos molestos ni provocar altercados, no llevar músicos, ni introducir animales y evitar cualquier acto que perturbe a los demás huéspedes.

No utilizar las habitaciones para realizar actos ilícitos, no deteriorar el mobiliario y no alojar en las habitaciones a personas no registradas, entre otras.

III.2.2 AGENCIAS DE VIAJES.

La prestación del servicio proporcionado por las agencias de viajes surgió como una necesidad derivada de los viajes de negocios y de placer que día con día aumentaban y requerían ser organizados; por lo que el servicio de viajes que prestan en la actualidad dichas agencias en forma profesional es un servicio de orientación, información, intermediación y organización de viajes.

La primera, dirigida a motivar el gusto por el viaje, aconsejando y guiando a los prospectos de turistas; la segunda, proporcionándoles datos particulares sobre *sitios* turísticos; la tercera, representando a otros prestadores de servicios turísticos, cuyos servicios ofrecen al público, y la organización de los viajes consistente en ordenar de manera adecuada y con carácter profesional los servicios de referencia.

El contrato por el servicio de intermediación con respecto a otros prestadores del sector puede considerarse mandato mercantil o de comisión, tal como lo dispone el artículo 273 del Código de Comercio:

"El mandato aplicado a actos concretos de comercio se reputa comisión mercantil. Es comitente el que confiere comisión y comisionista el que la desempeña", el artículo 2546 del citado código civil establece que:

"El mandato es un contrato por el que el mandatario se obliga a ejecutar por cuenta del mandante los actos jurídicos que éste le encarga".

Los agentes mediadores del comercio son aquellas personas que indagando la voluntad y recíprocas conveniencias ajenas, se dedican a mediar entre los contratantes, para facilitar la celebración de las operaciones mercantiles, al propio tiempo que para dar una mayor eficacia y autenticidad a las mismas.

La comisión es la actividad que realizan las personas que ofrecen al público encargarse de las comisiones que les confieren y que por tanto las desempeñan habitualmente.

El mandato es civil y la comisión mercantil. Aunque la comisión es un mandato, éste puede abarcar todo tipo de actos jurídicos, excepto cuando se requiera la intervención personal del interesado y la comisión sólo puede conferirse para realizar actos concretos.

El agente de viajes al ser intermediario entre los diversos prestadores de servicios turísticos y los usuarios turistas, está representando a los primeros mediante una comisión

que será proporcional al volumen de ventas del servicio turístico de que se trate.

El comisionista es un auxiliar del comercio independiente, lo que le permite representar a tantos sujetos como sea posible.

El que es hábil para contratar, puede hacerlo por sí o por medio de otro legalmente autorizado.

El agente de comercio es la persona física o moral que, de modo independiente, se encarga de fomentar los negocios de uno o varios comerciantes.

El artículo 2, fracción I del Reglamento de la Ley Federal de Turismo define a la agencia de viajes como: "La empresa que contrata o actúa como intermediario en beneficio de un usuario respecto de los servicios a que se refiere el artículo 4 de la Ley, así como cualquiera otro relacionado con el turismo".

Contractualmente la prestación del servicio de agencia de viajes se puede considerar desde dos perspectivas: la primera desde el ángulo del agente de viajes con el turista, y la segunda con los prestadores de servicios turísticos que representa.

La primera puede considerarse como el acuerdo mediante el cual el agente de viajes proporciona al usuario turista los servicios de información, orientación e intermediación

de los prestadores de servicios turísticos y otros que representa.

La segunda y con base en lo expresado anteriormente, podemos definir el contrato de agencia de viajes, como el convenio por el cual un prestador de servicios turísticos, denominado agente de viajes, se obliga a prestar el servicio de intermediación o representación a uno o varios prestadores de servicios turísticos por un tiempo indefinido, a cambio de una remuneración derivada de una tarifa autorizada.

La agencia de viajes es la empresa turística que a título gratuito actúa como agente intermediario activo entre los sujetos del desplazamiento turístico y sus prestadores de servicios específicos.

La agencia es el contrato por medio del cual un empresario mercantil acepta hacerse cargo indefinidamente de la promoción de los productos de otro empresario y de la contratación a su nombre, y recibiendo a cambio una retribución en numerario.

Contrato de agencia es una especie de contrato mercantil celebrado entre un comerciante y un agente de comercio en el que éste se compromete a fomentar los negocios de aquél mediante una retribución, en las condiciones fijadas en las cláusulas respectivas. Es el encargo conferido a una persona por otra para que realice una o varias cosas o uno o varios servicios.

Las agencias de viajes pueden operar en México bajo las siguientes modalidades, de conformidad con los artículos 30 y siguientes del reglamento:

Agencia operadora mayorista: su actividad consiste en la integración de paquetes turísticos promocionados y comercializados por ella misma o por conducto de agencias de viajes minoristas.

El paquete turístico es definido por el referido reglamento, como:

"La integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso, o cualquier otro medio de difusión". (artículo 2, XIV)

Para que la Secretaría de Turismo le reconozca esta calidad debe cuando menos integrar y publicar por año dos paquetes turísticos.

Agencia de viajes minorista: ofrece y vende al consumidor los paquetes turísticos integrados por las agencias operadoras mayoristas, servicios de otros prestadores turísticos o relacionados con éstos y los que expresamente le solicita el cliente integrándole su propio paquete.

Subagencia de viajes: es la persona física o moral que ofrece y vende al consumidor exclusivamente servicios turísticos o relacionados con ellos.

Los artículos 34 y 35 del reglamento de la ley señalan que las agencias de viajes deberán:

1. Dar aviso del inicio de sus operaciones a la secretaría o a las dependencias u órganos estatales o municipales que asuman funciones operativas relacionadas con el turismo, dentro de los ocho días a que aquéllas se inicien.

2. Contar con un ejecutivo que tenga conocimientos y experiencia en el desempeño de la actividad de acuerdo a la modalidad con la que pretendan operar, conforme con los criterios de la comisión consultiva correspondiente, los cuales serán publicados en la gaceta turística.

3. Disponer de un local que cuente con los elementos necesarios en mobiliario y material técnico.

4. Acreditar la propiedad del local o presentar el contrato que en su caso se tenga celebrado y le permita el uso del mismo.

Las agencias de viajes al identificarse en su promoción y comercialización, señalarán con precisión la modalidad bajo la cual se encuentran organizadas de manera mercantil.

Celebrarán convenios de intermediación con otros prestadores de servicios turísticos en los que se consignen los derechos y obligaciones de las partes y de éstos frente al turista; debiendo constar por escrito o acreditarse el agente de viajes con la posesión de papeletas de reservaciones, cupones de servicio y de hoteles u otros.

En la comercialización y promoción de los paquetes turísticos deberán hacer del conocimiento del turista lo siguiente: especificar los servicios en material impreso identificando al prestador, precio total del paquete, servicios que incluye, periodo de vigencia y condiciones bajo las cuales puede ser modificado; duración de la excursión, información relativa a relaciones nacionales e internacionales, consecuencias de cancelación, delimitación de responsabilidades en caso de incumplimiento de la agencia, confirmación escrita de los servicios convenidos y, en su caso, el tipo de guía que prestará el servicio de conducción y el idioma empleado.

Las representaciones de hoteles y agentes generales de ventas de otros prestadores de servicios turísticos estarán sujetas a respetar reservaciones de hospedaje con papeleta, vale o cupón.

III.2.3 GUÍAS DE TURISTAS.

El turista por lo general, ante el desconocimiento del lugar que visita y/o del idioma, requiere no sólo de un

intérprete sino de un guía que lo auxilie en el conocimiento de los atractivos turísticos del lugar a través de la conducción e información adecuadas.

Desde el punto de vista contractual es el acuerdo entre el guía que proporciona los servicios de conducción e información y el usuario turista que demanda la prestación de los mismos, mediante el pago de una tarifa determinada previa al servicio.

El artículo 2, fracción VIII del reglamento de la ley define a los guías de turistas como:

"Las personas físicas que proporcionan al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia".

Los guías de turistas pueden prestar sus servicios de acuerdo con el artículo 44 del reglamento en cuestión en las siguientes modalidades:

Guía general: persona que cuenta con estudios técnicos reconocidos por la Secretaría de Turismo, pudiendo desempeñar su actividad en el ámbito nacional con un dominio global de los atractivos turísticos del país.

Guía con licenciatura: derogado el 9 noviembre de 1999.

Guía especializado: persona que tiene conocimientos o experiencia acreditable sobre un tema o actividad específicos como buceo, alpinismo, pesca, senderismo, arqueología y otros.

Para obtener la credencial de guía de turistas, los interesados deberán presentar el aviso de haber cumplido con los requisitos que exige el reglamento de la ley (del artículo 46 al 56), ante la propia Secretaría de Turismo o ante las dependencias u órganos estatales o municipales de turismo, consistentes en:

Mostrar conocimientos o experiencia en la actividad que pretenden desempeñar, presentado título, diploma, evaluaciones o cualquier otra documentación comprobatoria y acreditar su legal estancia en el país en el caso de extranjeros. Una vez satisfechos tales requisitos, la autoridad respectiva expedirá la credencial de guía de turistas, en un plazo máximo de treinta días hábiles a partir de la fecha en que se presentó el aviso de cumplimiento de los requisitos. Dicha credencial deberá renovarse cada cuatro años, debiendo solicitarla treinta días hábiles anteriores al vencimiento; otorgándose la credencial definitiva a los guías que hayan cumplido en forma satisfactoria doce años de labor ininterrumpida.

También deben informar al turista, como mínimo, sobre el número máximo de personas que integran el grupo (25) la tarifa aplicada al servicio, el idioma en que se darán las explicaciones y el tiempo de duración de sus servicios.

III.2.4 RESTAURANTES.

Otro de los rubros importantes en la cadena de servicios turísticos es el de los alimentos y bebidas el cual, por tener características diversas al resto de los servicios especializados, requiere no sólo de una reglamentación jurídico fiscal y turística sino sanitaria, sin embargo, en la presente obra únicamente se analizará el aspecto jurídico turístico.

Los establecimientos de alimentos y bebidas, mejor conocidos como restaurantes y cafeterías, son los que expenden alimentos condimentados para consumo inmediato, con o sin servicio de vinos y licores, además cuentan con instalaciones mínimas de comedor, cocina y sanitarios.

Desde el punto de vista contractual este servicio consiste en un acuerdo entre el prestador de dichos servicios y el comensal-turista que demanda los mismos mediante el pago de un precio determinado con antelación.

El artículo 2, fracción VI del reglamento de la ley define las diversas modalidades de los establecimientos de alimentos y bebidas de la manera siguiente:

Los restaurantes y cafeterías que se encuentren ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes, aeropuertos, terminales de autobuses,

de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas, cuya actividad principal es la transformación y venta de alimentos para su consumo y que en forma accesoria pueden expender bebidas alcohólicas al coqueo y presentar variedad o música.

Los bares, centros nocturnos, cabaret o similares que se encuentren ubicados en los sitios anteriormente enunciados, y en su caso cobran cuotas de admisión (cover) presentan espectáculos o variedades y que cuentan con orquesta, conjunto musical o música grabada, pista de baile y ofrecen bebidas alcohólicas con servicio de alimentos opcional.

Los establecimientos de alimentos y bebidas deberán de conformidad con el reglamento citado (artículo 61):

Exhibir en forma ostentosa las listas de precios de alimentos y bebidas que se ofrecen en dichos establecimientos en idioma español y otros.

El atuendo requerido para el comensal, de acuerdo con las características del servicio que se ofrece.

El horario del establecimiento.

Los casos en que el establecimiento se reserva el derecho de admisión, sin que haya discriminación por raza, sexo, credo político o religioso, nacionalidad o condición social.

Contar con los formatos para sugerencias y quejas (NOM-01-TUR- 2002).

Las empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos, son una novedad en la legislación mexicana, aunque de hecho han existido en el país desde hace años, pero el Congreso de la Unión aún no las había considerado legislativamente.

Desde el punto de vista jurídico pueden definirse como el acuerdo expreso entre los prestadores de tales servicios y el usuario turista, mediante el pago de una tarifa previamente establecida.

El artículo 2, fracción V del reglamento en cuestión, dispone que las empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos "se dedican a promover e intermediar el intercambio de periodos vacacionales en desarrollos turísticos, entre los usuarios de los mismos".

No se consideran dentro de este rubro las empresas de servicios de tiempo compartido, que actualmente regula la Secretaría de Economía, antes SECOFI, a través de su NOM-029-SCFI-1998.

Estas empresas para cumplir con las disposiciones reglamentarias siguientes:

Deben constituirse como sociedades mercantiles y tener su domicilio en el territorio nacional;

Celebrar por escrito contrato de afiliación con los prestadores de servicios turísticos que representan;

Proporcionar información a través de los medios editados, sobre la descripción de los establecimientos afiliados y épocas en que sean clasificadas las temporadas;

Tener un sistema electrónico o equivalente de reservaciones y de depósito de los periodos vacacionales a ser intercambiados por los usuarios turistas.

El depósito se refiere al procedimiento mediante el cual un usuario, entrega a la empresa de intercambio el periodo vacacional al que tiene derecho, para intercambiarlo con posterioridad por otro u otros periodos vacacionales en el mismo establecimiento o en otros.

Una vez que se reciben los depósitos de los usuarios, la empresa podrá ofrecer tales periodos a otros usuarios que también hubiesen depositado sus derechos de hospedaje respecto de otros establecimientos.

También deberán expedir dos tipos de comprobantes de reservación:

De depósito del periodo vacacional con el nombre del servicio de hospedaje, el periodo de ocupación, temporada, número y tipo de unidad o habitación, capacidad máxima y horario de entrada y salida.

De confirmación de intercambio de periodo vacacional con el nombre y domicilio del usuario y del establecimiento de hospedaje, fecha de confirmación, descripción de la unidad o habitación, capacidad máxima, hora de entrada y salida y condiciones de confirmación.

Todos los establecimientos afiliados a este tipo de empresas deberán respetar las reservaciones hechas por los usuarios confirmadas por la empresa de intercambio.

En caso de incumplimiento en la reservación con comprobante de confirmación, el establecimiento de hospedaje debe gestionar alojamiento para el usuario en otro de características similares.

En caso de que el culpable sea la empresa de intercambio, ésta pagará el hospedaje del usuario en las mismas condiciones teniendo a su disposición en forma gratuita otro periodo vacacional en un plazo convenido.

Mediante publicaciones periódicas deben informar a sus *miembros* afiliados al sistema sobre los establecimientos que se han sumado al mismo y, en su caso, el cambio de domicilio legal o comercial con treinta días cuando menos de anticipación.

Si la empresa de intercambio rescinde el contrato con algún establecimiento de hospedaje, los usuarios podrán optar por el reembolso del monto proporcional de los

servicios no prestados o seguir disfrutando de dichos servicios si es que depositaron su periodo vacacional antes de la modificación contractual.

Existen otros servicios diversos que inciden en el desarrollo de la actividad turística y que no son regulados por la Ley Federal de Turismo, su reglamento, ni las normas oficiales mexicanas de turismo como los siguientes:

Auto transporte de pasajeros.

Auto transporte de turismo.

Arrendamiento de vehículos.

Marinas turísticas.

Estos servicios se prestan a lo largo y ancho de las vías generales de comunicación, que en el territorio nacional son reguladas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con fundamento en el artículo 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y la Ley de Vías Generales de Comunicación entre otras; siendo su objetivo la reglamentación de tales vías y los medios de transporte público de personas y carga por tierra y aire; ya que las comunicaciones por agua son reguladas por la Ley de Navegación y la Ley de Puertos. Igualmente tiene como propósito otorgar concesiones y permisos de transporte público, inspección técnica y administrativa de

los medios de transporte, la protección al público usuario, el otorgamiento de certificados de navegabilidad a las aeronaves aprobadas en seguridad, el tránsito aéreo y el servicio meteorológico.

Son vías generales de comunicación los ferrocarriles nacionales y particulares de explotación industrial que hagan servicio público, el espacio aéreo nacional, las líneas telefónicas y eléctricas, las rutas del servicio postal, las obras y construcciones accesorias de las mismas, las partes integrantes de las vías como: los terrenos y aguas que sean necesarios para usar el derecho de vía y el establecimiento de los servicios y obras que auxilien a las ya mencionadas.

La explotación de tales vías se lleva a cabo mediante el otorgamiento por parte del Ejecutivo federal de las concesiones o permisos.

La concesión es la acción y efecto de conceder autorización gubernativa. Es el acto por el cual se concede a un particular el manejo y explotación de un servicio público, o la explotación o aprovechamiento de bienes del dominio del Estado.

Se otorgan concesiones preferentemente a los permisionarios, cuando por su importancia sea conveniente hacerlo a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para la explotación de las

vías generales de comunicación o cualquier clase de servicios conexos.

El permiso es la autorización de la secretaría de referencia para prestar servicio de auto transporte federal y operar servicios auxiliares como: obras, construcciones y demás dependencias y accesorios de las mismas.

Tanto las concesiones como los permisos se otorgarán a mexicanos o a sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas hasta por un plazo de treinta años, pudiendo ser prorrogados hasta por un plazo equivalente al señalado. Cuando se trate de sociedades que tengan o llegasen a tener uno o varios socios extranjeros, éstas se consideran nacionales respecto a la concesión, obligándose a no invocar por lo que se refiere a la misma la protección de sus gobiernos, perdiendo en caso contrario los bienes adquiridos en beneficio de la nación (cláusula Calvo).

SERVICIO DE AUTOTRANSPORTE DE PASAJEROS.

Los servicios de auto transporte federal de conformidad con el artículo 33 de la Ley de Caminos, Puentes y Auto transporte Federal son los siguientes: de pasajeros, de turismo y de carga.

Estos servicios podrán prestarlos los permisionarios con vehículos propios o arrendados, de acuerdo a lo dispuesto en la citada ley, sus reglamentos, tratados y acuerdos

internacionales sobre la materia y normas oficiales mexicanas.

El contrato de auto transporte de pasajeros es el acuerdo expreso celebrado entre el concesionario o permisionario y el usuario pasajero mediante el pago de una tarifa previamente fijada por el concesionario y autorizada por la secretaría.

El artículo 2, fracción IX de la ley de referencia, define a este servicio como el que se presta en forma regular sujeto a horarios y frecuencias para la salida y llegada de vehículos.

El artículo 18 del Reglamento de Auto transporte Federal y Servicios Auxiliares, clasifica a los servicios de auto transporte de pasajeros por la forma de operación y el tipo de vehículos en los siguientes: de lujo, ejecutivo, de primera, económico, mixto y transportación terrestre de pasajeros de y hacia puertos marítimos y aéreos.

Los dos primeros operan en viajes directos de origen a destino, con autobús integral consistente en asientos reclinables, sanitario, aire acondicionado, sonido ambiental, cortinas, televisión, video casetera y servicio de cafetería; con límite de operación de diez años a partir de su fabricación (modificación Diario Oficial de la Federación de 25 de septiembre de 1998).

El servicio de primera opera viajes directos de origen a destino con autobús integral (asientos reclinables, sanitario y aire acondicionado), de hasta diez años de antigüedad al ingresar al servicio.

El servicio económico opera con paradas intermedias entre origen y destino con autobús integral o convencional, con antigüedad máxima de quince años contados a partir de su fabricación.

El servicio mixto se presta para pasajeros y carga en el mismo vehículo que debe estar dividido en dos partes, con las mismas características de los vehículos para el servicio económico.

Los referidos servicios deben prestarse con regularidad, uniformidad, continuidad y con sujeción a horarios, los que deben registrarse ante la mencionada secretaria y mantenerlos en aplicación por lo menos dos meses después de su registro.

En caso de suspender el servicio en una ruta o tramo se avisará a la secretaria y al público usuario con treinta días hábiles de anticipación.

Las obligaciones y condiciones, son las siguientes:

Obtener el registro correspondiente de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, así como conseguir y renovar la licencia federal de conductores.

Tener a la vista del público las tarifas autorizadas, las rutas y horarios.

Cumplir con la verificación técnica de las condiciones físicas y mecánicas de los vehículos, aprobadas por la secretaria.

Los permisionarios están obligados a proporcionar a sus conductores la capacitación y adiestramiento para la prestación de un buen servicio.

Los concesionarios o permisionarios son solidariamente responsables junto con los conductores de los vehículos de los daños causados a los pasajeros como consecuencia de la prestación del servicio.

Los vehículos destinados a los servicios de auto transporte de pasajeros deben cumplir con las condiciones de peso, dimensiones, capacidad, límite de velocidad y otros que establece el Reglamento de Auto transporte Federal y Servicios Auxiliares y el Reglamento sobre Peso, Dimensiones y Capacidad de los Vehículos de Auto transporte que Transitan en los Caminos y Puentes de Jurisdicción Nacional.

Los concesionarios deben proteger a los usuarios-pasajeros, en los caminos y puentes por los daños que puedan sufrir con motivo del uso de los vehículos, además los permisionarios protegen a los pasajeros y su equipaje

por los daños que pudiesen sufrir a consecuencia de la prestación de los servicios.

Establecer una garantía para que el concesionario ampare al usuario de la vía de comunicación durante el trayecto de la misma y el permisionario por lo que toca a los pasajeros, desde el momento en que aborden el vehículo hasta que desciendan del mismo.

Los transportistas deben entregar a todo pasajero al momento de pagar su viaje un boleto que debe contener además de los requisitos fiscales correspondientes, los siguientes: denominación o razón social de la empresa o nombre de la persona que lo expida y domicilio; clase de servicio; origen y destino, precio del transporte, fecha del viaje, número de asiento en su caso, la mención de que el seguro de viajero se encuentra cubierto y el monto de la indemnización que el auto transportista pagará al viajero en caso de pérdida o daño del equipaje documentado, siempre que no hubiera declarado el valor. Por tanto, los conductores deben obtener y renovar cada dos años la licencia federal que les expide la secretaría, debiendo ser capacitados constantemente por el permisionario para la prestación de un buen servicio.

Los concesionarios deben contar con terminales de origen y destino para el ascenso y descenso de pasajeros, considerando las clases de servicio y las características de la población, sin perjuicio de obtener en su caso la autorización de uso del suelo correspondiente.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes es la responsable de expedir la norma oficial mexicana sobre las especificaciones que deben reunir las terminales.

Como consecuencia del libre mercado en la operación de este servicio, los auto transportistas pueden determinar las tarifas y sus modificaciones sin que se requiera aprobación de la secretaría, debiendo registrarlas ante la misma con siete días mínimo de anticipación a su aplicación.

Si la secretaría considera que en alguna(s) ruta(s) no existe competencia efectiva en la explotación del servicio, se solicitará la opinión de la Comisión Federal de Competencia y en caso de ser favorable se establecerán las tasas tarifarias respectivas, las que deberán ser máximas y con sistemas de ajuste que permitan prestar el servicio en forma satisfactoria en cuanto a calidad, competitividad y permanencia.

El servicio será regulado y verificado por la citada secretaría, en condiciones similares a las realizadas por la Secretaría de Turismo y la Procuraduría Federal del Consumidor en forma permanente tanto técnica como administrativa; lo que llevará a cabo por sí, o por conducto de un tercero conforme a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Las sanciones que impone la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tanto a empresas como a

conductores, consisten en multas que varían de 50 a 2,000 salarios mínimos generales vigentes en el Distrito Federal, al momento de cometerse la infracción pudiendo también suspenderse temporalmente o cancelarse la licencia de conducir.

Las sanciones se imponen por la comisión de infracciones como las siguientes:

Prestar el servicio sin permiso o con vehículos en malas condiciones.

Aplicar tarifas superiores a las registradas.

Conducir en estado de ebriedad o drogado.

Rebasar la velocidad máxima autorizada.

Conducir sin licencia.

Destruir o cambiar señales viales.

Las sanciones se aplicarán sin perjuicio de la responsabilidad penal que resulte, ni de que, cuando proceda, la secretaría revoque la concesión o permiso.

En contra de las resoluciones dictadas por la secretaría, procede el recurso de reconsideración dentro de un plazo de quince días hábiles, la secretaría emitirá su resolución definitiva en un término de sesenta días naturales,

contados a partir de la fecha en que se interpuso el recurso.

SERVICIO DE AUTO TRANSPORTE DE TURISMO.

Los permisos que otorgue la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para prestar el servicio de auto transporte de turismo pueden ser por su destino nacionales o internacionales.

El servicio en territorio nacional se presta en todos los caminos de jurisdicción federal sin sujeción de horarios y rutas determinadas, autorizando a sus titulares para el ascenso y descenso de turistas en puertos marítimos, aéreos y terminales terrestres, en servicios previamente contratados.

Es un Contrato celebrado entre el concesionario o permisionario del servicio y el usuario-turista, mediante el pago de una tarifa previamente acordada.

El artículo 2, fracción X de la Ley de Caminos, Puentes y Auto transporte Federal, define a este servicio como: el que se presta en forma no regular destinado al traslado de personas con fines recreativos, culturales y de esparcimiento hacia centros o zonas de interés.

El artículo 30 del Reglamento de Auto transporte Federal y Servicios Auxiliares, establece la clasificación del referido servicio en: turístico de lujo; turístico; de excursión, y chofer guía.

Los dos primeros servicios se prestan asociados cuando menos a uno de los servicios complementarios relativos a hospedaje, alimentos, visitas guiadas y otros conceptos que formen parte de un paquete operado por operadores turísticos.

El servicio turístico de lujo se proporciona en autobús integral (sanitario, aire acondicionado, sonido, televisión, video, cortinas y asientos reclinables), nuevo y con un límite de operación de diez años.

El servicio turístico se presta en autobús integral (sanitario y aire acondicionado), de hasta ocho años de antigüedad, con un límite de operación de hasta doce años.

El servicio de excursión es para uso exclusivo de grupos de personas que realizan viajes de esparcimiento, estudio, deportes y negocios, sujeto a itinerarios y horarios determinados por los contratantes, operará con autobús integral o convencional de hasta ocho años de antigüedad, con un límite de operación de hasta doce años.

El servicio de chofer guía, autoriza a su titular a trasladar turistas por todos los caminos de jurisdicción federal, en vehículos tipo sedán o vagoneta del último modelo fabricado en el año en que ingrese a la operación del servicio, con un límite de operación de cinco años, con

capacidad máxima de nueve asientos, aire acondicionado y sonido ambiental.

En el caso del servicio de auto transporte turístico internacional, éste tiene por objeto el transporte en caminos de jurisdicción federal de pasajeros con fines recreativos, culturales, esparcimiento, hacia centros o zona de interés turístico y de negocios, en autobús de matrícula extranjera; ajustándose a las condiciones previstas en los tratados internacionales aplicables.

Se requiere permiso expreso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para la explotación de este servicio.

El artículo 34 de la referida ley, establece que siendo la prestación del servicio de auto transporte de turismo de carácter federal, puede prestarlo el permisionario con vehículos propios o arrendados, debiendo cumplir con la verificación técnica de sus condiciones físicas y mecánicas y obtener la constancia de aprobación correspondiente con la periodicidad y términos que la secretaría establezca en la norma oficial mexicana respectiva.

Los conductores de menos de nueve pasajeros que circulen en carreteras de jurisdicción federal pueden optar por obtener de la referida secretaría tarjetas de circulación y placas de servicio federal.

De conformidad con la actual globalización del mercado y tratando de desregular la actividad económica, la autoridad eliminó el requisito previo de autorización de tarifas, siendo únicamente necesario registrarlas con siete días de anticipación a su vigencia, para propiciar la libre competencia de dos o más oferentes de servicios turísticos, y que los aspectos de competitividad, oportunidad y calidad de los servicios sean los que determinen su aceptación en el mercado.

Las sanciones y el recurso de reconsideración se realizarán en las condiciones similares a las ya comentadas en el servicio de auto transporte de pasajeros.

SERVICIO DE ARRENDAMIENTO DE VEHÍCULOS.

El artículo 2398 del Código Civil para el Distrito Federal señala que: "Hay arrendamiento, cuando las dos partes contratantes se obligan recíprocamente, una, a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra, a pagar por ese uso o goce un precio cierto".

Son susceptibles de arrendamiento todos los bienes que pueden usarse sin consumirse, excepto aquellos que la ley prohíbe arrendar y los derechos estrictamente personales.

En la actualidad, debido a que la contraprestación por arrendamiento supera en mucho la limitante de cien pesos

que señala el referido código civil, todos los contratos por este concepto deben ser por escrito.

Es el contrato por el cual el arrendador de vehículos concede al arrendatario o usuario el uso de éste mediante el pago de una tarifa determinada; obligándose a responder por los perjuicios del vehículo en su caso y a utilizarlo únicamente para el uso convenido.

El artículo 2, fracción I del Reglamento de Auto transporte Federal y Servicios Auxiliares define a la empresa arrendadora como la persona moral que con registro de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, arriende vehículos automotores, remolques o semiremolques que cuenten con placas y tarjetas de circulación de servicio de auto transporte de pasajeros, o bien automóviles para uso particular.

Las empresas arrendadoras de vehículos tienen las siguientes obligaciones:

1. Constituirse como sociedad mercantil.
2. Registrarse ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
3. Los vehículos automotores, remolques y semiremolques que no rebasen de cinco años de antigüedad, deben contar con placas y tarjetas de circulación de servicio de auto transporte de pasajeros.

4. Arrendar los vehículos con los mismos requisitos que los permisionarios de los servicios de auto transporte de pasajeros.

5. Asegurar la entrega física del vehículo.

6. No prestar directamente el servicio de auto transporte de pasajeros, turismo o carga.

7. Entregar los vehículos en buenas condiciones físico mecánicas.

8. Conservar vigente la póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros.

9. Dar aviso a la secretaría cuando se hayan dado de baja las unidades. En caso de arrendamiento de automotores para uso particular, la arrendadora debe cumplir además con mantener la póliza de seguro con cobertura amplia y obtener de la referida dependencia tarjeta de circulación y placas de servicio federal.

10. Rendir un informe sobre sus operaciones cuando así lo requiera la secretaría.

Los prestadores de este servicio, dejando que las fuerzas de libre mercado incidan en las características del mismo, pueden fijar las tarifas de sus servicios sin que se requiera aprobación de la secretaría, debiendo

registrarlas ante ésta con un mínimo de siete días anticipados a su aplicación.

Las sanciones y recurso de reconsideración se llevarán a cabo en las condiciones ya comentadas en los servicios anteriores.

SERVICIO DE MARINAS TURÍSTICAS.

Otro servicio que regula la Secretaría de Comunicaciones y Transportes es el relativo al que proporcionan las marinas, apoyándose para ello en la Ley de Vías Generales de Comunicación, la Ley de Puertos, su reglamento y la Ley de Navegación.

La Ley de Puertos y su reglamento regula en todo el territorio nacional puertos, terminales marinas e instituciones portuarias, su construcción, uso, aprovechamiento, explotación, operación, formas de administración y la prestación de los servicios portuarios excepto los destinados a la Armada de México.

La Ley de Navegación tiene por objeto regular las vías generales de comunicación por agua, la navegación y los servicios que en ella se prestan, la marina mercante mexicana y los actos y bienes relacionados con el comercio marítimo, con excepción de las embarcaciones navales de uso militar pertenecientes a la Secretaría de Marina, encargada de vigilar la soberanía de las aguas

territoriales, vías navegables, islas nacionales y zona económica exclusiva.

La Ley de Puertos en su artículo 2 determina:

Puerto: lugar de la costa o ribera habilitada como tal por el Ejecutivo Federal para la recepción, abrigo y atención de embarcaciones, compuesto por el recinto portuario y, en su caso, por la zona de desarrollo, por accesos y áreas de uso común para la navegación interna y afectas a su funcionamiento, con sus servicios terminales e instalaciones públicas y particulares para la transferencia de bienes y trasbordo de personas entre los modos de transporte que enlaza.

Terminal: unidad establecida en un puerto o fuera de él, formada por obras, instalaciones y superficies, incluida su zona de agua que permite la realización íntegra de la operación portuaria o lo que se destine.

Marina: conjunto de instalaciones portuarias, sus zonas de agua y tierra y la organización especializada en la prestación de los servicios a embarcaciones de recreo o deportivas. **Instalaciones portuarias:** obras de infraestructura y edificaciones, construidas en un puerto o fuera de él, destinadas a la atención de embarcaciones, a la prestación de servicios portuarios o a la construcción o reparación de embarcaciones.

Servicios portuarios: los que se proporcionan en puertos, terminales, marinas e instalaciones portuarias para atender a las embarcaciones, transferencia de carga y trasbordo de personas entre embarcaciones, tierra u otros modos de transporte.

Zona de desarrollo portuario: área constituida con los terrenos de propiedad privada o de dominio privado de la federación, de las entidades federativas o de los municipios para el establecimiento de instalaciones industriales y de servicios de cualesquiera otras relacionadas con la función portuaria y, en su caso, para la ampliación del puerto.

Tanto a propuesta de la Secretaría de Desarrollo Social como la de Comunicaciones y Transportes o a solicitud de parte interesada, delimitarán y determinarán mediante acuerdo conjunto aquellos bienes del dominio público de las entidades federativas y de los municipios correspondientes, que constituirán los recintos portuarios de los puertos, terminales y marinas.

Conforme a la Ley de Navegación en su artículo 2:

Navegación: actividad que realiza una embarcación para trasladarse por agua de un punto a otro, con rumbo y fines determinados.

Vías generales de comunicación por aguas o vías navegables son:

El mar territorial,

Los ríos,

Corrientes,

Vasos,

Lagunas y esteros navegables,

Canales destinados a la navegación,

Las superficies acuáticas de los puertos terminales y marinas y sus afluentes que también lo sean.

Los servicios que proporcionan las marinas turísticas se sujetan a la voluntad de las partes contratantes que en forma expresa lo celebren, mediante el pago de las tarifas correspondientes.

Los puertos y terminales se clasifican por sus instalaciones y servicios en:

Comerciales,

Industriales,

Pesqueros y

Turísticos.

Los servicios turísticos son aquellos que se dedican preponderantemente a la actividad de cruceros turísticos y marinas.

Las terminales marinas e instalaciones portuarias se clasifican por su uso en:

Públicas, cuando exista obligación de ponerlas a disposición de cualquier solicitante.

Particulares, cuando el titular las destine para sus propios fines y a los terceros mediante contrato.

Los servicios portuarios se clasifican en:

Servicio a embarcaciones: operaciones de navegación interna tales como pilotaje, remolque, arranque de cabos y lanchaje.

Servicios generales a embarcaciones: consisten en avituallamiento, agua potable, combustible, comunicaciones, electricidad, recolección de basura o desechos y eliminación de aguas residuales.

Servicio de maniobras: transferencia de bienes y mercancías tales como carga, descarga, alijo, almacenaje, estiba y acarreo dentro del puerto.

En las áreas de uso común de los puertos, terminales y marinas, los servicios portuarios se prestan a todo aquel que los solicite en forma constante, en condiciones equitativas y por turno, a menos que existan causas de interés público o razones de prioridad que señalen las reglas de operación del puerto.

Para obtener concesiones o permisos para la explotación, uso y aprovechamiento de bienes del dominio público en puertos, terminales y marinas, para la construcción de obras en los mismos y para la prestación de servicios portuarios, sólo se requerirá las que otorgue la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Los concesionarios o permisionarios deben verificar que las embarcaciones extranjeras para las que se solicite el servicio, cuenten con el consentimiento de las autoridades migratorias.

Los actos y contratos relativos a los servicios portuarios son de carácter mercantil.

El artículo 47 del Reglamento de la Ley de Puertos señala los servicios e instalaciones con los que debe contar, al menos, una marina:

Señalamiento para entrada y salida de embarcaciones;

Suministro de agua potable y energía eléctrica para las embarcaciones;

Alumbrado general y vigilancia permanente;

Medios mínimos de varado y botadura;

Mantenimiento y reparaciones menores de emergencia a embarcaciones;

Equipo de radiocomunicación para operar en bandas con frecuencia autorizada;

Equipo contra incendios;

Baños y retretes;

Recolección y disposición de basura, desechos, aceite y aguas residuales en los términos de las leyes y reglamentos ecológicos;

Oficinas administrativas de registro de entrada y salida de embarcaciones que proporcionen la información sobre las condiciones climáticas y rutas de navegación locales; y

Póliza de seguro que cubra la responsabilidad civil del operador, robos y daños a embarcaciones y accidentes de personas.

Por otra parte, las embarcaciones que se encuentren en una marina deben contar con seguro vigente que cubra daños a terceros.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes podrá establecer en los títulos de concesión y en los permisos, las bases de regulación tarifaria y de precios para el uso de determinados bienes, puertos, terminales, marinas y para la prestación del servicio cuando no existan opciones portuarias u otros modos de transporte que propicien un ambiente de competencia razonable.

Dicha regulación se mantendrá únicamente mientras subsistan las condiciones que la motivaron.

Los administradores portuarios de conformidad con lo que establezca la Secretaría en dichos títulos, podrán determinar las bases tarifarias y de precios a que se sujetarán los operadores de terminales, marinas e instalaciones portuarias y los prestadores de servicios con quienes tengan celebrados contratos.

Lo anterior para permitir la prestación de los servicios en condiciones satisfactorias de calidad, competitividad y permanencia.

A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes le corresponde verificar el cumplimiento de las obligaciones señaladas en la Ley de Puertos y su reglamento en las concesiones o permisos y en lo no previsto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Las infracciones que puede cometer un concesionario o permisionario de un puerto o marina son las siguientes:

No cumplir con las condiciones de construcción, operación y explotación de los puertos, terminales, marinas e instalaciones portuarias.

Prestar servicios portuarios sin la concesión o contrato respectivo.

Construir embarcaderos, atracaderos y otros sin el permiso correspondiente.

Ceder los derechos y obligaciones de la concesión a un tercero.

Aplicar tarifas superiores a las autorizadas, entre otras.

Las sanciones aplicables consisten en la imposición de multas que varían de 1,000 a 200,000 salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal al momento de cometerse la infracción.

Lo anterior se aplicará sin perjuicio de la responsabilidad penal que resulte ni de que, cuando proceda, la secretaría revoque la concesión o permiso. El infractor una vez notificado de la sanción impuesta tiene un plazo de quince días hábiles para presentar pruebas y manifestar lo que a su derecho convenga.

CAPÍTULO CUARTO.
CONSECUENCIAS JURÍDICO ECONÓMICAS DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA.

IV.1 MOVILIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA.

El desplazamiento de personas con fines recreativos constituye el fenómeno social turístico, éste genera una serie de interrelaciones e intercambios, que tienen consecuencias de todo tipo, pero fundamentalmente económicas y sociales; también pueden ser de dos tipos: positivas y negativas.

El Maestro Armando Herrerías explica:

“El impulso económico es el motor de la actividad turística, como lo es para casi todas las actividades humanas. El intercambio de bienes y servicios por dinero genera la riqueza necesaria para motivar a los habitantes de un país o una región en desarrollo, a fin de lograr mejoría en la vida.

“El Derecho Económico y Social, se aplican a la reglamentación del turismo, porque éste forma parte de la balanza de pagos.

“En la actualidad, todas las naciones legislan sobre turismo, porque éste forma parte de la balanza de pagos. Su desarrollo interesa al Estado, pero también a las grandes corporaciones de particulares: Cámaras de

Comercio, Industriales, Agrícolas o Ganaderas, asociaciones culturales, artesanales, etc.

“La reglamentación jurídica del turismo, atiende un fenómeno moderno, económico o cultural, de carácter colectivo.

“Todos los países en el mundo, han dado especial atención a las corrientes migratorias de la población, que se mueven con propósitos de salud, recreación e información.

“La intensificación de los transportes que han acortado las distancias, su rapidez, los medios masivos de información sobre regiones interesantes y nuevas, despiertan interés en grandes núcleos de población. Estas corrientes migratorias, forman lo que llamamos turismo”.²⁹

En opinión del referido autor, su estudio es parte del Derecho Económico, tanto porque como veremos, sus efectos se registran en la balanza de pagos, como por su función integradora social.

Tal corriente, es sistemática en varios países, principalmente en aquellos en que la economía está organizada y los períodos de descanso vacacional de escolares, estudiantes y trabajadores, brindan oportunidad para la organización de viajes y hospedaje.

²⁹ HERRERÍAS, Armando. Una visión al futuro turístico. Editorial Consejo Nacional de Turismo. México Distrito Federal 1969. Pág. 47.

Esto, aunado al afán del hombre por el conocimiento de otros mundos, ha hecho del turismo, una fuente de divisas de gran importancia.

Los Estados modernos formulan políticas de turismo que forman parte actualmente de la balanza internacional de pagos.

En México, es la segunda fuente de ingresos, después de la exportación del petróleo.

La importancia del turismo ha sido destacada por diversos autores. Las compras por los turistas, de artículos nacionales, convierten a éstas en una exportación invisible; las compras de región a región interior, promueven las relaciones económicas nacionales.

El Maestro Armando Herrerías distingue "viajero" de "turista" que debe aplicarse específicamente a quien viaja, "para distraerse, para contentar el ánimo, para satisfacer un anhelo espiritual, buscando a veces, con ello, la salud del cuerpo".

Plinio "El viejo" -dice el autor referido-: "afirmó que la naturaleza humana, tomándola en excepción de esencia del ser, posee la avidez de peregrinar en busca de lo nuevo ...*Hominum natura novitatis de peregrinationis avida*".³⁰

³⁰ Ídem. Pág. 48.

El concepto del Maestro Herrerías es claro, excluye todo propósito de viajar con ánimo de lucro o de trabajo. Concuera así, con lo dispuesto por la Ley General de Población y con la Ley Federal de Turismo vigentes.

Debemos distinguir al "turista" como sujeto individual de derecho, del "turismo" acción económica y social, a cargo del conjunto de organismos, tanto privados como del poder público (transportes, hospedajes, hoteles, restaurantes) que pueden ser usados individual o colectivamente.

Cada una de estas actividades tiene su reglamentación propia, principalmente en cuanto corresponde a precios y tarifas.

Éstas se encuentran lejos de las normas del contrato mercantil clásico, pues la voluntad de las partes, buscando el mayor beneficio, en el Derecho privado, queda anulada por los términos tarifarios.

Al turista le queda aceptar o no, la tarifa respectiva, aprobada por el poder público. El "turismo" forma así, uno de los factores importantes en las transacciones económicas internacionales de un país.

IV.2 LA GENERACIÓN DE EMPLEOS.

En la obra el Empleo en el Sector Turístico de México, leemos:

“Por el lado del empleo, de acuerdo con la información que se registra en la Cuenta Satélite del Turismo de México en su versión 1993-2000 (CSTM), la aportación de las actividades turísticas a la ocupación total del país, mostró una tendencia creciente de 1993 a 1995, alcanzando en este último año su mayor contribución, 6.3%. En los años siguientes presenta disminuciones respecto a este dato; sin embargo, su participación sigue siendo importante durante el periodo. Cabe mencionar que para el año 2000, de cada diez ocupaciones en el sector, más de siete se ubican en las actividades de alojamiento, transporte, y restaurantes y bares. Se estima que un promedio anual del empleo turístico ha crecido a una tasa de 1.2% entre 1993 y 2000.

“De acuerdo con la CSTM, el empleo turístico ha tenido una participación promedio anual dentro del agregado nacional de 5.8%. Las ocupaciones remuneradas a partir de 1993 y hasta 1995 presentaban tasas de crecimiento positivas; no obstante, la crisis económica de nuestro país hizo que este indicador se contrajera. En 1999 se observa otra reducción del orden de 1.3%, recuperándose en 2000 el nivel de 1998. Destaca el hecho de que el subsector servicios es el que funge como motor para la generación de empleos, y al interior de éste, sobresale la

participación de Una de las características de las estadísticas laborales de la CSTM es que permite realizar comparaciones con el resto de los sectores económicos, en términos de la productividad, entendida como el producto interno bruto promedio generado por cada ocupación remunerada.

La productividad turística supera significativamente la productividad nacional. En promedio la actividad turística es 36.3% más productiva que la nacional, es decir, la industria turística generó un producto promedio anual por ocupación remunerada de 58.8 miles de pesos, entre 1993 y 2000, contra 43.16 miles de pesos a nivel nacional. En 2000 la productividad turística fue 35.4% superior a la nacional, representando 60.5 miles de pesos por ocupación remunerada.³¹

Sigue señalándose en la obra en comento:

“A manera de resumen se puede decir que de acuerdo con la CSTM, la ocupación remunerada de tiempo completo en el sector turístico de México creció entre 1993 y 2000 a una tasa promedio de 1.2% anual. De acuerdo con esta metodología, el número de ocupaciones remuneradas al año 2000 es 1,752 mil, de las cuales más del 70% se encuentra en establecimientos de alojamiento, transporte, restaurantes y bares. La productividad de los trabajadores

³¹ El empleo en el Sector Turístico de México. Secretaría de Turismo. México Distrito Federal 2007. Pág. 4.

del turismo es superior al promedio de toda la economía en 36%.

“Es importante destacar que el concepto de ocupaciones remuneradas de la CSTM no es equivalente a los empleos o trabajadores del módulo de empleo. En este sentido, la primera se refiere a los puestos de trabajo remunerados de ocho horas diarias, compatibles con el nivel de actividad (declarada y no declarada) que genera un sector si se opera con una productividad laboral media; dicho más brevemente, se refiere a los puestos de trabajo estandarizados que el sector podría sostener con su nivel actual de actividad. En el segundo caso, se trata de las unidades **físicamente observadas** que se desprenden de una encuesta, sea tanto en número de trabajadores (personas ocupadas) como en puestos de trabajo. Además, es importante señalar que la Encuesta Nacional de Empleo es la mejor fuente de información en México para la elaboración de un módulo de empleo que atienda las recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.³²

Continúa lo explicado en la obra examinada:

“De los resultados del módulo de empleo, cabe destacar que para el año 2000 se estima que hubo 1,848,815 empleos equivalentes de tiempo completo ocupados por 2,004,607 trabajadores. Del total de los empleos

³² Ídem. Pág. 24.

generados, el 14.5% fue personal con un trabajo principal en las Industrias Turísticas Características, mientras que el restante 85.5% correspondió a

Industrias Turísticas No Características. Es importante resaltar que la mano de obra del turismo es joven. De acuerdo con las estadísticas, el 77.2% del total de los empleados tiene entre 15 y 45 años de edad, y 57.21 % son menores de 35 años.

“Las nuevas generaciones de trabajadores turísticos están más preparados, en particular en carreras técnicas, lo que sin duda impactará en una mejor y mayor productividad dentro del sector turístico. En este sentido, el ingreso esperado para los jóvenes es creciente al menos hasta llegar a los 40 años.

“En términos de la participación de la mujer en los puestos laborales en 2000, del total del personal empleado en las actividades turísticas, el 39.5% fueron mujeres y el restante hombres. Estas cifras muestran una participación femenina en el turismo superior al promedio nacional, que en el año de referencia fue 34.5%.

“Por el lado de la escolaridad, el promedio de los trabajadores del sector turismo asciende a 9.1 años, cifra sustancialmente más elevada que el promedio nacional, 7.4 años. Es particularmente destacable la escolaridad promedio de la Industrias Turísticas Características que asciende a 9.8 años.

En términos de los esquemas de trabajo por tiempo completo o tiempo parcial, el 86.6% de los trabajadores presentaban el primer esquema, mientras que el restante 13.4%, el segundo. Por otro lado, la antigüedad promedio es de 6.42 años para las Industrias Turísticas Características y de 4.59 años para las no características".³³

Concluye lo explicado en la obra en cuestión:

"El rendimiento de la inversión en capital humano dentro de las Industrias Turísticas Características es creciente a tasas crecientes, es decir, que en la medida que el trabajador esté mejor preparado, tendrá muchas más posibilidades de obtener ingresos mayores. Ello se puede ver, ya que en los segmentos de menores ingresos predominan mayormente personas que presentan niveles de primaria y secundaria. A medida que los deciles de ingreso son superiores, la relación es inversa hacia los universitarios y los de carrera técnica hasta alcanzar a los de postgrado, que se ubican en un segmento de menores ingresos.

"Con respecto a la distribución del ingreso, para el caso de los trabajadores de las Industrias Turísticas Características, el 10% de mayor ingreso concentra el

³³ Ídem. Págs. 24 y 25.

41% de los ingresos. El coeficiente de Gini es de 0.46, muy similar al del total de la economía.

“El 17% de los trabajadores de las Industrias Turísticas Características se encuentran dentro del sector informal, mientras que el 83% restante se ubica dentro del empleo formal.

Entre ambos sectores se encuentra una diferencia de ingresos

del orden de 36% a favor del empleo formal, una vez que excluimos del cálculo a los empleadores, lo que sugiere que conforme se amplían las oportunidades de empleos formales, el tamaño del sector informal se irá reduciendo. Sin embargo, encontramos también que para un 20% de los trabajadores informales, la flexibilidad del horario y condiciones de trabajo en el sector informal constituye un atractivo que, seguramente, inhibirá la formación completa del mercado laboral turístico”.³⁴

IV.3 INGRESO DE DIVISAS.

Las consecuencias económicas se inician con los efectos del turismo internacional y su repercusión en la balanza comercial del país, es decir, la proporción que existe entre la importación y la exportación de bienes y

³⁴ Loc. Cit. Pág. 25.

servicios; siendo más favorable cuando tiene mayor valor la exportación que la importación.

Derivada de esta balanza comercial, existe una balanza comercial turística, que está formada por la diferencia de lo que ingresa a un país por concepto del gasto que hacen los visitantes del extranjero, y el gasto que los nacionales hacen al viajar al exterior.

En los países receptores de turismo, esta balanza suele ser favorable aunque su balanza comercial sea desfavorable. En los países emisores de turismo la balanza suele ser desfavorable, aunque su balanza comercial sea favorable.

Un ejemplo típico que ilustra esto último lo tenemos en Estados

Unidos, cuya balanza comercial es favorable a su economía, pero la balanza comercial turística es desfavorable, ya que es mucho mayor el número de sus habitantes que viajan al extranjero, que los extranjeros que viajan como turistas a ese país.

Los países con balanza comercial desfavorable deben proteger, en mayor o menor medida, su balanza comercial turística, alentando los viajes del turismo extranjero y desalentando la salida de los nacionales, pues tan buena es la divisa que entra, como la que no sale; de esta manera, el turismo extranjero productor de divisas, contribuye a

balancear la balanza de pagos de un país, entendiendo ésta como los ingresos y egresos, no sólo de importaciones y exportaciones (balanza comercial), sino también la salida de divisas por concepto de pago de capitales, intereses, transferencia de tecnología, mano de obra extranjera, etc., que por lo general se hace con moneda de curso internacional, muchas veces con alto costo de conversión.

El turismo internacional paga con este tipo de divisas. El turismo interno, o sea los viajes de los nacionales dentro de su propio territorio, también genera beneficios comparables a los de la balanza comercial turística, pues distribuye el ingreso *per capita*, ya que el dinero ganado en una zona se gasta en otra, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes; es decir, contribuyendo a balancear los ingresos y gastos de la región.

Al distribuirse el ingreso se logra parcialmente un ideal económico; el de igualar el nivel de vida de un mayor número de personas.

Todo ello es aplicable en la observación que hizo F.W. Ogilvie, en 1933:

“El dinero gastado durante el viaje, es dinero ganado u obtenido en el lugar de residencia habitual; no es dinero ganado en el viaje”.³⁵

Todo el gasto que origina el movimiento de personas, tanto nacional como internacional, contribuye al incremento del *ingreso nacional*, el cual es la suma de todos los ingresos que produce la actividad económica de un país: las retribuciones, sueldos y salarios de obreros y empleados, las pensiones e indemnizaciones, los ingresos netos de comerciantes, profesionistas y agricultores, las rentas y alquileres, así como las utilidades de las empresas y los intereses de capital.

En la terminología económica actual se utiliza el concepto *Producto Interno Bruto* (PIE) que corresponde a los totales de cuánto se gasta y se produce en un periodo determinado, por lo general de un año, se diferencia del *ingreso neto* porque incluye movimientos en libros contables, como depreciaciones, reservas, etcétera.

El PIE sirve a los gobiernos macro económicamente, para determinar presupuestos de gastos, inversiones en determinados renglones, en fin, para establecer las políticas económicas en el momento y situaciones pertinentes, por ejemplo, los objetivos de crecimiento y desarrollo.

³⁵ GURRÍA DI-bella, Manuel. Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México Distrito Federal 2000. Pág. 127

Está por demás señalar que entre mayor sea el ingreso nacional o el PIE, mayor prosperidad existirá en una nación, ya que será sinónimo de progreso.

La actividad de la planta turística requiere de un alto contenido de mano de obra, por lo que genera una cantidad significativa de empleos, tanto primariamente, en la propia planta de producción de servicios, como secundariamente en la industria y el comercio conexos a las mismas.

En los desarrollos turísticos regionales genera empleos en áreas que, por lo general, no están industrializadas; de cierta manera esto evita la despoblación.

Como el desarrollo del turismo se caracteriza por un contacto personal con el viajero, requiere de un gran número de recursos humanos; lo que tiene como resultado una mayor proporción de empleos por unidad monetaria invertida.

Sin embargo, esto también tiene aspectos negativos que consisten en la utilización de personal no calificado, el cual necesita capacitación y adiestramiento posterior a la contratación, además de que muchos de los puestos llegan a empleos tope, o sea donde no es posible obtener mayor promoción.

Esto desalienta al personal experimentado. De esta manera, vemos que el movimiento de personas es

generador de riqueza, lo que estimula de inmediato las inversiones, ya que hace atractivo construir hoteles, abrir restaurantes, rentar autos, operar espectáculos, etc.

Se sabe que el movimiento de inversiones activa la economía regional y nacional, con inversiones consecuentes en las áreas comerciales y agropecuarias. Esto tiene como resultado la generación de impuestos, aspecto importante para la actividad gubernamental, ya que podrán aumentarse los presupuestos en favor de la población local, regional o nacional, pues necesariamente mejorarán las infraestructuras, con lo cual se beneficiarán no sólo los visitantes, sino también los residentes locales mediante una acción multiplicadora que fomentará más turismo, lo que a su vez tenderá a nivelar la balanza comercial, esto último aumentará el ingreso nacional; creará empleos; distribuirá el ingreso *per capita*; estimulará inversiones; volverá a generar impuestos y así sucesivamente.

Al desplazarse, el turista lleva consigo, adicional a su equipaje, una carga no material, que consiste en una cierta parte su país o región; sus ideas, costumbres, idioma, expresiones y todo un modo de ser, que está dispuesto a intercambiar, si es posible, con los habitantes del país o región visitada.

Este intercambio produce consecuencias socioculturales muy significativas, pues repercuten tanto en el turista como en el habitante de la comunidad local.

El turista, al sentir la repercusión de otras culturas, más o menos avanzadas que la suya, propicia un mejor conocimiento de su realidad, de su nivel cultural, y posiblemente despierte su interés por un mejoramiento personal: aprender un idioma, estudiar la historia de otros pueblos, comprender el arte antiguo o contemporáneo, etc.

Todos estos son valores culturales que adquiere o descubre el turista.

De manera similar el habitante de la región visitada recibe la repercusión de otras culturas que posiblemente afecten sus ideas y sus costumbres, sobre todo si son habitantes de centros particularmente dedicados al turismo.

El contacto con la gente que viaja estimula la movilidad social, ya que las personas siempre aspiran a una clase social superior.

Por el contacto con servicios turísticos más sofisticados, por el desarrollo económico regional o de la comunidad, por el avance industrial y comercial, se crean las condiciones para la movilidad, aun en los sustratos de una misma clase social.

A esto coadyuva el hecho de que las personas en contacto con el turismo tienen mayores ingresos, lo que estimula el ahorro.

Al crecer los desarrollos turísticos, éstos se modernizan, se urbanizan y se industrializan, desplazando a la xenofobia; por lo tanto, la sociedad local se vuelve más cosmopolita e internacional.

En muchos países las culturas prevalecen y se conservan gracias al turismo, por ejemplo las danzas regionales que despiertan el interés de los turistas. De no ser por esta razón se perderían como ha sucedido con tantas otras manifestaciones culturales.

Asimismo, muchas zonas, particularmente las arqueológicas, son conservadas y mejoradas gracias al dinero turístico, un caso especial es el de los espectáculos de luz y sonido, que enriquecen ciertos atractivos turísticos de tipo histórico.

Por otra parte, también vemos que los turistas, durante el tiempo de viaje, exigen y adquieren bienes y servicios que corresponden a clases sociales más altas y durante ese tiempo desarrollan pautas de comportamiento que no tienen en su residencia habitual.

Así explica esto Héctor Manuel Romero:

“El sujeto que vacaciona se despoja de su personalidad habitual, viste distinto, consume una dieta diferente y deja de acatar las fórmulas sociales que norman su vida cotidiana. Las manifestaciones más notables de su ser se humanizan con la alegría, el movimiento, la risa y el descanso”.³⁶

El turismo tiene un costo social, en mayor o menor grado, a causa de los efectos negativos que produce su explotación y desarrollo.

El turismo al manifestarse, descubre y hace uso de la naturaleza: playas, bosques, ríos y lagos son fácilmente deteriorados por la acción destructora y contaminadora del hombre en general, y del hombre- turista en particular. Normalmente en los destinos turísticos, donde los servicios de la infraestructura son libres, hay siempre un consumo excesivo de recursos.

Agua y energía de todos tipos se desperdician con facilidad, en detrimento de otras comunidades para las cuales estos elementos son vitales.

Puede haber también transposición de culturas y tradiciones, con la consiguiente pérdida de identidad local o nacional, produciendo una xenofobia injustificada.

³⁶ ROMERO, Héctor. Socio psicología del turismo. Editorial Daimon. México Distrito Federal 1999. Pág. 76.

Sin embargo, estos costos sociales pueden ser mínimos mediante una acción racional de la autoridad gubernamental turística: primero, con una política de protección a la naturaleza y al ambiente, en beneficio de quienes desean disfrutarla, y como protección a la salud general, y segundo, a través de una planeación adecuada a un desarrollo paulatino que incluya la sensibilización de la sociedad para comprender la relación de estos costos sociales con los beneficios socioeconómicos que el turismo puede reportar en el futuro.

Esto requiere de un programa de concientización en todos los niveles, comenzando con la educación primaria y finalizando con la educación del turista.

Cuando los costos sociales son altos, como puede suceder en ciertas localidades, entonces el turismo debe suprimirse, pues sus beneficios son pocos en comparación con el daño social, ecológico y cultural que puede producir.

De cualquier manera, en el turismo también debe entrar la función y el deber del filósofo para que, como dijo el pensador Marcel, *se defienda al hombre contra sí mismo y contra la tentación hacia la "inhumanidad" a la cual sucumben tantos hombres (y tantas empresas añado yo) casi sin notarlos.*

Estoy convencido de que el turismo es un camino para derribar las barreras que el hombre levanta contra sus semejantes.

El turismo ocupa un lugar destacado dentro de las actividades terciarias o de servicios, tanto como fuente de empleo como generador de divisas; es por ello que se debe estudiar el turismo y su regulación jurídica; su estudio resulta importante dado que sus efectos se registran en la balanza de pagos y su función es de integración social.

Además, el turismo constituye un factor fundamental de identidad nacionalista que propicia el entendimiento cultural interno y mejora las relaciones del país con la comunidad internacional.

El derecho económico y social se aplica a la reglamentación del turismo, porque éste forma parte de la balanza de pagos.

En opinión de Raymond Barre, al hablar de las relaciones económicas internacionales dice:

“La contabilidad nacional de un país no puede ignorar los aspectos internacionales de la actividad económica de

este país, tanto desde el punto de vista del capital, como el de la renta nacional".³⁷

La balanza de pagos de un país es el documento contable que suministra las transacciones económicas que han sido realizadas durante un periodo dado, generalmente un año.

En este contexto podemos afirmar que la reglamentación no atiende a un fin y a un fenómeno moderno, económico o cultural de carácter colectivo.

La actividad turística, conocida también como "industria sin chimeneas", se ha convertido para muchos países en uno de los capítulos importantes de su balanza de pagos, ya que las erogaciones que hacen los viajeros constituyen una entrada de divisas que benefician su economía nacional.

Entre estos beneficios, cabe destacar el referente a que el país visitado explota una riqueza que no se menoscaba nunca, pues el turista a cambio de su dinero recibe principalmente la oportunidad de conocer una urbe, admirar y recrearse en un museo, bienes éstos que en general no experimentan ningún desgaste económico directo.

Las riquezas turísticas son patrimonio de un pueblo que habita un territorio y se da un gobierno para que entre

³⁷ Autor citado por BÁEZ MARTÍNEZ ROBERTO. Derecho Económico. Oxford University Press. México Distrito Federal 200. 5ª. Edición. Pág. 118.

sus funciones administre esas riquezas de lo cual necesariamente debe responder, proveyendo a impulsar las corrientes turísticas, ya sea con criterios sociales internos de integración nacional (turismo interno) o atrayendo: a turistas extranjeros con campañas de publicidad y protegiendo una estancia tranquila y racional que debe garantizar en los lugares de servicios turísticos.

Así, el Estado debe ejercer una facultad de policía administrativa que oriente y controle a los prestadores de servicios, que no sólo deben actuar con criterios lucrativos, o sea, la fiscalización hotelera, de transportes y centros de diversión, la fijación de precios estables y normales, la observancia de normas de higiene, salud y ecología la conservación de los lugares turísticos y otras.

Pero a esa función fiscalizadora los estados agregan la tarea de ejecutar inversiones en infraestructura, alentando a los sectores social y privado y señalando regiones prioritarias para diversificar la explotación de un recurso renovable de enorme impacto en todo el sistema económico.

El turismo es una actividad económica que ha motivado una legislación de jurisdicción nacional y extranjera, que es una de las características del derecho económico.

Se define como *turista* aquella persona que con fines de recreación, salud o descanso, se traslada de un lugar a otro para realizar actividades turísticas, culturales o

deportivas no remuneradas, ni lucrativas, con temporalidad máxima de seis meses improrrogables.

Al respecto, la Ley Federal de Turismo, define como turista a la persona que viaja trasladándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual o que utilice alguno de los servicios turísticos.

México, al igual que Brasil y Perú, es uno de los países con mayor atractivo turístico en América latina, situación que lo ha llevado a desplegar una política turística diversificada que conjuga varios aspectos: descentralización de polos turísticos, captación de divisas, creación de empleos directos e indirectos, fomento a artesanos y artistas regionales.

Actualmente, la Secretaría de Turismo tiene registrados un gran número de hoteles, de los cuales 40% pertenecen a cadenas hoteleras extranjeras y 60% pertenecen a cadenas hoteleras nacionales.

Dados los atractivos naturales y culturales de México, que ya se han señalado y además, debido a la creación de una considerable infraestructura turística, porque para corregir ciertos aspectos de desorganización en el fomento al turismo extranjero y para elevar la posición competitiva del país con relación a otras zonas en otros países, atractivas para el turismo internacional, se crearon nuevas zonas de atracción turística de gran volumen: en el litoral del caribe, frente a las costas de

Quintana Roo, en el litoral del pacífico, en los Estados de Guerrero, Michoacán, Jalisco y Colima, y en el litoral del Golfo de California.

México fue recibiendo un número creciente de turistas cuyo gasto representó un ingreso continuo de divisas que nos han servido para impulsar nuestro desarrollo económico.

Puede afirmarse que el turismo es un fenómeno contemporáneo en el mundo, cierto es que el hombre ha viajado siempre, es más, la primitiva historia de los grupos humanos nos presenta a éstos, como nómadas y solo después de una evolución social más o menos larga y según los lugares y los conglomerados humanos, se hacen sedentarios, y aún después de tener un lugar habitual de vida, por múltiples causas el hombre se traslada de un sitio a otro.

Sin embargo hemos afirmado que el turismo es un fenómeno de nuestra vida actual.

Por una parte hemos afirmado que el turismo es un fenómeno de nuestra vida actual y por otra, hemos dicho que el hombre siempre se traslada de un sitio a otro.

Desde luego que no, ya que Turismo y Viajes no son palabras sinónimas, aunque el turista viaje y a veces ese viajero sea turista.

Viajeros, a no dudarlo fueron aquellos primitivos fenicios que impulsados por su vocación de comerciantes surcaron la cuenca del Mediterráneo.

De modo semejante hallan ese mar los hombres de la Grecia Antigua.

Los romanos que dieron unidad política al mundo antiguo y sus legiones cruzaron de Este a Oeste y de Norte a Sur el Continente Europeo, teniendo como fronteras el Danubio y el Rin en el Norte, el Desierto del Sahara en el Sur, el Atlántico en el Oeste y Asia Menor en el Este y así seguimos recorriendo a grandes trazos la historia del occidente Europeo, encontraremos que también en la edad media, muy frecuentemente motivaciones religiosas (las Cruzadas, las Peregrinaciones) los hombres viajaron.

Importancia cualitativa y cuantitativa del turismo, en la balanza de pagos. La balanza de pagos de un país, es el documento contable, que suministra las transacciones económicas que han sido realizadas durante un período dado, generalmente un año, nos dice Raymond Barre: "Sabemos que este documento nos sirve hoy para informarnos de la marcha económica de un país".

Los renglones que lo forman son: primero, la compraventa de mercancías o la balanza comercial (al activo, las exportaciones; al pasivo, las importaciones), y el oro monetario; en segundo lugar, la cuenta de servicios en los que destaca la importancia del turismo, fletes y seguros

de transportes, gastos de funcionarios en el extranjero, derechos de autor, regalías cinematográficas, etcétera. Se incorporan también los desplazamientos de capital en el extranjero.

Las divisas que ingresan por los movimientos migratorios turísticos, han tenido gran importancia en el equilibrio de la balanza de pagos.

Desde luego, la salida de turistas mexicanos hacia el extranjero, debe balancearse con las divisas que se importan por los turistas extranjeros.

Los gastos de los turistas mexicanos al exterior, se pondrían en el *debe* y el de los extranjeros en México, en el *haber*. Por tales razones, los países han puesto especial atención en el fomento del turismo.

Los particulares también están interesados en estas actividades. Inicialmente, ellos contribuyeron al turismo al recibir a los turistas con simple carácter mercantil privado.

Ellos han formado asociaciones, tanto nacionales como extranjeras.

Hemos dicho que las relaciones económicas internacionales, factores proveedores de divisas extranjeras y de integración humana y cultural de los

pueblos, son las corrientes de población de inmigrantes y emigrantes transitorios que constituyen al turismo.

Es de tal importancia económica y sociológica, que cuando se evalúan los otros factores como son, la balanza comercial y el movimiento errático de capitales, en ocasiones, la provisión de divisas extranjeras por el turismo, supera a la balanza comercial.

En el turismo y el Derecho, aun cuando la actividad de los servicios del turismo ha estado en gran parte en manos de los particulares, el Estado participa debido a la necesidad de buscar el equilibrio del desarrollo económico y sociológico del país.

Así tiene que ser, máxime si tenemos en cuenta que las funciones del poder público, le lleva a coordinar disposiciones legales de diversas ramas del Derecho.

De Derecho privado en cuanto a las personas (contratos de arrendamiento o de compraventa, etc.), de derecho público en la aplicación de los artículos 33 y 34, en cuanto a la nacionalidad y normas sobre migración; de Derecho Fiscal por cuanto al pago de las tarifas de importación y exportación; de Derecho administrativo, en lo que atañe a las disposiciones de sanidad de la salud, etc.; o con la reglamentación de transportes aéreos, marítimos o terrestres.

Así también, en materia de educación, para formación de profesionales de turismo. El turismo es una actividad económica que ha motivado una legislación de jurisdicción nacional y extranjera, que es, como se ha visto, una de las características del Derecho Económico.

El Maestro Moisés Gómez Granillo y Rosa María Gutiérrez Rosas explican al respecto:

“El turismo se inicia a mediados del siglo pasado, con Inglaterra (en 1845 Thomas Cook funda la primera agencia de viajes) a la cabeza, dada su afición viajera que se remonta al siglo XVII. Con mayor intensidad en este siglo, particularmente después de la Segunda Guerra Mundial. Pero, ¿por qué ahora? Sencillamente porque después de ella las distancias se han acortado en gran escala, dado el enorme avance de los transportes, principalmente el aéreo. Todavía en los años 50 se necesitaban 24 horas o más para ir de México a Europa; hoy, mediante los modernos aviones, DC-10, 747 u otros, sólo se emplean menos de 12 horas (7 en el Concorde, México-París). Países, ciudades, playas, centros de recreo, etc., se han acortado en grado sumo, en kilometraje.

“Pero no sólo el transporte ha influido en esta corriente migratoria. También los medios masivos de información: revistas, libros, televisión, cine, etc., los cuales hablan o representan mediante imágenes lugares o regiones nunca antes conocidas (viejos o nuevos), despertando así el

interés de los grupos sociales que tienen dinero para pagar el gusto de estar en ellos.

Es pues un fenómeno moderno, de carácter colectivo, que no sólo ha de incluirse en el renglón económico, sino también en el cultural. Por estas razones, todas o casi todas las naciones, hoy, legislan sobre turismo, para facilitar su desarrollo, y no sólo al Estado le interesan, también a organismos económicos como Cámaras de Comercio, de industria, agro-industriales, artesanales, culturales o grupos afines".³⁸

Siguen explicando los autores en cita:

"Mediante el turismo, la cultura se "globaliza", es decir, se trae y se lleva entre los países visitados; hay intercambio o adopción de puntos de vista. Antes de la apertura turística en la hoy ex Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, en cuestión de música sólo se escuchaba el tipo clásico, principalmente de autores soviéticos; diez o más años después, la prioridad es la música moderna de corte occidental.

"Consideramos que la apertura turística, que tuvo lugar durante los años 70, contribuyó notablemente a este cambio. En el caso de México, el modelo cultural ha sufrido cambios gracias a la influencia del turismo

³⁸ GOMÉZ GRANILLO, Moisés y GUTIÉRREZ ROSAS, Rosa María. Op. Cit. Pág. 128.

norteamericano -que representa más de cuatro quintas partes del total que llega a nuestro país-.

Asimismo, los turistas mexicanos que pisan tierras extranjeras dan a conocer, en alguna forma, ciertos rasgos culturales nuestros.

Cierto que el aspecto cultural es importante. Pero también lo es que para algunos países, turísticos por excelencia, el aspecto económico es aún más importante. Son representativos los casos de España (en cuyo presupuesto de ingresos el turismo llegó a representar hasta más de las dos terceras partes del mismo), Italia, Francia, Grecia, Inglaterra, Alemania, etc., entre otros países europeos; Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Perú, etc., en América. Asia también tiene un lugar muy importante en la materia: India (a la cabeza), Japón, China, países del sureste, Israel, lo que fue la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (hoy CEI), etc. En África, Marruecos y Egipto son los más visitados. En Oceanía, Australia y Nueva Zelanda".³⁹

Concluye lo explicado por los autores:

"Ahora bien, ¿por qué el interés de los países con recursos turísticos para atraer turistas? Sencillamente porque el turismo es una actividad -terciaria, dicen los economistas- que genera divisas (sobre todo dólares), es

³⁹ Ídem. Págs. 128 y 129.

decir, que permite al país visitado contar con recursos adicionales a los originados en el mismo, cuyo destino es variado: en el presupuesto nacional, en la creación o ampliación de infraestructura turística (la cual crea empleos, cuyo número es mayor a medida que los recursos financieros son mayores), a financiar las importaciones o a la amortización de la deuda pública interna o externa.

“La Balanza de Pagos, registra las operaciones internacionales en el renglón expresamente destinado a ello, llamado así "turismo", y cuyo monto varía de acuerdo con el número de visitantes y también con la cantidad que cada turista gasta en el país”.

“¿En qué gasta el turista extranjero sus dólares? Generalmente en alojamiento, comida, transportes, esparcimiento. Pero también compra artículos nacionales, principalmente artesanías, lo que convierte a esta compra en una exportación invisible, la cual se califica como la más segura, la menos costosa y la más rápida. Pero el turista nacional, el que viaja dentro de las fronteras del país, también contribuye a la expansión económica del mismo, mediante las compras que realiza, ayudando, por tanto, al desarrollo económico de las distintas regiones nacionales.

Las divisas, que generan los movimientos turísticos, tienen una gran importancia en la economía de un país, pero para que influyan en ésta es menester que la balanza

de turismo sea favorable, es decir, que las divisas que ingresen sean en mayor cantidad que las que salgan por el mismo concepto; dicho de otra manera: Que los gastos de turistas nacionales en el extranjero sean menores que los gastos de turistas que visiten el país, caso contrario, el turismo no tiene significación económica. Si salen más divisas de las que entran, la balanza turística se vuelve desfavorable. México necesita turística favorable".⁴⁰

En la citada obra *El Empleo en el Sector Turístico de México* se lee que:

"Entre 1990 y 2000, la actividad turística se ha consolidado como una de las principales fuentes generadoras de divisas para el país, al captar durante el periodo, ingresos superiores a los 73 mil millones de dólares, resultado de recibir a más de 204 millones de turistas. Asimismo, en el periodo comprendido de 1993 a 2000, el Producto Interno Bruto (PIB) del Turismo representó en promedio el 8.3% del total nacional. Destacan por su aportación algunas actividades como el transporte (2.5%), restaurantes y bares (2.0%), alojamiento (1.1%), comercio (1.0%) y la producción artesanal (0.9%, incluida en la industria manufacturera); contribuyendo en conjunto con el 7.5% del PIB total.

"El conjunto de bienes y servicios que realizan los turistas, tanto residentes en México como en el

⁴⁰ Ídem. Págs. 129 y 130.

extranjero, constituye un mercado de enorme importancia para muchos sectores.

De esta manera, en el lapso de 1993 a 2000, los restaurantes y hoteles presentan una importancia económica significativa, pues el 52.1% de esta actividad se destinó al turismo; el 29.0% del lado del transporte, lo mismo que el 18% de los servicios de esparcimiento. Destaca también la aportación de la demanda turística a la industria manufacturera, que fue del orden de 7.5%, principalmente por la producción artesanal.⁴¹

IV.4 INDEPENDENCIA ECONÓMICA.

La dependencia, subordinación económica y tecnológica que sufren los países subdesarrollados respecto de los industrializados.

A finales de la década de 1950, la Comisión Económica para América Latina realizó diversas investigaciones para explicar el subdesarrollo económico y social que experimentaban numerosos países. De allí surgió la 'teoría de la dependencia', subordinación de los países 'periféricos' (naciones históricamente explotadas desde que constituían las colonias de las grandes metrópolis) a los países 'centrales' (los más industrializados).

⁴¹ El empleo en el Sector Turístico de México. Secretaría de Turismo. México Distrito Federal 2007. Pág.3.

Se afirmaba que la actividad exportadora de materias primas baratas era correspondida con una actividad importadora de bienes manufacturados caros.

La necesidad de importar tecnología para producir localmente los bienes indispensables para satisfacer a los mercados emergentes, y llegar así a un sistema de autogestión, se tradujo en la adquisición de una enorme deuda pública surgida de los préstamos a los que se vieron forzados a acudir los países subdesarrollados para comprar los productos más indispensables.

En todo este proceso intervienen además los intereses de las grandes empresas multinacionales que dominan el comercio internacional mediante el control de los precios de las materias primas básicas y la gestión de organismos como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Es indiscutible que el manejo adecuado de nuestras riquezas turísticas hace tiempo nos hubiera acercado a la independencia económica sin embargo la misma no llega, y a efecto de confirmar lo que señalo, cito a continuación la amplia panorámica que el autor Jorge Witker ofrece respecto a la actividad turística y su regulación jurídica, en los siguientes términos;

“Dentro de las actividades terciarias o de servicios, el turismo ocupa un lugar destacado tanto como fuente de empleos como de generador de divisas. Más aún, el turismo constituye un factor fundamental de identidad

nacionalista que propicia el entendimiento cultural interno y mejora las relaciones del país en la comunidad internacional.

“La actividad turística, conocida también como "industria sin chimeneas", se ha convertido para muchos países, en uno de los capítulos importantes de su balanza de pagos, ya que las erogaciones que hacen los viajeros extranjeros constituyen una entrada de divisas que benefician su economía nacional. Entre estos beneficios cabe destacar el referente a que el país visitado explota una riqueza que no se menoscaba nunca, pues el turista a cambio de su dinero, recibe principalmente la oportunidad de conocer una urbe, admirar una ruina arqueológica o recrearse en un museo, bienes éstos que en general no experimentan ningún desgaste económico directo”.⁴²

Aun cuando suene redundante, los mexicanos nos hemos encargado de terminar con diversas riquezas naturales entre ellas lagos, ríos y cascadas, mismas que han sido contaminadas por el hombre.

Sigue explicando el autor:

“Las riquezas turísticas son patrimonio de un pueblo que habita un territorio y la administración de ellas debe

⁴² WITKER, Jorge. Derecho Económico. Colección Textos Jurídicos Universitarios. México Distrito Federal 1985. Pág. 322.

necesariamente corresponder al Estado, quien debe proveer el impulso de las corrientes turísticas, ya sea con criterios sociales internos de integración nacional (turismo interno) o atrayendo a turistas extranjeros con campañas de publicidad y protegiendo una estancia tranquila y racional en los lugares de servicios turísticos. Es decir, el Estado debe ejercer una facultad de policía administrativa, que oriente y controle a los prestadores de servicios, mismos que no sólo deben actuar con criterios exclusivamente lucrativos.

Esto es, la fiscalización de hoteles, transportes y centros de diversión, la fijación de precios estables y normales, la observancia de normas de higiene, salud y ecológicas, la conservación de los lugares turísticos, etc., son funciones que en todo Estado moderno las realiza el Estado en el ámbito global de intervención administrativa-económica".⁴³

El patrimonio turístico también lo hemos dilapidado y para ello basta señalar el grave peligro en el que se encuentran las pirámides de Teotihuacan por el uso irracional que se hace de las mismas.

El autor en cita explica que a esa función fiscalizadora, los Estados agregan la tarea de ejecutar inversiones en infraestructura, alentando a los sectores social y privado y señalando regiones prioritarias para diversificar la

⁴³ Ídem. Págs. 322 y 323.

explotación de un recurso renovable de enorme impacto en todo el sistema económico

México, junto a Brasil y Perú, -según Witker- es uno de los países con mayor atractivo turístico en América Latina, situación que lo ha llevado a desplegar una política turística diversificada que conjuga varios aspectos. Descentralización de polos turísticos, captación de divisas, creación de empleos directos e indirectos, fomento a artesanos y artistas regionales.

En 1983 la balanza comercial turística fue favorable con mil doscientos millones de dólares; los visitantes interiores llegaron durante el año pasado a la cifra récord de cuatro millones setecientos dieciocho mil y por cada mexicano que actualmente viaja al exterior, el país recibe 2.7 visitantes. A estas fechas la Secretaría de Turismo tiene registrados cinco mil establecimientos hoteleros con cerca de 230 mil habitaciones. De ellos un cuarenta por ciento pertenecen a cadenas hoteleras extranjeras (Holiday Inn, Ramada Inn, Marriot, Fiesta Americana) y un sesenta por ciento pertenecen a cadenas hoteleras nacionales (Continental, Nacional Hotelera, Rivera del Sol, Aristos, Real de Minas, etc.).⁴⁴

La importancia de la actividad turística y su efecto multiplicador es destacada en el "Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988" que señala:

⁴⁴ Ídem. Pág. 323.

"La estrecha relación que guarda la actividad turística con otros sectores productivos, ha permitido que algunas de las ramas de la economía tan importantes como la construcción, el transporte, el comercio, las artesanías y la industria de los alimentos, hayan resultado beneficiados con la compra y venta de bienes y servicios vinculados con las actividades recreativas."⁴⁵

Por la trascendencia que apunta dicho documento en la rama turística nacional nos permitimos reproducir algunos puntos al respecto.

En cuanto al diagnóstico el Plan señala:

"Se ha observado una concentración geográfica en las zonas turísticas de playas y en las principales ciudades de interés histórico y cultural, que corresponde a esquemas de preferencia de las comentes turísticas del exterior y a modalidades del mercado interno. Esto ha propiciado una escasez de oferta con características diferentes para atender otros segmentos del mercado y para aprovechar el gran potencial turístico en la totalidad del territorio nacional".⁴⁶

Siguiendo la propia metodología del Plan, pasaremos a reseñar los propósitos, los lineamientos de estrategia, las líneas de acción, para cerrar el capítulo comentando la recientemente aprobada Ley Federal de Turismo y de paso

⁴⁵ Loc. Cit. Pág. 323.

⁴⁶ citado por WITKER, Jorge. Op. Cit. Pág. 323.

mencionar el conjunto de disposiciones jurídicas que aplica la Secretaria de Turismo, organismo centralizador de la actual política turística en el contexto del multicitado Plan Nacional de Desarrollo.

La política turística tiene como propósito esencial de corto plazo contribuir a la solución de los problemas nacionales, mediante la captación de divisas y la generación de empleos, en tanto que la consolidación de ambos aspectos en el mediano y largo plazos, deberá fortalecer la posición estratégica del sector en el desarrollo nacional.

Promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país, mediante el fomento al turismo recreativo dirigido a los estratos de población con ingresos medios y bajos.

Contribuir al desarrollo equilibrado entre regiones y al fortalecimiento de la identidad nacional, mediante la promoción de la cultura y los valores del país.

Ampliar, diversificar y consolidar la demanda externa mediante la incursión de nuevos mercados y segmentos de consumo.

Fortalecer el turismo interno y en especial el turismo social.

Fomentar el mejor y más amplio aprovechamiento del potencial turístico nacional.

Ampliar, diversificar y elevar la calidad de la oferta turística nacional.

La estrategia general del sector se basa en el uso intensivo y eficiente de la capacidad instalada, la implantación de una política de precios que permita mantener la competitividad en el mercado internacional e incrementar la demanda interna, y la asignación óptima de los recursos financieros.

El uso eficiente e intensivo de la planta turística facilitará la implantación de una política que permita mantener el flujo de la demanda externa y la reactivación del consumo turístico de los nacionales.

La asignación de los recursos del sector se orientará hacia la promoción de la demanda externa, el mantenimiento de las instalaciones y equipo y la apertura de nuevas áreas de esparcimiento, que sean altamente competitivas.

Asimismo, deberá orientarse hacia la satisfacción de las necesidades del turismo interno, desarrollando la infraestructura y los servicios apropiados que permitan el acceso de los diversos estratos de la población.

La incorporación de técnicas de producción, intensivas en mano de obra, permitirán, además de la generación de empleos, la personalización de los servicios turísticos y su consecuente impacto favorable sobre la demanda externa.

La elevación de la calidad en los servicios turísticos será el otro factor clave de la consolidación del mercado.

La diversificación de los mercados es necesaria porque permite la estructuración de un sector más independiente de las fluctuaciones económicas y políticas del exterior. La apertura hacia grupos de demanda distintos a los que consumen servicios de playa, facilitará la explotación racional del potencial turístico y contribuirá al equilibrio del desarrollo regional, mediante el aprovechamiento de los atractivos localizados en el interior del país.

Para hacer más productivo al sector turístico y mejorar la calidad de los servicios que ofrece, se precisa elevar la capacitación de los recursos humanos y el grado de integración de la oferta, considerando los distintos niveles de ingreso de la población. A su vez, la instrumentación de ambas medidas permitirá cumplir paralelamente con el objetivo de fortalecer la demanda interna, especialmente la del turismo social".⁴⁷

Cité expresamente este añejo Plan Nacional de Desarrollo en virtud de que a 25 años de su publicación el turismo en nuestro país es una actividad subdesarrollada y por ello no le ha servido a México para lograr su independencia económica real.

⁴⁷ citado por WITKER, Jorge. Op. Cit. Págs. 324 y 325.

CONCLUSIONES.

PRIMERA.- El turismo gracias a la globalización actual, es fundamental para fomentar el desarrollo integral de los países del mundo actual y nuestro país debe aprovechar tal situación y mejorar efectivamente su oferta turística.

SEGUNDA.- En nuestro país, existen planes turístico ambiciosos, empero irrealizables, por esta el turismo no ha sido la vía idónea para lograr un desarrollo económico integral.

TERCERA.- El turismo en nuestro país genera un importante número de empleos, razón por la cual los empleados de dicho sector están obligados a trabajar a plenitud.

CUARTA.- Es evidente que a nuestra actividad turística, tiene planes en abundancia por parte de la Administración Pública Federal y a ella le corresponde hacerlos realidad, pues como sabemos en México existen planes para todo y los logros en muchos rubros entre ellos el turístico, son realmente incipientes.

QUINTA.- A todos los mexicanos, autoridad y gobernados, nos corresponde cuidar nuestras riquezas turísticas, a efecto de que les sea interesante a los turistas nacionales y extranjeros visitar nuestro país.

SEXTA.- La planeación que en materia turística, se debe dirigir a cubrir inicialmente el mercado interno, pues para nadie es un secreto que resulta más económico viajar de la Ciudad de México a La Habana Cuba una Semana, que viajar a Cancún de la Ciudad de México.

SÉPTIMA.- Las divisas que se obtienen en materia turística en México, son importantes, sin embargo serán abundantes en la medida que mejoremos como prestadores de servicios turísticos.

OCTAVA.- El empleo dentro de la rama turística se ha convertido en un rubro importante dentro de la productividad laboral y debe aumentar la participación de mexicanos preparados en este sector.

NOVENA.- En el extranjero no tenemos la mejor imagen, por ello debemos trabajar los mexicanos para vivir con mas tranquilidad y volver a ser un destino turístico que realmente compita con países importantes en esta materia.

DECIMA.- El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 se orienta a los temas específicos relacionados con el turismo nacional e internacional, igualmente aspira al crecimiento económico; nivel de ingreso; empleo; competitividad; infraestructura; equidad entre regiones e igualdad de género, cuestiones con un alto contenido económico y social y hacia tan altos objetivos deben

dirigir su actividad gobernantes y gobernados que participen en la actividad turística.

BIBLIOGRAFÍA.

ACOSTA ROMERO, MIGUEL. Segundo Curso de Derecho Administrativo. Editorial Porrúa. México Distrito Federal 1989.

BÁEZ MARTÍNEZ ROBERTO. Derecho Económico. Oxford University Press. México Distrito Federal 200. 5ª. Edición.

BOULLÓN, Roberto. Planeación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México Distrito Federal 1990.

CÁRDENAS TABARES, Fabio. Comercialización del Turismo. Editorial Trillas. México Distrito Federal 1996.

DE LA TORRE PADILLA, Óscar. El Turismo Fenómeno Social. Fondo de Cultura Económica. México Distrito Federal 1999.

FERNÁNDEZ FUSTER, Luis. Derecho Turístico. Editorial Reus. Madrid España 1978.

GOMÉZ GRANILLO, Moisés y GUTIÉRREZ ROSAS, Rosa María. Introducción al Derecho Económico. Editorial Esfinge. México Distrito Federal 2000. primera reimpresión.

GONZÁLEZ ALPUCHE, Rafael. Temática y Legislación Turística. Asociación Nacional de Abogados. México Distrito Federal 1998.

GURRÍA DI-BELLA, Manuel. Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México Distrito Federal 2000.

HERRERÍAS, Armando. Una visión al futuro turístico. Editorial Consejo Nacional de Turismo. México Distrito Federal 1969.

LUNDBERG, Donald. El negocio del Turismo. Editorial Diana. México Distrito Federal 1999.

PÉREZ BONNIN, Enrique. Tratado Elemental de Derecho Turístico. Editorial Daimon. México Distrito Federal 1998.

RECASÉNS SICHES, Luis. Introducción al Estudio del Derecho. Editorial Porrúa. México Distrito Federal 1998. 12ª. Edición.

ROMERO, Héctor. Sociopsicología del turismo. Editorial Daimon. México Distrito Federal 1999.

VILLASEÑOR DÁVALOS, José Luis. Derecho Turístico Mexicano. Editorial Harla. México Distrito Federal 1999.

WITKER, Jorge. Derecho Económico. Colección Textos Jurídicos Universitarios. México Distrito Federal 1985.

LEGISLACIÓN.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

LEY FEDERAL DE TURISMO.

DIVERSOS.

EL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE MÉXICO. SECRETARÍA DE TURISMO. MÉXICO DISTRITO FEDERAL 2007.

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012. SECRETARÍA DE TURISMO MÉXICO 2007.