

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



ASPECTOS IMPORTANTES DE LA INDUSTRIA  
TURISTICA EN MEXICO

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

AREA DE PROMOCION Y DESARROLLO

Que Para Obtener el Título de  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r e s e n t a

SERGIO ALEJANDRO MORATO GARCIA

DIRECTOR DEL SEMINARIO:

C. P. Y L. A. E. ROBERTO HERRERA VARGAS

México, D. F.

8772

1977



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

A. mis padres  
Juan Morató y Ma. Antonieta  
García de Morató con todo -  
mi respeto, cariño y admira-  
ción; por haber hecho de mí  
un hombre de bien gracias a  
los consejos y principios -  
que supieron inculcarme.

A todos mis maestros  
con el respeto que se  
merecen y mi más pro-  
fundo agradecimiento  
por sus enseñanzas.

A mis hermanos:  
Montserrat, Marcos  
y Juan Carlos con  
todo cariño.

A Gaby con todo mi amor

A mis hermanos:  
Montserrat, Marcos  
y Juan Carlos con  
todo cariño.

A Gaby con todo mi amor

A todas las personas  
que de una u otra for  
ma ayudaron a la rea-  
lización de este tra-  
bajo y muy especial--  
mente al Lic. y C.P.  
Roberto Herrera Vargas  
asesor de este semina-  
rio.

A la U.N.A.M.

Al H. Jurado



"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

# I N D I C E

PROLOGO .....	I
CAPITULO I	
1.- ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO .....	1
1.1 Concepto de turismo .....	6
1.2 Objetivos que persigue el turismo ...	7
1.3 Estadísticas .....	8
CAPITULO II	
2.- ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO .....	14
2.1 Organismos gubernamentales .....	16
2.2 Iniciativa privada .....	22
CAPITULO III	
3.- ATRACTIVOS TURISTICOS .....	26
3.1 Culturales .....	28
3.2 Naturales .....	37
3.3 Recreativos .....	39

CAPITULO IV

4.- ASPECTO ECONOMICO ..... 49

4.1 Importancia del turismo en la  
economía nacional ..... 49

4.2 Distribución del peso turístico ..... 52

4.3 Fuentes de Financiamiento ..... 54

CAPITULO V

5.- ASPECTO PROMOCIONAL ..... 67

5.1 Concepto e importancia de la  
promoción ..... 67

5.2 Actuación de los organismos  
públicos y privados ..... 70

5.3 Promoción pública y privada  
del turismo ..... 75

CAPITULO VI

6.- ASPECTO LEGAL ..... 78

6.1 Su importancia ..... 78

6.2 Leyes y reglamentos que regulan  
el turismo en México ..... 79

6.3 Organismos encargados del control  
legal ..... 86

CONCLUSIONES ..... 89

BIBLIOGRAFIA ..... 92

## PROLOGO

Desde el inicio de mis estudios profesionales se ha ido arraigando en mí la inquietud de analizar los aspectos, que considero más importantes dentro de la industria turística en México; cuya importancia aumenta día a día dentro de la creciente actividad económica de nuestro país.

En la actualidad, somos testigos de la constante y acelerada transformación que en materia de turismo presenta el país y de los esfuerzos que realizan tanto el gobierno con las instituciones y organismos abocados a esta industria, como por parte del sector privado, integrado por toda la población que interviene en esta actividad económica; dichos esfuerzos tendientes a ofrecer mejores servicios y a mostrar una imagen al mundo de los recursos con que cuenta México en tan importante renglón como es el turismo.

Considero que el turismo presenta grandes perspectivas para el Licenciado en Administración; principalmente en el área de promoción, donde encuentra un campo de acción propio para el desarrollo de su profesión y con lo cual puede contribuir grandemente al crecimiento integral de esta importante industria y por consiguiente al del país mismo.

Es mi propósito presentar un panorama comprensible de los factores que intervienen en el funcionamiento de la industria turística, que como ya expuse anteriormente, considero los más importantes. Algunos se presentan en forma general pero procurando no desvirtuar su esencia; abriendo así, nuevos horizontes a futuras investigaciones específicas de dichos aspectos.

C A P I T U L O I

" ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO "

## "ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO"

Labor paciente y dilatada sería la de intentar hacer la historia de la Industria Turística en México. Los datos que servirían para dar una idea más o menos satisfactoria del desarrollo de esta industria en nuestro país tendrían que buscarse trabajosamente en muy diversas fuentes.

El 10. de diciembre de 1525, es decir cuatro años después de la toma de la Ciudad de México, se presentó Pedro -- Hernández Paniagua solicitando licencia para establecer un mesón en dicha ciudad, en la que se llamó desde entonces calle de Mesones. Hay indicios de que ya existían otros mesones en el país, como el de San Juan, de la Villa Rica, y otro, San José, de Perote, el de la Campana, el Sol, la Luna, y otros tantos que deben haberse ido estableciendo a lo largo de los caminos que se fueron construyendo a partir de la consumación de la Conquista. Ya desde entonces las autoridades tenían que dictar medidas para regular su funcionamiento.

En los últimos años de la Colonia, los caminos principales eran el de México-Acapulco, por Chilpancingo; el de la capital iba a Guatemala, por Oaxaca; y el que llevaba a Durango y a Santa Fé de Nuevo México, llamado "El Camino de -- Tierra Adentro"; el de México a San Luis Potosí, Monterrey, Valladolid y Guadalajara, puede considerarse que era ramificación del Camino Real de las provincias internas. En todos ellos a distancia de seis a diez leguas había posadas.

En el año de 1852 todavía en la capital existían los viejos mesones de Balvanera, de el Angel, de Santo Tomás, de el -- Chino, de Regina, de San Pedro y San Pablo, de Nuevo México, y de Santa Anna, entre los más conocidos.

Consumada la Independencia, se inició el comercio exterior y fué aumentando el flujo de visitantes extranjeros a quienes había que brindarles hospedaje. La revolución industrial creaba nuevas necesidades. Tanto en Europa como en -- América las hospederías tuvieron que ir ampliando su capacidad de servicio y en todo el mundo adoptaron el nombre -- genérico de hotel ( en francés, hotel ) y fué el crecimiento de esa multitud de alberges comerciales lo que dio origen a lo que actualmente es la industria hotelera, una de las -- principales industrias con que cuenta el turismo.

En México, al extenderse la comunicación ferroviaria, -- los mesones fueron desapareciendo y los que permanecían -- prestaban servicio a gente de muy reducidos recursos económicos. Casas señoriales, amplias y cómodas en su época, algunas de ellas con tradición histórica, fueron convertidas en hoteles, como la situada en la esquina de la Avenida -- Independencia y San Juan de Letrán, donde estuvo el hotel Jardín, hasta la segunda década de este siglo.

He aquí una cronología bastante somera de los establecimientos que empezaron a prestar servicios desde que comenzó este siglo:

- a) El Hotel Palacio, inaugurado en el año de 1903.
- b) El Hotel Terminal, de Veracruz, en 1910.
- c) El Hotel Imperial que contaba con 90 cuartos, muy-celebrado a raíz del centenario del grito de la Independencia por su novedosa construcción.



- d) El Hotel Geneva, con 250 cuartos, conocido popularmente como Hotel Génova.
- e) El Hotel Regis, el más moderno en su tiempo, y entonces el más moderno en la capital de la República.
- f) El Hotel Mancera, construido al estilo colonial.
- g) Con muy cuantiosa inversión, se inició en 1908 la -- construcción del Hotel Ancira de Monterrey, con capacidad de 73 cuartos.
- h) En Guadalajara se construyeron el Hotel Fénix y el Hotel San Francisco; en Tampico el Hotel Imperial y el Hotel Rivera.

En México, la conmoción política y social producida por la Revolución de 1910 no fue nada favorable al desarrollo de la apenas naciente industria turística. El encono de la contienda armada redujo al mínimo la entrada al país de visitantes extranjeros. Al terminar la guerra europea de 1914, mejoró bastante la situación general en México, ya en el año de 1921 hubo alguna afluencia de viajeros a la República, especialmente norteamericanos de los que, muchos eran huéspedes del gobierno; también llegaban comerciantes y personas en viaje de recreo. La situación económica no era mala y las esperanzas de que adviniera una época de tranquilidad y prosperidad eran muy grandes. Así se fue creando un ambiente favorable al desarrollo de la industria turística y se invirtieron sumas de consideración en la Ciudad de México, Tampico, Guadalajara, Veracruz y otros puntos importantes, en lo relativo a construcciones de nuevos hoteles y, sobre todo, en la transformación de los ya viejos.

Desafortunadamente, el escaso conocimiento que de esta industria tenían los capitalistas mexicanos hizo que ese dinero no se invirtiera con el tino suficiente, ya que con el dinero que se empleó en algunas adaptaciones de hoteles anticuados, se hubieran podido construir hoteles que llenaran todos los requisitos necesarios para establecimientos de tal índole, y con el dinero que se gastó en muchas construcciones nuevas que adolecieron fallas esenciales se habrían podido lograr hoteles inmejorables.

En este aspecto, fueron pocas las excepciones, como la del Hotel Regis, que contó con habitaciones de lujo tan cómodas, tan bien decoradas y equipadas como las de cualquier hotel norteamericano o del mundo de primer orden.

El capital extranjero, y particularmente el norteamericano, continuó a la expectativa, esperando que se consolidara la tranquilidad del país y que se estableciera una buena y próspera corriente de turismo.

Visitaron la Ciudad de México y otras importantes del país los representantes de hoteles extranjeros que hicieron estudios preliminares, examinaron sitios adecuados para la construcción de nuevos centros turísticos, pero, por algún motivo decidieron aplazar la realización de sus planes.

Quienquiera que pensase invertir provechosamente en hoteles o cualquier construcción relacionada con el turismo y contribuyendo así al fomento de la industria turística en general, debería:

- 1.- Planear inteligentemente la inversión del capital
- 2.- Asegurar el apoyo de la autoridad gubernamental
- 3.- Empezar la promoción y la publicidad adecuadas para atraer al turismo.

Y es así, como se inicia en nuestro país el desarrollo de una nueva industria, que con el tiempo llega a ser una de las principales dentro del cuadro de las industrias de servicio: "El Turismo Organizado".

## CONCEPTO DE TURISMO

De acuerdo a la importancia que reviste el turismo en nuestro país, considero necesario enunciar el concepto, que de éste, dan diversos autores.

Según el maestro Juan Gonzalez Alpuche: "es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo para emprender o al realizar y obtener su estancia legal en lugar distinto al de su radicación."

Troisi en 1942 define el turismo como: "conjunto de --- traslados temporales de las personas originados por necesidades de reposo, cura espiritual o intelectual".

El doctor Walter Hunziikiev: "conjunto de relaciones y de hechos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, en tanto que esa distancia no suponga establecer domicilio personal ni se oriente a la instalación de cualquier tipo de industria".

José Ignacio de Arrillaga lo define: "turismo es todo-desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible estos desplazamien--tos y las relaciones y hechos que entre éstas y los viaje--ros tienen lugar".

## OBJETIVOS QUE PERSIGUE EL TURISMO

De acuerdo a la clasificación que hace José Ignacio de -  
Arrillaga en su libro "Sistema de Política Turística", los -  
principales objetivos que persigue el turismo son:

1o.- Objetivo Económico

2o.- Objetivo Social

3o.- Objetivo Cultural

### Objetivo Económico

Por medio de la oferta de servicios el turismo es una -  
importante fuente de ingresos en moneda extranjera, con lo -  
cual ayuda al mejoramiento de las condiciones de vida de los  
habitantes de las localidades turísticas y de la economía del  
país mismo.

### Objetivo Social

Por medio de este objetivo, el turismo sirve de instru--  
mento adecuado para una política social, ya que a la vez que  
ofrece servicios al turista extranjero, beneficia a los mexi-  
canos para que disfruten de estos bienes turísticos.

### Objetivo Cultural

A través de este objetivo el turismo busca por medio de -  
una promoción adecuada que el turista conozca el progreso --  
continuo de nuestra cultura en todas sus manifestaciones tan-  
to históricas como artísticas a través del tiempo, y así se-  
difunda en otros países las riquezas culturales con que cuen-  
ta nuestro país.

ESTADISTICAS

Por medio de las siguientes tablas estadísticas se puede observar el incremento que ha tenido el turismo en nuestro país y las características de los turistas que visitan la República Mexicana.

## AFLUENCIA TURISTICA RECEPTIVA

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
1940	7 640	125 569	133 209
1941	7 477	165 627	173 104
1942	7 387	90 398	97 785
1943	6 667	126 905	133 572
1944	5 990	120 218	126 208
1945	8 232	156 550	164 782
1946	10 390	254 844	265 234
1947	10 301	239 756	250 057
1948	12 625	254 069	266 694
1949	16 611	306 065	322 676
1950	17 392	384 297	401 689
1951	17 624	425 458	443 082
1952	17 472	442 707	460 179
1953	19 078	420 199	439 277
1954	21 635	504 855	526 490
1955	27 474	536 726	564 200
1956	38 058	587 770	625 828
1957	47 366	614 469	661 835
1958	57 211	640 272	697 483
1959	64 788	681 606	746 394
1960	69 884	690 693	760 577
1961	84 693	718 712	803 405
1962	106 341	834 956	941 297
1963	117 322	940 496	1 057 818
1964	135 607	1 074 305	1 209 912
1965	151 791	1 198 622	1 350 413
1966	169 788	1 329 147	1 498 935
1967	183 514	1 445 436	1 628 950
1968	215 337	1 664 136	1 879 473

Año	Nacionales	Extranjeros	Total
1969	246 853	1 817 880	2 064 733
1970	264 234	1 985 925	2 250 159
1971	271 340	2 238 593	2 509 933
1972	308 045	2 604 189	2 912 234
1973	338 413	2 904 187	3 242 600
1974	369 619	2 992 607	3 362 226
1975	406 823	2 811 670	3 218 493

FUENTE: Banco de México, S.A. (Indicadores Económicos)

Puede observarse en los datos del cuadro anterior una considerable disminución del movimiento turístico en 1942, lo cual fue consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

La procedencia de los turistas extranjeros durante el año de 1975 se muestra a continuación, según datos obtenidos de la Secretaría de Gobernación:

Nacionalidad	Año de 1975	
	No. de Turistas	Porcentajes
E.U.A.	2 482 806	88.3 %
Centroamérica	97 745	3.4 %
Canadá	85 766	3.1 %
Sudamérica	70 556	2.5 %
Europa	60 259	2.2 %
Asia	8 862	0.3 %
Oceanía	5 351	0.2 %
Africa	167	0.0 %
Otros	158	0.0 %
SUMA:	<u>2 811 670</u>	<u>100.0 %</u>

Como se aprecia, de los turistas que se internan en nuestro país el mayor número procede de los Estados Unidos de Norteamérica, representando casi un 90% del turismo extranjero.

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO POR LOS TURISTAS PROCEDENTES DEL EXTRANJERO QUE VISITARON LA REPUBLICA MEXICANA

Medio de Transporte	1973	1974	1975
Automóvil	1 142 640	1 277 371	1 359 707
Avión	885 863	991 280	1 165 048
Autobus	159 502	178 179	205 767
Ferrocarril	45 252	50 191	57 963
Barco	6 895	7 529	8 694
Sin clasificar	<u>5 329</u>	<u>5 019</u>	<u>14 491</u>
TOTAL	2 245 481	2 509 569	2 811 670

FUENTE: Banco de México, S.A. (Indicadores Económicos)

De acuerdo a la estadística anterior, los medios de transporte que más se utilizaron fueron el automóvil y el avión; - los cuales transportaron el 89.8% de los turistas que recibimos durante el año de 1975.

Los turistas emplearon los siguientes medios de transporte ómnibus 205 767 (7.4%), ferrocarril 57 963 (2%), barco 8 694 (0.3%) y sin clasificar 14 491 (0.5%).



ESTANCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITARON  
LA REPUBLICA MEXICANA DURANTE 1975

Estancia (días)	Número de Turistas	%
1 - 5	1 021 785	36.34
6 - 10	788 002	28.03
11 - 15	<u>435 299</u>	<u>15.48</u>
	2 245 086	79.85
16 - 20	186 639	6.64
21 - 25	97 667	3.47
26 - 30	56 224	2.00
31 - 45	75 641	2.69
46 - 60	36 226	1.29
61 - 90	47 819	1.70
más de 90	66 368	2.36
	<u>2 811 670</u>	<u>100.00</u>

FUENTE: Banco de México, S.A. (Indicadores Económicos)

Según la estadística del Banco de México, S.A., el grupo más numeroso lo constituyen los turistas con una estancia entre uno y cinco días, los cuales en 1975 fueron 1 021 785 y que representan el 36.34% del total. Los turistas que permanecieron entre seis y diez días fueron 788 002 representando el 28.03%. Los que permanecieron entre once y quince días sumaron 435 299 representando el 15.48%.

Así los turistas cuya estancia se encuentra entre uno y quince días fueron 2 245 086 y representan el 79.85% del total de los turistas que recibimos en 1975. El 20.15% restante, o sea, 566 584 turistas permaneció en nuestro país más de dieciseis días.

Ocupación.- A continuación se presenta una tabla estadística en la cual se observa que el mayor número de turistas que nos visitaron durante 1975 tienen ocupación improductiva, incluyendo en este renglón a los menores de edad, estudiantes, personas jubiladas y las dedicadas al hogar; así el 47.2% del total de turistas tienen una ocupación improductiva 1 327 827.

Los turistas dedicados a la administración fueron 550 645 (19.6%), los profesionales y técnicos representaron el 12.6% con 353 572, los dedicados a las actividades terciarias (comerciantes y prestación de servicios) sumaron 208 665 (7.4%). El resto de los grupos representó en conjunto el 13.2% del total.

OCUPACION DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITARON  
LA REPUBLICA MEXICANA DURANTE 1975

Actividad	Número de Turistas	%
Improductiva (1)	1 327 827	47.2
Personal Administrativo	550 645	19.6
Profesionistas y técnicos	353 572	12.6
Terciaria (2)	208 665	7.4
Funcionarios, directores y propietarios	139 110	5.0
Secundaria (3)	113 027	4.0
Primaria (4)	78 250	2.8
No especificada	40 574	1.4
<b>TOTAL</b>	<b>2 811 670</b>	<b>100.0</b>

- (1) Incluye a los menores de edad, estudiantes, jubilados y personas dedicadas al hogar.
- (2) Incluye a los comerciantes y personas ocupadas en servicios y transportes.
- (3) Se refiere a los obreros y operadores.
- (4) Incluye a las personas dedicadas a la agricultura, ganadería y pesca.

FUENTE: Banco de México, S.A. (Indicadores Económicos)

C A P I T U L O   I I

" ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO "

## ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN MEXICO

La estructura de la industria turística en México se remonta al año de 1929, año en el cual se inició el establecimiento de instituciones oficiales con competencia en materia de turismo, ya que antes de este año en realidad no existía ningún organismo que se encargara de regular la actividad turística en nuestro país a nivel oficial. Así, por acuerdo de la Secretaría de Gobernación, en diciembre de 1928 se creó la Comisión Mixta Pro-Turismo, con el objeto de facilitar la entrada de visitantes procedentes del exterior mediante la coordinación de las labores administrativas y de los servicios de salubridad, migración y aduana. La Comisión Mixta estaba integrada por representantes de las dependencias del Ejecutivo y de instituciones cuya naturaleza pudiera favorecer el desarrollo del turismo en México, dichas instituciones eran el Banco de México, las instituciones bancarias y oficiales diversas, las confederaciones de industriales y comerciantes, la Asociación de Hoteleros, los Ferrocarriles Nacionales de México y las empresas privadas de transporte ferroviario y marítimo que operaban en el país. Desde este primer esfuerzo en materia de fomento oficial del turismo se advierte ya una de las características que hasta la fecha se conservan: la de procurar la conjunción de los esfuerzos públicos y privados.

A partir de 1930 se intensificó la acción del gobierno en pro del turismo pensando en los beneficios futuros para nuestro país, y en ese año se establece la Comisión Nacional

de Turismo, organismo encargado de continuar los trabajos iniciados por la Comisión Mixta, así como de promover todo lo relacionado al desarrollo de la Industria del Turismo.

Más adelante en el año de 1933, se establecen el Comité Oficial de Turismo y el Patronato de Turismo, como dependencias de la Secretaría de la Economía Nacional (actualmente - Secretaría de Industria y Comercio).

Más tarde se advirtió que las atribuciones de las diversas Comisiones, Comités y Patronatos, planteados en términos muy generales y sin la definición de instrumentos específicos para los objetivos que se perseguían, no configuraban una política consistente de fomento al turismo, y en marzo de 1961 entra en vigor el ordenamiento básico en materia de turismo, la Ley Federal de Turismo; cuyo objetivo es "regular y promover la conservación, protección, creación y aprovechamiento de los recursos turísticos de la Nación y el fomento del turismo". Y de acuerdo con este ordenamiento se crea el Departamento de Turismo.

En diciembre de 1961 es creado el Consejo Nacional de Turismo "como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades turísticas federales".

Posteriormente y de acuerdo a las políticas establecidas por el Gobierno Federal con respecto al turismo, en el año de 1975 el Departamento de Turismo es transformado en lo que hoy es la actual Secretaría de Turismo.

## ORGANISMOS GUBERNAMENTALES

Secretaría de Turismo.- De acuerdo al decreto del 31 de diciembre de 1974 publicado en el Diario Oficial de la Federación se crea la Secretaría de Turismo, misma que entra en funcionamiento el día 1o. de enero de 1975.

La Secretaría de Turismo tiene a su cargo la dirección, estudio y despacho de todos los asuntos relativos al fomento y protección del turismo; así como la creación, aprovechamiento, conservación, protección y mejoramiento de los recursos turísticos, en los términos del artículo 18 de la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado.

Las funciones y atribuciones de esta secretaría son entre otras las más importantes:

- a) Supervisar, autorizar y reglamentar los servicios turísticos.
- b) Aplicar la Ley Federal de Turismo y sus reglamentos.
- c) Proteger y conservar los recursos turísticos.
- d) Formar y mantener el Catálogo Turístico Nacional.
- e) En coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, organizar lo relativo al transporte -- cuando esté dedicado exclusivamente a turismo.
- f) Autorizar el funcionamiento y los servicios de las agencias de viajes y de los guías y choferes de turistas.

- g) Promover, dirigir y realizar la propaganda oficial - en materia de turismo, tanto en el país como en el extranjero, así como aprobar la publicidad privada que reúna las condiciones que fija la ley.
- h) Crear o autorizar escuelas y centros de capacitación y adiestramiento para guías de turistas y para el personal destinado exclusivamente o preferentemente a la prestación de servicios turísticos.
- i) Organizar las Cámaras y la Confederación de Cámaras - de Turismo.

La Secretaría de Turismo cuenta con delegaciones en todos los estados y también en el exterior.

Las actividades de promoción del turismo las desempeñan las siguientes divisiones administrativas:

- a) La Oficialía Mayor.- que se ocupa de coordinar y supervisar las actividades en materia de promoción del turismo de las otras entidades de la secretaría, y que en consulta con la Jefatura de la Secretaría, establece las políticas generales a que han de ajustarse tales actividades.
- b) La Dirección General de Delegaciones en el Extranjero.- encargada de coordinar y supervisar las actividades promocionales que realizan las delegaciones en el extranjero.



- c) La Dirección General de Información, Prensa y Publicidad.- encargada de centralizar la difusión de información en el país y, a través de las delegaciones fuera de él.
- d) La Dirección General de Promoción.- oficina encargada de llevar a la práctica las políticas de promoción establecidas por la Jefatura y la Oficialía Mayor.

El Consejo Nacional de Turismo.- Se creó como un órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades turísticas federales, cuyas actividades estarán fundamentalmente encaminadas a "la elaboración de estudios y promociones turísticas, - mediante el análisis, estimación y clasificación de los hechos, factores y circunstancias económicas y culturales que operen sobre el turismo nacional y extranjero".

Las funciones del Consejo Nacional de Turismo son:

- a) Estudiar el turismo en todos sus aspectos, fundamentalmente desde los puntos de vista económico, social y cultural, con especial referencia a sus implicaciones respecto al buen nombre de México en el extranjero.
- b) Sugerir al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Turismo, la promoción de leyes y la expedición de reglamentos y disposiciones tendientes al incremento del turismo.
- c) Elaborar un programa anual de trabajo de acuerdo con

el plan nacional de turismo, encaminado a la realización del mismo; y someterlo a la aprobación del Presidente de la República.

- d) Realizar estudios de carácter general, mediante el a nálisis, estimación y clasificación de los hechos, -- factores y circunstancias que tengan conexión con el turismo y proponer las medidas que deban tomarse para mejorar las instituciones y establecimientos relacionados con el turismo.
- e) Realizar todas las actividades que sean necesarias -- para el mejor logro de las anteriores funciones.

#### Constitución y funcionamiento del Consejo Nacional de Turismo:

El Consejo Nacional de Turismo está constituido por cin co miembros: un Presidente, un Secretario y tres Vocales, de signados todos ellos por el Presidente de la República.

Funcionará con la asistencia de cuatro de sus miembros -- por lo menos. Para el caso de empate su Presidente tendrá vo to de calidad.

#### Presupuesto y dependencia:

El Presidente de la República aprobará anualmente, por -- conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el presupuesto de gastos del Consejo, con cargo a la partida -- respectiva del presupuesto de Egresos de la Federación.

El Consejo Nacional de Turismo dependerá del Ejecutivo Federal; pero su Presidente podrá acordar con el Secretario de Turismo y tendrá permanentemente, para sus actividades en el exterior, el carácter de Embajador Extraordinario y Pleni potenciario en misión especial ante los gobiernos extranjeros.

#### Actividades y Medios de Promoción:

En 1962 el Consejo inició sus actividades de promoción en el extranjero y tuvo especial cuidado en investigar cuales eran los aspectos de México que más interesan al visitante potencial, según su lugar de procedencia, para aumentar la efectividad de la labor publicitaria y promocional.

La primera oficina de promoción se estableció en París y en la actualidad ya en Houston, Los Angeles, Nueva York, - Montreal, Bruselas, Madrid, Roma, Londres, Frankfurt y Tokio.

Los medios que utiliza el Consejo Nacional de Turismo para su labor de promoción son la distribución de folletos, - carteles y boletines de información; la inserción en revistas y periódicos de artículos sobre México; los contactos personales e invitaciones a periodistas, escritores, empresarios de agencias de viajes y de transportes aéreos y marítimos, fotógrafos, artistas, productores de documentales cinematográficos, etc.

Además se realizan conjuntamente guías de promoción en-

algunas zonas, mesas redondas, conferencias, exposiciones de artesanías, de pintura, de fotografías y de trajes típicos, exhibiciones de películas, documentales sobre México, festivales sobre México y actividades similares.

De igual manera se impulsó en 1972, un medio de publicidad altamente objetivo: la televisión. En los Estados Unidos se produjeron con películas, transparencias, música y material informativo proporcionado por el Consejo, diversos programas. Se atendió de manera principal a la publicidad de los viajes "todo pagado". En Francia, Bélgica y Alemania también se transmitieron programas a través de los canales respectivos; éstos últimos se planearon de acuerdo con los intereses del turista potencial de ese continente, a base de películas, transparencias y textos informativos sobre arqueología, arte y artesanía mexicanas.

Para el año de 1972 se prepararon 8 290 000 impresos, - que incluyen 24 tipos de folletos, 10 formas de carteles y otras piezas publicitarias. Los temas de la propaganda comprendieron ciudades importantes, áreas de interés, circuitos turísticos, arqueología, historia, artesanía, etc.

Entre otras actividades promocionales del Consejo, destacan las relaciones que éste mantiene con algunas importantes agencias de viajes internacionales. Un contacto similar se mantiene con las líneas aéreas que tienen servicios internacionales, relaciones que en ocasión han dado como fruto, - interesantes actividades conjuntas de promoción.

El Consejo Nacional de Turismo realiza también promoción en el interior del país con diversos objetivos. Una serie de concursos anuales (de artículos periodísticos, estudios o ensayos y de fotografías y transparencias a color) - tienen por objeto estimular el interés de periodistas, estudiosos y artistas por los problemas del turismo en México.

La actividad promocional del Consejo Nacional de Turismo cubre pues un ámbito mucho mayor que el de la Secretaría de Turismo y utiliza una más amplia gama de instrumentos -- promocionales. En realidad, el Consejo es la entidad pública más dinámica en el campo de la promoción del turismo extranjero en México.

Otros organismos oficiales que integran la estructura turística son: Nacional Hotelera S.A., el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR), el Fondo de Infraestructura Turística (INFRATUR) y el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, mismos organismos cuyo funcionamiento se explica en capítulos posteriores.

### INICIATIVA PRIVADA

A partir de 1929, año en el cual el turismo empieza a ser regulado oficialmente por el Estado, la iniciativa privada por medio de las diversas asociaciones civiles que agrupaban en forma ya organizada los establecimientos que --

prestaban servicios al turista, conjuntamente con el Estado inicia la colaboración para llevar a cabo el desarrollo de la industria turística nacional.

Una de las primeras asociaciones de este tipo que empezó a operar en México fue la Asociación Mexicana de Hoteles, misma que agrupaba a la gran mayoría de los hoteles -- que funcionaban en el Distrito Federal, esta asociación fue fundada por uno de los pioneros del turismo en México, Don-Lucas de Palacio.

Para el mejor entendimiento de la estructura privada del turismo actualmente, considero conveniente hacer un esbozo de las principales instituciones privadas que han aparecido y la organización resultante, dichas instituciones son:

Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C.-- tiene como antecedente a la Asociación de Hoteleros. Fundada en 1922, esta asociación agrupa a los establecimientos de hospedaje del país, siendo sus principales objetivos: el fomento y desarrollo de los establecimientos de hospedaje y del turismo en general, colaborar en la formación de los nuevos técnicos hoteleros y coordinar sus labores con la de los demás prestadores de servicios.

Asociación Mexicana de Restaurantes, A.C.-- fundada en 1928. Su objetivo es propugnar por el desarrollo y establecimiento de la Industria Gastronómica y del turismo en el país.

Cámaras Nacionales de Turismo y Confederación de Cámaras de Turismo.- su creación está prevista en la Ley Federal de Turismo y albergan su organización a los prestadores de servicios con el propósito de fomentar el desarrollo del turismo.

Asociación Mexicana de Agencias de Viajes.- fundada el 7 de julio de 1945. Agrupa a una gran mayoría de las agencias de viajes que operan en el país, dentro de su organización alberga a miembros colaboradores de la hotelería, compañías de aviación, restaurantes, etc., su objetivo es fomentar el ejercicio de la profesión de agentes de viajes.

Asociación Mexicana de Caminos.- puesto que más del 52 % de nuestro turismo interno se desplaza por carretera, la vinculación de este organismo con el sector público ha sido siempre permanente y activa.

Unión de Choferes e Intérpretes de la República Mexicana.- fundada en 1944. Opera conjuntamente con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en la coordinación de viajes y excursiones con fines turísticos.

Asociación Mexicana Automovilística, A.C.- fundada el 11 de junio de 1934. El objeto de esta asociación es fomentar y servir al automovilismo y al turismo en general, en y hacia la República Mexicana. Colabora, en su caso, con las instituciones oficiales y privadas que se dediquen al automovilismo, al tránsito y al turismo.

Otras instituciones privadas que colaboran con el sector oficial en pro del turismo son:

Asociación Nacional de la Publicidad, A.C.  
Cámara Nacional de Aerotransportes  
Asociación Nacional de Anunciantes de México, A.C.  
Cámara Americana de Comercio de México, A.C.  
Asociación de Banqueros de México, A.C.  
Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, A.C.  
Cámara Nacional de la Industria de la Construcción  
Cámara Nacional de la Industria Editorial  
Comité Norteamericano Pro-México

Contribución de considerable importancia es también la de los inversionistas nacionales, quienes han impulsado la construcción de establecimientos prestadores de servicios - en todos los centros turísticos del país.

Como se puede apreciar la intervención de la iniciativa privada en el panorama turístico del país es de vital importancia para el desarrollo de esta actividad, ya que a través de la iniciativa privada es posible que la industria turística adquiriera el dinamismo que es propio de toda actividad económica importante.



C A P I T U L O I I I

" ATRACTIVOS TURISTICOS "

## ATRATIVOS TURISTICOS

Para que un país sea turísticamente hablando importante, es necesario que cuente con los suficientes atractivos turísticos que atraigan al turismo extranjero.

México cuenta con excelentes condiciones para atraer al turista internacional, entre los atractivos que ofrece destacan principalmente, su herencia cultural e histórica que es particularmente rica y variada, la belleza del paisaje y su variedad de climas, que a lo largo de sus 10 000 Km de litoral se encuentran numerosas playas de atractiva belleza natural y clima subtropical; en las cuales la temperatura media solo se manifiesta con ligeras variaciones a lo largo del año en casi todos los centros importantes de atracción turística.

Son tan importantes estos factores que en gran parte explican el gran auge del turismo que se ha producido en el país, pues con excepción de los últimos años, México ha hecho pocos esfuerzos deliberados para formular una política que atrajera al turista extranjero, cuyo número ha aumentado sin embargo muy rápidamente durante los últimos 20 años.

De acuerdo a lo anterior, presento un cuadro en el cual se puede apreciar los atractivos con que cuenta nuestro país.

ATRATIVOS TURISTICOS

## CULTURALES:

- 1.- Monumentos y Ruinas
- 2.- Museos
- 3.- Folklore
- 4.- Artesanías

## NATURALES:

- 1.- Clima
- 2.- Paisaje
- 3.- Litorales
- 4.- Balnearios (Aguas Termales)

## RECREATIVOS:

- 1.- Actividades Deportivas
- 2.- Centros Nocturnos
- 3.- Espectáculos Deportivos
- 4.- Parques de Diversiones

## ATRATIVOS CULTURALES

El deseo de aumentar los propios conocimientos o de disfrutar emociones artísticas es causa frecuente del desplazamiento de turistas. Para conocer las obras de arte, no hay medio tan eficaz, (no obstante sus posibles reproducciones, fotografías, cine, copias, etc.), como la contemplación directa de las mismas, y de ahí la gran atracción que ejercen los monumentos, ruinas, museos, etc.

Otras veces es el deseo de realizar estudios o de practicar investigaciones especiales el que hace acudir a las universidades, bibliotecas, archivos, centros de investigación que, por su fama, el material científico de que disponen, medios y facilidades para la investigación, se consideran aptos para proporcionar los conocimientos deseados.

Todos los que sienten estas necesidades y realizan viajes para satisfacerlas, son los que integran el turismo cultural e intelectual.

Monumentos y Ruinas.- Nuestro país cuenta con un rico y variado legado histórico de amplio interés cultural que constituye un atractivo para el turista de hoy.

Este legado histórico se puede clasificar en tres categorías:

- 1.- El México Prehispánico
- 2.- El México Colonial
- 3.- El México de los Tiempos Modernos; a contar desde la Independencia hasta nuestros días.

### El México Prehispánico.-

De los países de Hispanoamérica, los que han conservado mayor número de monumentos anteriores a la Conquista Española son México y Perú.

En México existen vestigios de culturas de gran interés histórico y artístico, que se desarrollaron desde el siglo - XII A.C. y algunas siguieron floreciendo hasta principios -- del siglo XVI a la llegada de los españoles.

Los restos arqueológicos de México son más variados que los de Egipto y aunque no tienen la belleza admirada universalmente, de las ruinas de Grecia y Roma, despiertan cada -- vez mayor interés, tanto arqueológico como artístico.

En el campo de la arqueología, es verdaderamente asom-- broso el testimonio de las antiguas culturas de México, de -- entre las cuales: destacan principalmente y son las más re-- presentativas:

Teotihuacán, Cholula, Chichén-Itzá, Tula, Bonampak, Palenque, Uxmal, Copilco, Teopoztlán, Mitla, Monte Albán.

### El México Colonial.-

Durante los tres siglos de dominación española se realizaron muchas y muy importantes construcciones civiles y religiosas. El inventario de los monumentos religiosos construidos en la Epoca Colonial es de 18 000 aproximadamente, que van desde las grandes catedrales hasta las pequeñas capillas.

Además de las grandes catedrales hay muchas iglesias importantes en diversos estilos arquitectónicos. En el Barroco Mexicano, que es una variante original del Barroco Europeo, hay una media docena de templos dignos de figurar en la Historia de la Arquitectura Universal; entre los más importantes y representativos tenemos el Convento de Tepotzotlán en el Estado de México, actualmente el Museo de Arte Virreinal, la Iglesia de Santa Clara en Querétaro, la Capilla del Rosario en Puebla, la Iglesia de Ocotlán en Tlaxcala, el Sagrario de la Ciudad de México, Santa Prisca en Taxco.

También dentro de este periodo, la ciudad más representativa es Guanajuato, quizá la más hermosa ciudad colonial de México y en sus callejones de leyenda, en sus monumentos y en su contenido total, conserva el ambiente que solo poseen las ciudades con siglos de tradición; entre los sitios de interés con que cuenta Guanajuato se encuentran: la Iglesia de la Valenciana, la Iglesia de la Compañía, la Iglesia de San Diego, de espléndida fachada barroca, el Teatro Juárez

rez, gran palacio de cantera y mármol con sus columnas, estatuas y frisos; las ruinas del Teatro Principal y la Placita de Mexiamora, que es uno de los más tranquilos rincones que pueden hallarse.

Otro tipo de construcciones que no son admiradas por su belleza sino por el valor histórico que representan, son las fortificaciones y murallas que se edificaron durante esta época, las cuales se construyeron para resguardar los puertos de las invasiones piratas que en aquella época eran frecuentes; dentro de las más importantes sobresalen: el Fuerte de San Juan de Ulúa en Veracruz, el Fuerte de San Diego en Acapulco y el Sistema de Fortificaciones de la Ciudad de Campeche, compuesto por los fuertes de San Carlos, Santiago, San Miguel, San Luis, San Matías, San José el Alto y San Pedro.

### El México Moderno, desde la Independencia a nuestros días.--

A principios del siglo XIX aparecen en México ejemplos importantes de arquitectura neoclásica, que continúa hasta cerca de mediados del siglo. Entre ellos hay manifestaciones de gran valor, como el Palacio de Minería, el Palacio de Bellas Artes, así como residencias en ciertas capitales de los Estados, como la Casa Rul en Guanajuato.

En la segunda mitad del siglo XIX, aparecen ya grandes realizaciones pictóricas; José María Velasco pinta paisajes de diversos lugares de la República, que pueden competir con

los cuadros de paisajes franceses de la misma época.

Y, a principios del siglo XX, aparecen los grandes pintores modernos, a quienes se debe el renacimiento de la pintura mural. Primero Diego Rivera y José Clemente Orozco decoran edificios oficiales dentro y fuera de la Ciudad de México. Más tarde aparecen Siqueiros y Tamayo.

Además de las obras de carácter histórico, nuestro país cuenta con grandes obras de arquitectura moderna que son de gran atracción turística como son: el Monumento a la Revolución, las instalaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México, las instalaciones olímpicas, como son la Alberca, el Gimnasio, el Palacio de los Deportes, el Estadio Azteca y el Canal de Cuernavaca; las instalaciones del Hotel de México, - entre otras.

Museos.- La pintura, la escultura, las artes decorativas, las reproducciones artísticas, las colecciones de muebles, - trajes, ornamentos y objetos sagrados, las reliquias arqueológicas, etc., son elementos apropiados para la formación de colecciones y museos visitados por los turistas.

Aparte de los museos permanentes, suelen organizarse especialmente en el campo de la pintura y escultura, exposiciones de carácter temporal de obras de un determinado autor, - de cuadros de una época, etc., casi todos los países organizan exposiciones de esta naturaleza con mayor o menor frecuencia y la importancia de muchas de ellas hacen que consti



tuyan un verdadero atractivo turístico.

La Ciudad de México cuenta con una gran variedad de museos y exposiciones que encajan en la descripción anterior, -- entre los principales museos que se encuentran en la Ciudad -- de México está en primer lugar el Museo de Antropología e -- Historia, que por sus instalaciones y contenido cultural se -- encuentra a la altura de los principales museos del mundo; o -- tro de los museos de gran importancia es el Poliforum Cultural Siqueiros en el que se presentan obras de teatro, colecciones de reliquias arqueológicas, exposiciones de pintura y escultura.

Además hay otros museos de arte y diversos con carácter especializado, como son el Museo de Arte Moderno, el Museo -- de la Comisión Federal de Electricidad en Chapultepec, que -- nos muestra el adelanto de la electricidad en nuestros tiempos, el Museo Típico de la Charrería, el Museo de Frida Kahlo en Coyoacán, el Anahuacalli, el Museo del Castillo de Chapultepec, el Museo de la Ciudad de México, etc.

En la mayoría de las ciudades y capitales de los esta-- dos de la República Mexicana, existe algún museo de tipo regional, y son muy numerosos los arqueológicos, que nos muestran los objetos y esculturas que han sido encontradas y que son prueba de nuestras antiguas culturas.

Folklore.- Las costumbres tradicionales, o lo que hoy en día se ha dado en llamar, con carácter general, folklore, es sin duda una de las atracciones más fuertes para el turismo extranjero.

La expansión de la civilización, con sus ventajas e inconvenientes, ha dado al mundo un carácter uniforme que le priva de sus variadas facetas locales y, por lo tanto, nacionales; haciendo que todos los países por alejados que se encuentren tengan un carácter uniforme, un perfil casi único, sin apenas diferencias o contrastes, su consecuencia inmediata es el hecho de que actualmente el turista busque el rasgo típico de un país con mucho mayor interés que un monumento arquitectónico.

Las manifestaciones del folklore son tan amplias y diversas como pueden ser las costumbres de los pueblos.

En México el folklore es riquísimo y muy variado, según las distintas regiones. Dentro del folklore nacional se pueden mencionar, los trajes típicos o regionales, los bailes, música y canciones, las fiestas y ferias regionales, los mercados con la comida típica de cada región, los juegos populares, etc.

Entre las más importantes y representativas muestras del folklore mexicano se encuentran; de los trajes típicos: el traje de china poblana y el típico traje de charro; de las fiestas y ferias más importantes y típicas están: la Fe-

ria de San Marcos en Aguascalientes, la Feria Regional de la Virgen de la Caridad en Huamantla, Tlaxcala, típica por los concursos de mosaicos hechos de flores por los habitantes -- del lugar, las Fiestas de Día de Muertos, entre las cuales -- destacan principalmente por su impresionante mistisismo la -- de Pátzcuaro, Michoacán y la de Mixquic a las orillas del -- Distrito Federal; las Fiestas de Carnaval que se celebran en toda la República, siendo los más vistosos y alegres los de -- Veracruz, Mazatlán, Huejotzingo y Mérida. Dentro de la varia da y rica cocina mexicana, algunos de los platillos típicos -- más conocidos están: el mole poblano, la típica comida yuca -- teca, etc. También dentro de nuestro folklore destaca muy no -- tablemente la Fiesta Brava o de Toros, aunque como una gran -- parte de nuestro folklore es mezcla de mexicano y español, la Fiesta Brava es uno de los ejemplos más representativos de -- esta mezcla.

Sería muy largo tratar de enumerar todo nuestro folklo -- re, pero baste decir que es uno de los atractivos turísticos más importantes con que cuenta nuestro país.

Artesanías.— Cuando los productos industriales de un -- país turístico no son mejores ni presentan novedades especia -- les, es natural que los turistas que lo visiten no han de e -- fectuar compras de aquéllos, pero todo extranjero tiene gus -- to en llevarse objetos más o menos artísticos como recuerdo --

de sus viajes, y especialmente los artículos llamados típicos, que solo se producen en el país visitado.

En este aspecto, el papel de las artesanías es de gran interés y se debe fomentar no sólo su desarrollo, sino que debe vigilarse la producción para llegar a ofrecer artículos artísticos típicos que acrediten el país de origen como nación de buen gusto y laboriosa.

La Artesanía Mexicana es muy rica, tanto en variedad como en calidad, y a pesar de la industrialización sufrida en los últimos años, sigue conservando su belleza y su típica originalidad.

No es posible citar todas las producciones artesanas de México, ni decir cuales son las mejores, ya que cada región del país tiene su propio estilo y originalidad, por lo que me limitaré a aquéllas que por su tipismo y belleza son especialmente solicitadas por los turistas: los trabajos de orfebrería en plata en Taxco, Guerrero; la industria textil (zarapes) en Saltillo, Coahuila; el cobre repujado en Santa Clara; las lacas en Michoacán; los trabajos en barro negro de Oaxaca; los deshilados en Aguascalientes, etc.

### ATRATIVOS NATURALES

Dentro de los atractivos turísticos que presenta la República Mexicana, ocupan un lugar muy importante los atractivos naturales; ya que a través de su extensión territorial que es de 1 969 269 Km<sup>2</sup>, el turista que lo visite puede encontrar una gran variedad de climas que van desde el desértico hasta el tropical y ésto aunado a su orografía que presenta un terreno accidentado con altitudes que van desde el nivel del mar hasta llegar a más de 4 000 metros de altura, hace a nuestro país infinitamente rico en variedad de paisajes. Por otro lado, a lo largo de sus 10 000 Km. de litoral se encuentran una gran cantidad de playas de atractiva belleza natural en las cuales el clima es subtropical y la temperatura media solo manifiesta pequeñas variaciones a lo largo del año; también considero de importancia mencionar la abundancia de manantiales de aguas termales con propiedades terapéuticas que repartidos como balnearios por el país atraen a gran número de turistas extranjeros.

De acuerdo a la descripción anterior, tenemos por ejemplo los lugares que por su belleza natural y variedad de climas destacan principalmente: el Cañón del Sumidero, a 22 Km. de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; los Lagos de Montebello, cuyas aguas presentan todos los colores del arco iris, situados --

también en el Estado de Chiapas; las Grutas de Cacahuamilpa, en los límites de los estados de Morelos y Guerrero, las cuales presentan una belleza poco común por sus impresionantes formaciones pétreas; el recorrido del Ferrocarril Chihuahua-Pacífico, que cruza la majestuosa Sierra Tarahumara de atractiva hermosura por sus paisajes naturales; los parques nacionales con que cuenta México, de los cuales destacan por su impresionante belleza: el Parque Nacional Popo-Izta, en los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl, en los estados de México y Puebla; el Parque Nacional de las Lagunas de Zempoala, en el Estado de Morelos, etc.

Con respecto a nuestros litorales, existen gran cantidad de centros turísticos, cuya importancia es determinante en el desarrollo del turismo, entre los principales centros turísticos destacan por su naturalidad y hermosura: Cabo San Lucas, en Baja California Sur; Mazatlán, en Sinaloa; Puerto-Vallarta y Barra de Navidad, en Jalisco, Playa Azul, en Michoacán; Acapulco e Ixtapa-Zihuatanejo, en Guerrero; Puerto-Escondido y Puerto Angel, en Oaxaca; Tampico, en Tamaulipas; el Puerto de Veracruz, en el estado del mismo nombre, y en el Caribe, la Isla de Cozumel, Isla Mujeres y el nuevo centro turístico de Cancún, del cual se hablará en páginas posteriores.

En lo que se refiere a balnearios de aguas termales, es también rico nuestro país, siendo los más importantes: San -

José Purúa, en Michoacán; Tequisquiapan, en Querétaro, Ixmiquilpan, en Hidalgo; el Centro Vacacional Oaxtepec, en Morelos; el Balneario de Agua Hedionda, en Cuautla, Morelos; el Balneario de San Carlos, en Ensenada, Baja California Norte, y el Balneario de Abasolo, en Irapuato, Guanajuato.

### ATRACTIVOS RECREATIVOS

Los atractivos recreativos y las diversiones son un gran aliciente para el turismo, bien como atracción principal o como complemento de otros atractivos turísticos.

El ideal en este sentido, es que a las bellezas naturales y monumentales, al trato cortés de las gentes, al clima benigno y a los demás atractivos de este orden, se una la posibilidad de frecuentar centros nocturnos, diversiones y otras manifestaciones más o menos espectaculares.

Además de esto, es innegable que un país sin diversiones no es un país apto para el turismo en gran escala, ya que a los turistas no solo les interesa admirar bellos paisajes y contemplar magníficos monumentos, sino que desean solazarse, descansar de las fatigas de los viajes y conocer nuevos y variados espectáculos.

Cuando el turista carece por completo de posibilidades de descanso y distracción, cosa que sucede en muchas de nuestras ciudades que son paso obligado para el turismo, aceleran su marcha; por el contrario, si encuentran esas diversiones, demoran la partida e invierten en ellas sumas importantes.

Es absolutamente necesario tener en cuenta el factor diversión en el conjunto de una política organizada de turismo exterior. El turista que llegue a México debe quedarse en él más tiempo del que pensaba, por el simple hecho de encontrar se bien y pasarlo agradablemente.

Actividades Deportivas.- Dentro de los atractivos recreativos están las actividades deportivas, las cuales en nuestro país son muy variadas. Dentro de estas actividades las más importantes son: la caza y la pesca, que en México es muy variada, existiendo zonas magníficas para practicarlas; montañismo y alpinismo, que también lo ofrece nuestro país que tiene lugares ideales para realizar este deporte; esquí acuático y veleo, a lo largo de nuestros litorales y en los lagos y lagunas que existen en México el turista encuentra los medios ideales para recrearse con esta fabulosa actividad; golf, también este deporte figura dentro de la gran variedad de actividades deportivas que ofrece nuestro país, encontrándose una gran cantidad de campos de golf dis-



tribuidos en todos los centros turísticos importantes de México.

Centros Nocturnos.- También en nuestro país se encuentran una gran cantidad de centros nocturnos repartidos en todos los centros turísticos, en los cuales el turista puede encontrar variedades y espectáculos tanto nacionales de tipo folklórico como internacionales presentados con gran calidad y gusto artístico.

Espectáculos Deportivos.- Son muy importantes e interesantes para atraer al turismo los espectáculos deportivos -- que con carácter nacional e internacional se celebran continuamente en nuestro país. Tales espectáculos son importantes no sólo por los desplazamientos de aquéllos que toman parte activa en ellos, sino, muy principalmente, de quienes concurren como espectadores.

Aparte de las Olimpiadas, que son las competencias cumbres, no solo por su importancia, sino por la variedad de deportes que en ellas se realizan, hay otras muchas de carácter internacional, que suelen referirse a un solo deporte. - Entre ellas tenemos las carreras de automóviles, los campeonatos de fútbol, los torneos de tenis, de golf y las carreras de caballos y concursos hípicas que se llevan a cabo en México.

Parques de Diversiones.- Aunque son muy importantes los parques de diversiones para atraer al turismo, en nuestro país no se les puede considerar como principales atractivos para el turismo extranjero, ya que existen en otros países - parques de diversiones que son realmente el único atractivo turístico con el que cuentan ( Dineylandia, Disney World, etc. ), sin embargo hay en México el Parque de Diversiones - del Bosque de Chapultepec que se le puede considerar el principal del país, y que aunque no compita en atractivo con otros parques del mundo sí es importante como atractivo turístico a nivel nacional.

A continuación se presenta un panorama general de dos - de los principales centros turísticos mexicanos, en los que se sintetizan una gran mayoría de los atractivos turísticos - antes descritos; estos centros son: Cancún, en el Estado de - Quintana Roo e Ixtapa-Zihuatanejo, en el Estado de Guerrero.

## CANCUN

En Cancún ha surgido un centro turístico en donde todo el confort de los tiempos modernos se integra con la naturaleza, una ciudad concebida en el respeto y preservación de la flora y la fauna diseñada como un escape a la congestión de las grandes ciudades y en donde la satisfacción de las necesidades de los viajeros y la población permanente ha sido proyectada para las décadas futuras.

Cancún se ubica al noreste de la Península de Yucatán, en el Estado de Quintana Roo, frente a Islas Mujeres y al noroeste de Cozumel. En Cancún está establecida la infraestructura necesaria para promover la inversión privada en hotelería, condominios, residencias, restaurantes y otras actividades generadas por el turismo internacional y nacional.

La infraestructura turística de Cancún incluye la urbanización y servicios públicos totales a lo largo de la Isla de Cancún, la cual es capaz de contener hasta 30000 cuartos de hotel en su sexta y última etapa de desarrollo planeado. Además cuenta con un aeropuerto internacional diseñado para recibir aviones del tipo Boeing 747 (Jumbo Jet) y la urbanización de una ciudad para la población permanente que eventualmente llegará a 70 000 habitantes como resultado del desarrollo de las actividades turísticas y las demandas de suministros agropecuarios, de artesanías, etc.

La inversión inicial del Gobierno Federal es ligeramente superior a 588 millones de pesos, parcialmente financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo.

De los estudios de mercado realizados se deriva que antes de 10 años Cancún contará con 3 500 cuartos de hotel, habrá dado ocupación a 5 250 jefes de familia y recibirá ----- 600 000 visitantes, los cuales gastarán 50 millones de dólares.

Dentro de la infraestructura de Cancún, se cuenta con agua potable, electricidad, teléfonos, T.V., alcantarillado y drenaje, pavimentación y urbanización general, jardinería, alumbrado público, servicios y campañas antimosquito y de recolección de basura, vigilancia y mantenimiento indispensable para que toda la isla se mantenga en perfectas condiciones, proporcionados éstos últimos por una oficina central de dicada exclusivamente a este fin.

Además de las obras de infraestructura y servicios básicos, la inversión federal incluye la construcción de un campo de golf de 18 hoyos, la construcción de una zona comercial y un centro de convenciones con capacidad para 1 500 convencionalistas, el acondicionamiento de varias playas públicas -- con edificaciones para restaurantes, bar y vestidores.

Todas las obras de infraestructura proyectadas incluyen do el aeropuerto internacional de Cancún y la urbanización -

de Ciudad Cancún están terminadas en su totalidad desde el 30 de noviembre de 1974, fecha en la cual fueron inaugurados los servicios de la Zona Turística.

### El Mercado Turístico de Cancún:

El Centro Turístico de Cancún representa un nuevo producto que ofrecer en el mercado turístico mundial, especialmente dirigido a penetrar y lograr una participación en el número creciente de turistas norteamericanos que se desplazan hacia el Caribe.

El Caribe está constituido desde el punto de vista del turismo de seis centros principales: Islas Bahamas; Puerto Rico; Jamaica, Barbados, Curazao y Martinica, además de las Islas Vírgenes.

En los seis puntos antes descritos confluyeron 391 000 turistas en 1961 aumentando esta cifra a alrededor de ----- 2 500 000 en 1974. Nuestro país no aprovecha la gran potencialidad de este mercado o de esa verdadera cuenca turística.

Considerando todo lo anterior fue diseñado el centro turístico de Cancún, como un elemento de alta competitividad en el mercado del Caribe, basado en los siguientes factores:

Clima y Atractivos Naturales.— Los atractivos de Cancún en materia de playas, vegetación, etc., son similares cuando

no superiores a los de los principales centros turísticos -- del Caribe. Los rasgos de la temperatura ambiente que oscilan entre 25° y 34° C son equiparables a los de los centros turísticos mencionados y en cuanto al número de días despejados (243) en el año se cuenta con ventajas definitivas con respecto a centros turísticos de alto desarrollo como Miami y San Juan de Puerto Rico.

Localización Geográfica. -- La ubicación de Cancún lo sitúa a distancias aéreas con respecto a los principales centros urbanos de Norteamérica competitiva o menores que la de cualquiera de los centros turísticos del Caribe a excepción de las Islas Bahamas.

Cultura y Zonas Arqueológicas. -- Cuenta con la ventaja -- una riquísima zona arqueológica producto de la Cultura Maya -- y la oportunidad de ofrecer simultáneamente con Mérida, Cozumel e Islas Mujeres un producto turístico complejo que resulta más atractivo.

Infraestructura y Servicios. -- La construcción y operación de una infraestructura compleja y los servicios turísticos complementarios viene a ser el elemento que redondea el programa a excepción hecha de la necesaria red de rutas aéreas internacionales que alimentará Cancún.

Transporte Aéreo. -- Cuenta ya con un servicio aéreo doméstico (ABROMEXICO Y MEXICANA DE AVIACION) que lo comunica --

con cinco vuelos semanales, a las ciudades de México, Villahermosa, Mérida y Cancún.

Desde el punto de vista de las rutas internacionales, ya existen solicitudes para la operación de vuelos charters de Estados Unidos a Cancún, tanto con AEROMEXICO como con -- Trans International Airlines.

En lo que se refiere a rutas regulares desde fines de 1970 un convenio de transporte aéreo entre México y los Estados Unidos estableció las rutas Miami-Cancún, Houston-Cancún y Nuevo Orleans-Cancún. Estas rutas ya han sido solicitadas por Mexicana, Braniff y Eastern.

#### IXTAPA-ZIHUATANEJO

INFRATUR ha llevado a cabo extensos estudios a lo largo de los 9 900 Km. de litoral nacional. En la costa del Pacífico se preseleccionaron varios lugares hasta finalmente encontrar en Ixtapa, en el Estado de Guerrero, las condiciones que determinan y aseguran el éxito de un centro turístico internacional:

- Ubicación próxima a los principales centros que generan turismo.
- Atractivo natural y excelencia climatológica.
- Facilidad para instalar todo tipo de construcciones, comodidades y servicios.

Ixtapa es una región cubierta con doradas franjas de --  
playas vírgenes que se extienden a lo largo de 39 Km. en la-  
costa del Pacífico.

Ixtapa se encuentra al norte de Zihuatanejo y a 200 Km.  
de Acapulco, en una de las regiones definitivamente más ver-  
des y azules de la República, por su vegetación tropical, --  
plantíos de palma y nitidez en el cielo y en el mar.

El clima de Ixtapa tiene el atractivo comparable, o su-  
perior al de los sitios que dan fama al Pacífico. La tempera-  
tura media anual es de 26.6°C (80°F) sin cambios extremosos.  
Hay 200 días despejados al año.

Ixtapa cuenta además con una laguna tropical de especta-  
cular belleza, con flora y fauna que se preservan en su esta-  
do natural.

La localización geográfica de Ixtapa está en un punto -  
estratégico, por su cercanía a las ciudades mexicanas y nor-  
teamericanas que generan mayor turismo. Hay un fácil y rápi-  
do acceso por avión y carretera. Actualmente varias líneas -  
marítimas internacionales ya incluyen Ixtapa-Zihuatanejo en-  
sus travesías.



C A P I T U L O I V

" ASPECTO ECONOMICO "

## ASPECTO ECONOMICO

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL

Todos los países necesitan de moneda extranjera para nivelar su balanza de pagos, y aunque la Industria Turística no sea por sí sola un factor decisivo para lograr el equilibrio de la balanza de pagos, es muy importante el volumen de divisas que el turista extranjero aporta a nuestro país por concepto de compras y gastos que pueda realizar en él.

A pesar de las dificultades para la obtención de datos estadísticos relativos al turismo, se ha logrado la obtención de variables importantes que muestran los efectos del turismo sobre diversas ramas de la actividad económica del país. Al respecto, cabe destacar que el turismo es uno de los renglones de la Economía Nacional que menos inversión requiere para la creación de empleos, toda vez que, según cifras del Banco de México, S.A., basadas en una concentración de la matriz del insumo-producto para 1976, mientras que en las ramas del petróleo, productos metálicos y de electricidad se requiere una inversión de 237 000, 131 000 y 360 000 pesos, respectivamente, para crear un empleo, el turismo sólo exige una inversión de 24 364 pesos para tal efecto, o sea únicamente el 10% del promedio en dichas actividades.

Por otra parte, se ha estimado que una inversión de un millón de pesos en la Industria Turística crea un valor agregado de 791 000 pesos, en tanto que en las ramas de alimentos y bebidas, productos químicos y fabricación de maquinaria y transporte, los valores agregados que se generan con el mismo monto de inversión apenas alcanzan, respectivamente las cantidades de 500 000, 367 000 y 110 000 pesos.

En cuanto al empleo generado por la inversión, es de señalarse que una inversión autónoma de un millón de pesos --- crea 41 empleos en turismo, pero solamente 16 en alimentos y bebidas, 15 empleos en la rama de productos químicos y 8 en transporte.

En lo que se refiere a la ocupación y salarios que se derivan del turismo, es de destacar que por su propia naturaleza, este renglón de la Economía requiere y emplea un elevado porcentaje de mano de obra, tanto en la prestación directa de servicios, como indirectamente en la elaboración, distribución y venta de los diversos artículos que utiliza. Una estimación reciente nos indica que entre el 40% y el 60% del gasto del turista se destina a sueldos y salarios, lo que representa una proporción mayor que en otras ocupaciones.

Finalmente, el turismo adquiere otra característica relevante cuando se considera el efecto multiplicador del gas-

to del turista extranjero en México, ya que, este gasto no implica la disminución o desviación de los recursos que podrían destinarse a otros campos o actividades, sino constituye una inyección adicional a la corriente monetaria equivalente a una nueva inversión, que a su vez, genera un incremento considerable en el ingreso, superior en varias veces al monto del gasto original.

Un ejemplo concreto de todo lo anterior se desprende del hecho de que el desarrollo de Acapulco, basado fundamentalmente en el turismo, ha propiciado la creación de múltiples actividades económicas, dando lugar a un mejoramiento sustancial del nivel de ingresos de la población económicamente activa y a la redistribución ocupacional de dicha mano de obra. Asimismo el desarrollo del puerto de Acapulco ha tenido como resultado una absorción y concentración de mano de obra en las industrias de transformación, construcción, electricidad, gas y comercio, al grado que éstas, en Acapulco, absorben cerca del 60% de la población económicamente activa, mientras que para el Estado de Guerrero en general, la población ocupada en esas mismas actividades apenas llega al 14%.

Gastos del turista. - Con respecto a la Economía Nacional, se dijo ya que el turismo representa un renglón importante en el ingreso de divisas y es, por lo tanto, una de las razones para que el gobierno y la iniciativa privada se preocupen de su incremento según puede apreciarse en el cua--

dro siguiente, que muestra la información obtenida del Banco de México, S.A., referente a los gastos de turistas extranjeros y visitantes fronterizos durante los años de 1962 a 1973.

Año	Turistas Extranjeros (Dólares)	Visitantes Fronterizos (Dólares)	Total (Dólares)
1962	155 300	365 955	521 255
1963	164 047	392 665	556 712
1964	178 635	406 689	585 324
1965	210 571	445 894	656 465
1966	240 568	463 284	703 852
1967	274 842	499 499	774 341
1968	328 358	546 650	875 008
1969	363 104	599 557	962 661
1970	431 863	713 495	1 145 358
1971	527 810	761 207	1 289 017
1972	415 048	878 864	1 293 912
1973	461 035	966 948	1 427 983
1974	562 640	1 057 002	1 619 642
1975	724 220	1 163 829	1 888 049
SUMA:	<u>5 038 041</u>	<u>9 261 538</u>	<u>14 299 579</u>

#### DISTRIBUCION DEL PESO TURISTICO

Por lo que se refiere al peso turístico, a la fecha no-- se dispone de información adecuada que pudiera precisar la -- distribución de éste, sin embargo, estimaciones dadas a cono-

cer por el Banco de México, S.A., establecen que de cada peso mexicano gastado por el turista dentro de nuestro país en el año de 1975 se distribuyó como se indica a continuación:

DISTRIBUCION DEL PESO TURISTICO  
1975

CONCEPTO	PORCENTAJE
Compras de Comercio	26.0%
Hospedaje	20.6%
Restaurantes y Cafés	20.5%
Transportes	18.5%
Diversiones	8.5%
Otros (Misceláneos)	5.9%
<b>SUMA:</b>	<b><u>100.0%</u></b>

Como puede apreciarse, el destino del gasto individual del turista extranjero en nuestro país beneficia de manera importante al comercio nacional, restaurantes y cafés, transportes y hotelería.

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En materia turística la actividad a desarrollar básicamente por el sector público, consistía hasta hace pocos años en proporcionar la infraestructura necesaria para el desarrollo de los centros turísticos, proporcionaba carreteras, aeropuertos, agua potable, alcantarillado, electrificación, -- servicio telefónico y todo lo necesario para el desarrollo de un centro turístico. Al sector privado correspondía proporcionar los servicios turísticos: hoteles, restaurantes, etc.

Aunque esta actividad del sector público sigue siendo en la actualidad su función principal, ha diversificado su actuación hacia otros sectores ignorados antes como son la prestación de servicios turísticos que realiza a través de Nacional Hotelera, S.A. y el financiamiento --que en favor del sector privado efectúa-- y la inversión en proyectos turísticos-- que realiza a través del Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR) y del Fondo de Infraestructura Turística --- (INFRATUR), fideicomisos que con dichos fines se crearon dependiendo de Nacional Financiera y del Banco de México, respectivamente.

Nacional Hotelera, S.A. -- Es una empresa de participación estatal mayoritaria y constituye la aportación del Sector Público en materia de prestación de servicios turísticos.

El objeto social de Nacional Hotelera es la explotación de hoteles, restaurantes, centros nocturnos y ramas similares y conexos.

Tiene cuatro filiales:

- Operadora de Hoteles
- Inversiones Turísticas del Caribe
- Administración de Restaurantes y Similares, S.A.
- Restaurantes Selectos, S.A.

Nacional Hotelera opera con hoteles de su propiedad, hoteles arrendados y por contrato de administración y asistencia técnica.

Nacional Hotelera se encuentra en etapa de expansión, en concordancia con el desarrollo turístico del país y el papel que dentro de él debe jugar, no solo como cadena hotelera gubernamental, sino en función de ser la única de importancia y auténticamente mexicana que opera en el país.

En base a esto y con objeto de mantener estable el crecimiento de la Empresa sin apremios financieros y para cumplir con el objetivo de mantener una empresa hotelera nacional en condiciones de autosuficiencia y de rentabilidad, se han entablado negociaciones con objeto de lograr la expansión de Nacional Hotelera hacia las zonas de alta prioridad turística y paralelamente a promover proyectos de alta rentabilidad a mediano plazo.



Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR).— Con el propósito de que una rama tan importante de la economía nacional como es la Industria Turística, contara con mayores facilidades financieras que le permitieran su mejor y más cómodo desarrollo, el Gobierno Federal expidió el 14 de noviembre de 1956 el Decreto que creó el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, cuyo manejo en fideicomiso encomendó a Nacional Financiera, S.A., aportando como patrimonio para ese fin \$ 50 000 000.00 y declarando que subsiguientemente se podría agregar a éste, las aportaciones anuales que se señalaran en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Se estableció que dicho patrimonio podría ser incrementado con las aportaciones de los Gobiernos Estatales, que se -destinarían preferentemente a fomentar actividades turísticas dentro de sus respectivas entidades; que serían susceptibles de aceptarse aportaciones de particulares y se dispuso que los productos de las operaciones que se realizaran pasarían a incrementar el patrimonio del Fondo.

El Fondo es regido por un Comité Técnico integrado por representantes de las Secretarías de Turismo, Hacienda y Crédito Público y de Industria y Comercio, del Banco de México, S.A. y de Nacional Financiera, S.A.

Las facultades del Comité Técnico están encaminadas a:

- a) Realización de estudios tendientes a crear, desarrollar y fomentar centros turísticos.

- b) Estimular la afluencia turística nacional y extranjera a los lugares de atractivo turístico.
- c) Fomentar y desarrollar actividades turísticas, auxiliando a las empresas dedicadas al servicio turístico y a las vinculadas con ellas, en sus necesidades económicas.

Las operaciones que el Fondo está facultado a efectuar en relación con este último punto, son las siguientes:

- a) Garantizar a las instituciones de crédito privadas, los créditos que otorguen a las personas físicas o morales dedicadas a las actividades turísticas o conexas a éstas.
- b) Garantizar la amortización y pago de intereses de obligaciones o valores que, con intervención de instituciones de crédito, emitan empresas privadas dedicadas a las actividades turísticas, así como los emitidos por instituciones de crédito con el propósito de destinar los recursos procedentes de ellos al fomento del turismo.
- c) Suscribir transitoriamente acciones de sociedades dedicadas a actividades del turismo, cuando a juicio del Comité Técnico convenga promoverlas o fomentarlas.
- d) Adquirir obligaciones y valores de diversa naturaleza que, para el fomento del turismo, sean emitidos por instituciones de crédito privadas o por personas físicas o morales.

- e) Descontar a las instituciones de crédito privadas, títulos provenientes de créditos otorgados a personas físicas o morales dedicadas a las actividades - turísticas o conexas a ellas.
- f) Abrir créditos u otorgar préstamos, cuando así con venga a juicio del Comité Técnico, a las instituciones de crédito privadas para que éstas a su vez, los otorguen a personas físicas o morales dedicadas al turismo.
- g) Emitir certificados de participación, previa aportación del Comité Técnico del Fideicomiso y la auto rización expresa de la Secretaría de Hacienda y Cré dito Público.
- h) Aprobar y garantizar los valores o créditos inter- nacionales destinados a la adquisición de equipo para el fomento del turismo.

El Comité Técnico determinará en cada caso, si la acti vidad de una persona física o moral puede considerarse con xa con el turismo.

Las instituciones interesadas en operar con el Fondo - podrán optar por cualquiera de estos dos procedimientos:

- a) Llevar o haber llevado a cabo la operación con sus- propios recursos y someterla posteriormente al Fon- do, para que éste resuelva si la acepta para su fi- nanciamiento.
- b) Presentar la solicitud que reciban, juntamente con

toda la documentación necesaria, para estudio del Fondo y en caso de ser aprobada por éste, llevarla a cabo.

En el estudio de las solicitudes que lleguen a presentarse se tendrá muy en cuenta el destino y manera como fue efectuado o va a efectuarse la inversión y si ésta se ajusta a las disposiciones aplicables de la Ley General de Instituciones de Crédito y la de Títulos y Operaciones de Crédito.

Conviene señalar, que al recibirse solicitudes en el Fondo, se presta atención preferente a aquéllas que correspondan al desarrollo de nuevas zonas turísticas, o al mejoramiento de las que, sin ser nuevas demandan una atención o impulso perentorio.

La experiencia adquirida por el Fondo y los resultados de su política de financiamiento, han hecho posible que todas sus operaciones hayan sido pagadas puntualmente, sin que alguna de las empresas a las que les ha impartido ayuda haya fracasado hasta ahora, se puede asegurar que el buen éxito de las operaciones se basó precisamente en la política de financiamiento dictada por el Comité Técnico, desde el momento mismo en que éste determinó cuales empresas y lugares debían ser auxiliados.

Fondo de Promoción de Infraestructura Turística -----  
(INFRATUR).- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público comunicó el 9 de mayo de 1969 al Banco de México, S.A., la de-

terminación del Gobierno Federal de constituir un fideicomiso con el propósito de promover y realizar las obras de infraestructura turística relacionadas con un programa diseñado por el propio gobierno para el desarrollo de nuevos centros turísticos de importancia y la mejora sustancial de otros que han demostrado ya su potencialidad como focos de atracción. Este fideicomiso se denominó Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (INFRATUR).

Las funciones de INFRATUR son las siguientes:

- a) La promoción y realización de obras de infraestructura turística, complementarias de otras inversiones del Gobierno Federal, cuya conveniencia quede determinada en los estudios técnicos que se han encomendado al Banco de México, S.A. y cuyas conclusiones sean aprobadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- b) El fomento de la inversión privada para complementar las aludidas inversiones de infraestructura.
- c) La adquisición, urbanización, fraccionamiento, venta y arrendamiento de bienes inmuebles sujetos a las condiciones o requisitos generales que aprueba el Comité Técnico de este fideicomiso.
- d) La colaboración con dependencias del Ejecutivo Federal, de los Gobiernos de los Estados y Municipios, para el fomento de la industria turística en general.

El patrimonio del Fideicomiso se integró:

- a) Con la cantidad de \$30 000 000.00 como aportación inicial del Gobierno Federal.
- b) Con recursos procedentes de organismos nacionales y del exterior, que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorice canalizar para los fines del fideicomiso.
- c) Con los productos de las operaciones del fideicomiso y de las inversiones de sus recursos.
- d) Con otras aportaciones oficiales.

El Fondo es regido por un Comité Técnico integrado por cuatro miembros, y de los cuales uno es designado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, uno por la Secretaría del Patrimonio Nacional, uno por la Secretaría de la Presidencia y uno por el Banco de México, S.A., fungirá como presidente del Comité, con voto de calidad el representante que designe la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Por cada representante propietario se designa un suplente.

El Comité Técnico tiene las siguientes facultades:

- a) Aprobar los programas de actividades generales y zonales del fideicomiso y fijar los lineamientos de tales actividades.

- b) Determinar las bases generales conforme a las cuales habrán de celebrarse los convenios y contratos para la ejecución de las obras de infraestructura turística y para la administración de servicios conexos.
- c) Fijar las condiciones o requisitos generales para que el fiduciario adquiera, urbanice, fraccione, arriende o venda bienes inmuebles, señalando las ventas, los precios de venta y demás requisitos que estime conveniente respecto de las operaciones sobre esos bienes.
- d) Aprobar el presupuesto anual de gastos.
- e) Resolver las consultas que le formule el fiduciario.
- f) Las demás facultades que le confiera el Gobierno Federal mediante comunicación escrita de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Las actividades de INFRATUR se han orientado a la planeación y desarrollo de los proyectos de Cancún, ubicado al noreste de la Península de Yucatán, frente a las costas de Quintana Roo y del centro turístico de Ixtapa - Zihuatanejo en la costa del Estado de Guerrero; mismos proyectos ya han sido tratados en el capítulo anterior.

Además ha brindado su apoyo y fomentado la inversión privada en materia turística.

Los organismos antes citados (FOGATUR e INFRATUR) actuarán independientes hasta el término de sus funciones y proyectos actuales; ya que de acuerdo a la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo fue creado el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), en el cual se fusionarán dichos organismos.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).— En 1974 el Gobierno Federal expidió en la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, artículo 49, la creación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el cual está encomendado a la Nacional Financiera, S.A.; el objeto del FONATUR es asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de fomento al turismo.

El Fondo se integró con aportaciones del gobierno federal, de gobiernos estatales y municipales, y organismos y empresas públicos y privados; el patrimonio de FONATUR se irá incrementando progresivamente con los créditos que se obtengan de fuentes nacionales e internacionales, así como con el producto de sus operaciones y recursos que obtenga por cualquier otro concepto.

El FONATUR es regido por un Comité Técnico integrado por el Secretario de Turismo (Presidente), y por representantes de las secretarías de Hacienda y Crédito Público, del Patrimonio Nacional, de la Presidencia y del Banco de México, S.A., del Congreso Nacional Permanente Agrario, del Congreso



del Trabajo y un representante común de la Confederación de Cámaras de Comercio y de la Confederación de Cámaras Industriales; teniendo cada uno de estos representantes un suplente.

Las facultades del Comité Técnico son:

- a) Aprobar los programas, planes, proyectos y presupuestos anuales de las operaciones.
- b) Fijar las condiciones para la adquisición, urbanización, fraccionamiento, venta, arrendamiento o administración de inmuebles que tengan competencia con el turismo.
- c) Determinar las bases generales de los convenios y contratos para ejecutar obras y administrar servicios turísticos.
- d) Fijar las primas por el otorgamiento de garantías y los intereses por las operaciones que se realicen.
- e) Autoriza las operaciones de la Nacional Financiera, S.A. en materia turística.
- f) Expide en reglamento interior.

El Fondo tiene un Delegado Fiduciario especial, que fue propuesto por el Presidente de la República a la Nacional Financiera, S.A. y que funge como Director General, teniendo como funciones:

- a) Representar a la Nacional Financiera, S.A.
- b) Elaborar los programas, planes, proyectos, presupuestos y estados financieros anuales del Fondo.
- c) Contratar al personal necesario para realizar los trabajos de la Nacional Financiera, S.A. relacionados con el Fondo.

Las funciones que desempeña el FONATUR son las siguientes:

- a) Impulsa la formación y desarrollo de empresas mexicanas dedicadas a la actividad turística.
- b) Lleva a cabo el desarrollo de nuevas regiones y centros turísticos y el fomento de los ya existentes -- que le encomiende la Secretaría de Turismo.
- c) Fomenta y orienta la inversión privada hacia aquellas zonas y proyectos turísticos de interés nacional.
- d) Adquiere, urbaniza, fracciona, vende, arrenda y administra bienes inmuebles para proyectos turísticos.
- e) Garantiza a las instituciones de crédito los préstamos que otorguen a las personas dedicadas a las actividades turísticas o conexas a éstas.
- f) Garantiza la amortización y pago de intereses de obligaciones o valores que se emitan con intervención de instituciones de crédito, con el propósito de des

tinar al fomento del turismo los recursos que con ellos se obtengan.

- g) Suscribe transitoriamente acciones de sociedades dedicadas a actividades del turismo.
- h) Adquiere obligaciones y valores emitidos por instituciones de crédito, para el fomento del turismo.
- i) Descuenta a las instituciones de crédito, títulos --provenientes de créditos otorgados a personas dedicadas a las actividades turísticas o conexas.
- j) Otorga créditos a personas dedicadas al turismo.
- k) Emite certificados de participación.
- l) Administra en cuentas individuales el fondo de seguro y ahorro de los guías y guías-choferes.
- m) Las demás relacionadas con el objeto del Fondo que -le señale el Ejecutivo Federal.

C A P I T U L O V

" ASPECTO PROMOCIONAL "

## ASPECTO PROMOCIONAL

CONCEPTO E IMPORTANCIA DE LA PROMOCION

Promoción es informar, persuadir o recordar al consumi--  
dor que los servicios turísticos que se ofrecen están disponi--  
bles en la plaza (canales de distribución) y al precio adecua--  
do, de acuerdo a la definición que se da en el libro "Intro--  
ducción a la Comercialización" editado en México por la Facul--  
tad de Contaduría y Administración, U.N.A.M.

A través de la promoción se puede incrementar nuestro --  
mercado principal que es Estados Unidos; así como diversifi--  
car nuestro mercado captando los mercados potenciales interna--  
cionales, y así también intensificar el mercado interno, por--  
medio de bajos precios y buen servicio, desde el punto de vig--  
ta funcional pero a menor costo.

El determinar la mezcla promocional más eficiente es o--  
tra de las tareas en la actividad turística. Se pueden usar -  
varios medios de promoción o diversas combinaciones de ellos.  
Los principales medios de promoción turística son: la Venta -  
Personal, la Publicidad (venta masiva), Promoción de Ventas y  
las Relaciones Públicas.

La Venta Personal.- Implica la existencia de relaciones personales directa entre los vendedores y los turistas, ya que la flexibilidad es su principal cualidad. El vendedor es con frecuencia una parte muy importante de la mezcla comercial porque puede adaptarse a las necesidades y circunstancias de cada pequeño mercado, y en un último análisis de cada posible cliente; la venta personal tiene la ventaja de que puede suministrar una retroacción inmediata ya que facilita la obtención de los objetivos del vendedor.

La Publicidad.- Es la principal forma de venta masiva, entendiéndose por publicidad: "La comunicación masiva pagada cuyo propósito final es proporcionar e impartir información, desarrollar actitud e inducir acción benéfica al anunciante". Cuando el mercado que interesa es amplio, como es el caso de la actividad turística, la publicidad masiva puede ser más efectiva y menos costosa que la venta personal.

Una de las formas más efectivas de publicidad que se asemeja con las relaciones públicas, utilizadas como un instrumento para la movilización social del sector y la toma de conciencia, de pretender el mejor trato y cortesía al visitante, así se llevará éste una buena impresión del país que visita y cuando el turismo vuelva a sus lugares de origen, hablará de México y sus recursos turísticos, promoviendo así al país con una buena imagen. Por ejemplo, el Consejo Nacional de Turismo

hace promoción a nivel internacional para crear una buena impresión y atraer al turismo extranjero; también la Secretaría de Turismo, primordialmente, hace publicidad a nivel nacional y ambos se valen de los siguientes medios: revistas, periódicos, carteles en la vía pública, tarjetas, programas y películas en varios idiomas, anuncios en locales comerciales, radio, televisión, catálogos, folletos, circulares y eventos promocionales, etc.

Promoción de Ventas.- Dentro de la promoción, un factor muy importante en la actividad turística es la promoción de ventas, en nuestro caso para turismo se utilizan principalmente eventos promocionales. Entendiéndose ésto, como la actividad que en mercadotecnia estimula las compras de los clientes y la eficacia del vendedor, tales eventos promocionales son: exposiciones, ferias, demostraciones, material promocional para comercios y varios esfuerzos de ventas no recurrentes que no entran en la rutina ordinaria.

Relaciones Públicas.- El cuarto renglón importante que involucra la promoción es el de las relaciones públicas, que ocupa un campo intermedio entre la publicidad y la información, al igual que los otros tres factores son formas de comunicar ideas y no sólo tienen un origen común sino una finalidad similar, al pretender informar, motivar y persuadir al turista empleando los medios y sistemas más idóneos.

Las relaciones públicas no pretenden directamente convencer o imponer, buscan un ambiente de comprensión, dando la información imparcial, sobre todo en el contacto personal, en - éste caso con el turista, entablando un diálogo, tanto con el personal de las líneas transportistas como con la recepción - del hotel o restaurante y hasta con el guía o intérprete de - turismo.

Hay que buscar entre el personal que atiende al turista - este toque profesional de relaciones públicas mediante una comunicación permanente, tal vez el éxito de algunos países po- tenciales en turismo se deba a las relaciones públicas.

Esta técnica se basa por una parte en el aprovechamiento de sugerencias, deseos, reclamaciones o iniciativas del público, clientes y empleados en el ambiente turístico y a través - de sondeos y contactos personales; por otra parte, los orga-- nismos encargados de la actividad turística desarrollan ésta - por medio de reuniones, coctéles, desayunos, visitas e inaugu - raciones, entrevistas, congresos, viajes, conferencias, etc. - y en general todo aquello que facilite la comunicación y el - contacto humano.

#### ACTUACION DE LOS ORGANISMOS PUBLICOS Y PRIVADOS

Los esfuerzos promocionales que ha realizado a cabo nues - tro país con respecto al turismo, han sido muy dispersos en - lo que se refiere a la organización de los distintos organig



mos encargados de la promoción turística de México; ya que, -- mientras el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) -- tiene un presupuesto de 25 millones para la promoción de Cancún e igual cantidad para Ixtapa, la Secretaría de Turismo -- lleva a cabo una campaña con un costo de aproximadamente 30 -- millones de pesos.

El Consejo Nacional de Turismo por su parte, edita carteles y folletos para su distribución en el extranjero; mas en la práctica cada quien realiza promoción por su parte sin haber una comunicación coordinada entre una y otra dependencia, sin reparar en el hecho de que se desperdicien los esfuerzos -- en vez de unificarlos y utilizarlos para llevar a cabo una -- adecuada promoción turística.

Por otra parte en lo que se refiere a la iniciativa privada integrada por los hoteleros y en general todos los prestadores de servicios turísticos, se dedican a promocionar individualmente su negocio, por medio de la publicidad masiva -- como anuncios en televisión, radio, periódicos, etc.

La promoción por parte del sector público se realiza de la siguiente forma: En territorio nacional era, hasta hace poco, la Dirección de Promoción y Fomento de la Secretaría de Turismo, la que distribuía folletos, carteles y demás material promocional por medio de sus oficinas y de sus delegaciones nacionales que supuestamente dan información al turista.--

Supuestamente, porque en base a entrevistas personales con algunos delegados estatales y federales del ramo, se llegó a la conclusión de que ellos no pueden dar información al público ya que no cuentan con el suficiente material informativo; y porque no cuentan con personal capacitado (bilingüe), y las más porque no tienen folletería de ningún tipo; en las ocasiones en que pueden dar folletos estos son de hoteles de la región, únicamente.

En este renglón hay varios puntos importantes que tocar pues las delegaciones de turismo en los estados funcionan de manera curiosa, ya que cuando un gobernador toma posesión de su cargo nombra a un colaborador como director estatal de turismo, y resulta por lo general que este casi nunca ha tenido experiencia en el área, y hay veces que estos colaboradores son extranjeros. El segundo caso es que la Secretaría de Turismo lo asigne en su cargo, como Delegado Federal por parte de ésta Secretaría. Otro de los puntos importantes es en el cual casi nunca hay cursos para los delegados y éstos no saben qué hacer cuando toman posesión; esto no se considera falla en ellos, sino de la Secretaría de Turismo pues esta dependencia quien debe capacitarlos y facilitarles manuales para operar correctamente. Estas delegaciones serían muy útiles para la misma Secretaría ya que éstas proporcionarían datos de gran utilidad para la elaboración de estadísticas de puntos tan importantes como: visitantes, nacionalidad, sexo, medio de transporte, ocupación, etc., que pudieran dar un indicador a la Secretaría, de los turistas que visitan los Esta-

dos en los cuales operan estas delegaciones.

En el Distrito Federal existe un módulo de información - que es bastante deficiente y no cuenta con personal suficientemente capacitado; casi nunca es posible encontrar folletos - ni mucho menos mapas y guías claras y objetivas de la ciudad y de las carreteras.

Con respecto a la información fuera del país, existe la Dirección de Delegaciones en el Extranjero de la Secretaría - de Turismo con oficinas en diferentes países, las citadas delegaciones se encuentran en:

#### DELEGACIONES

##### Estados Unidos

Chicago  
Dallas  
Denver  
Houston  
Los Angeles  
Miami  
New Orleans  
New York  
Phoenix  
San Antonio  
San Diego  
San Francisco  
Tucson  
Washington

##### Argentina

Buenos Aires

##### Canadá

Montreal  
Toronto

##### Japón

Tokio

Fuente: Secretaría de Turismo

Estas Delegaciones son las encargadas de proporcionar información turística a quien se la solicite; el mismo problema de falta de material promocional que se tiene en las delegaciones nacionales, existe también en las delegaciones en el extranjero y tampoco cuentan con manuales de operación y del funcionamiento de las mismas. Mientras que hay algunas que no realizan ningún tipo de actividad útil a la Secretaría de Turismo, hay otras que envían a México información que, de ser procesada sería de gran utilidad, pero esto no sucede y simplemente se archiva.

Por otra parte el Consejo Nacional de Turismo que cuenta también con oficinas en el extranjero y que en mi opinión es la entidad pública más dinámica en el campo de la promoción del turismo en el extranjero (como se menciona en el Capítulo II del presente trabajo), y que realiza actividades promocionales en forma muy importante, lo que realmente es muy meritorio, sin embargo, este tipo de promociones no las lleva a cabo dentro de un plan nacional de promoción turística, lo que considero una falla por parte del Consejo Nacional de Turismo.

A continuación se presentan algunas de las principales oficinas en el extranjero dependientes del Consejo Nacional de Turismo:

Estados Unidos

Chicago  
Houston  
Los Angeles  
New York

Canadá

Montreal  
Ontario  
Ottawa  
Vancouver

Sudamérica

Lima, Perú

Europa

Roma  
Madrid  
Londres  
Bélgica  
Holanda  
Luxemburgo  
Frankfurt  
París

Japón

Tokio

NOTA: La oficina de coordinación general para Europa se encuentra establecida en París, Francia.

FUENTE: Consejo Nacional de Turismo

PROMOCION PUBLICA Y PRIVADA DE TURISMO

El incrementar la demanda hasta un nivel satisfactorio es el objetivo básico de cualquier programa de promoción turística. El como será conjuntado dependerá de muchos factores como son: el nivel de desarrollo económico del área de promoción, magnitud de los componentes de la infraestructura, situación política, actitud y cohesividad de los interesados en la promoción y de las costumbres o tradiciones del lugar a promocionar.

La experiencia en otros países y en México, indican que la promoción turística a nivel estatal o nacional resulta mejor si existen esfuerzos conjuntos entre el sector público y el privado.

Por ejemplo en algunos países como Estados Unidos, existen asociaciones bi-partitas como el Hawaii Visitors Bureau que lleva a cabo actividades promocionales junto con el gobierno, cuando realizan campañas publicitarias por ejemplo, el Estado aporta un 70% del costo de la campaña y la asociación el 30% restante.

Un punto muy importante en este renglón de promoción -- conjunta es la determinación por parte del gobierno (Secretaría de Turismo), de una mejor coordinación de esfuerzos de puntos importantes a tocar en cualquier promoción del sector privado para que estén dentro de la estrategia general de promoción.

Las compañías de tours operators, las grandes agencias internacionales de viajes, las aerolíneas y los hoteles, deben de estar enterados del esfuerzo promocional que se piensa realizar y la cooperación y coordinación entre ella y la Secretaría de Turismo debe ser lo más amplia posible para lograr objetivos comunes y así poder incrementar el turismo -- que viene a México.

Toda esta promoción deberá ser respaldada con campañas publicitarias eficientes y deben ser evaluados los resultados de los esfuerzos para, en su caso, corregir la estrategia y optimizarla.

Un ejemplo de lo anterior, fue la semana de México en New York, efectuada del 12 al 20 de septiembre de 1975; fue una muy buena promoción turística organizada por la Secretaría de Turismo a través de su delegación en esa ciudad norteamericana y la colaboración de algunas organizaciones mexicanas establecidas en esa ciudad. El esfuerzo unido logró que una comunidad de la magnitud de la ciudad de New York - sonara el nombre de México y se despertara un interés por nuestro país.

C A P I T U L O V I

" ASPECTO LEGAL "



## ASPECTO LEGAL

IMPORTANCIA

La importancia del aspecto legal en cualquier tipo de relaciones interhumanas, radica en esencia, primordialmente, en dotar de seguridad y certeza de justicia a los intereses reconocidos jurídicamente dentro de estas relaciones; en nuestro caso, la actividad turística es rica en esta clase de relaciones, ya sea del turista con el estado, con empresas privadas dedicadas a ofrecer servicios turísticos y en general con todos los miembros de la sociedad que en un momento determinado tienen relación con el turista.

Las normas jurídicas relativas al turismo, intentan pues dar al turista la misma seguridad y certeza de justicia que éste encuentra en su lugar de origen.

Psicológicamente esta situación es de gran importancia para influir en el ánimo de las personas que piensan tomar la decisión de viajar a otros lugares en plan de turistas, ya que, si saben de antemano que al lugar que eligieron van a encontrar la seguridad y protección debidas, estas personas indiscutiblemente que ya tienen un punto importante a su favor para llevar a cabo su viaje.

Es por ésto que la importancia del aspecto legal del turismo en México es primordial y que por medio de la legislación vigente es regulada esta importante actividad.

### LEYES Y REGLAMENTOS QUE REGULAN EL TURISMO EN MEXICO

La actividad turística en nuestro país está regulada por dos diferentes tipos de legislación, ésto es, que en primer lugar es regulada en forma directa por la legislación que contiene normas cuyas disposiciones recaen directamente sobre la actividad turística, en este caso, la Ley Federal de Fomento al Turismo, la Ley General de Población y el Código Aduanero; y en segundo lugar, la legislación que regula la actividad turística indirectamente, ésto es, la legislación que contiene normas cuyas disposiciones recaen indirectamente sobre la actividad turística, en este caso, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Código Sanitario, el Código Civil para el Distrito Federal, el Reglamento de Agencias de Viajes, la Ley de Vías Generales de Comunicación, la Ley Federal del Trabajo, el Código de Comercio, etc.

Para que se aprecie más claro lo anterior, a continuación se presenta en forma más amplia cada uno de los tipos de legislación y las leyes y reglamentos que las integran.

## a) LEGISLACION DIRECTA

Dentro de la legislación directa se encuentran las siguientes leyes:

Ley Federal de Fomento al Turismo..- Esta ley fue publicada en el Diario Oficial el 28 de enero de 1974 y fue promulgada en sustitución de la Ley Federal de Turismo. La Ley Federal de Fomento al Turismo es el ordenamiento básico del turismo en México, y tiene por objeto el fomento y la protección de la actividad turística y está dividida en 10 capítulos que son:

- I.- Disposiciones Generales
- II.- De la Jurisdicción y Competencia
- III.- De la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo
- IV.- Del Fomento al Turismo
- V.- De los Prestadores de Servicios Turísticos
- VI.- Del Turismo Social
- VII.- De las Empresas Turísticas Ejidales y Comunes
- VIII.- De las Zonas de Desarrollo Turístico Nacional
- IX.- Del Fondo Nacional de Fomento al Turismo
- X.- De las Infracciones

"Disposiciones Generales" (Cap. I).- Trata del objeto de esta ley y de las personas que gozan de la protección de la misma.

"De la Jurisdicción y Competencia" (Cap. II).- Trata de las atribuciones de la Secretaría de Turismo, que en este caso es la máxima autoridad en materia de turismo.

"De la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo" (Cap. III).- Trata de la creación y del objeto de dicha comisión, la cual fue creada con el objeto de resolver en forma coordinada los asuntos turísticos relacionados con las atribuciones de dos o más dependencias del Ejecutivo.

"Del Fomento al Turismo" (Cap. IV).- El objeto principal es el coordinar y revisar los programas de publicidad -- que por parte del sector privado se realicen y el fomento de las actividades turísticas que realice la Secretaría de Turismo por medio de las campañas oficiales de publicidad.

"De los Prestadores de Servicios Turísticos" (Cap.V).-- La Ley Federal de Fomento Turístico establece las obligaciones y derechos a que están sujetos todos los prestadores de servicios turísticos y de todas las personas relacionadas directamente con el turismo; también establece el Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán estar inscritos todos los prestadores de servicios.

"Del Turismo Social" (Cap. VI).- La ley establece que -- por medio de la Secretaría de Turismo se promuevan las medi-

das necesarias para impulsar el turismo social interior, con el objeto de que la mayoría de los habitantes del país puedan participar en los programas turísticos.

"De las Empresas Turísticas Ejidales y Comunales" (Cap. VII).- La ley establece, que la Secretaría de Turismo en coordinación con el Departamento de Asuntos Agrarios y Colonización promoverá la constitución de empresas turísticas ejidales y comunales en las zonas de desarrollo turístico.

"De las Zonas de Desarrollo Turístico Nacional" (Cap. VIII).- Establece que, la Secretaría de Turismo promoverá en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional, considerando como tales, las que por sus cualidades naturales, históricas, culturales o típicas constituyan un atractivo turístico.

"Del Fondo Nacional de Fomento al Turismo" (Cap. IX).- La ley establece que "se crea el Fondo Nacional de Fomento al Turismo que tendrá como objeto asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de fomento al turismo".

"De las Infracciones" (Cap. X).- La ley establece que: - la Secretaría de Turismo para cumplir con las atribuciones -- que esta ley y sus reglamentos le señalan, podrá practicar -- las visitas de inspección que considere pertinentes, así como aplicar las sanciones que procedan.

Ley General de Población.- Esta ley fue publicada en el Diario Oficial el 7 de enero de 1974, y el objeto de ésta es, con respecto al turismo regular por medio de la Secretaría de Gobernación la entrada y salida de extranjeros al país; en su artículo 41, la presente ley establece que "los extranjeros -- podrán internarse legalmente en el país de acuerdo con las -- siguientes cualidades: A) No inmigrante y B) Inmigrante; y en el artículo 42 dice: "no inmigrante es el extranjero que con-- permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente, entre otras características como: turista, con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, cultura les o deportivas, no remuneradas ni lucrativas, con temporalid ad máxima de seis meses improrrogables".

Código Aduanero.- Este código establece en su artículo - 291 lo siguiente: "Se entiende que son pasajeros, las perso-- nas que entren o salgan del país, a excepción de los transéun tes entre las poblaciones mexicanas fronterizas y las extran-- jeras vecinas a la línea divisoria". "De los considerados en-- general como pasajeros, tienen condiciones especiales: los re patriados, los mexicanos deportados, los inmigrantes y los TU RISTAS".

En su artículo 292 dice: "Los pasajeros especiales com-- probarán su calidad migratoria como sigue: los inmigrantes y - TURISTAS, con el documento legal que les expidan las autorida des de migración o sus auxiliares".

Y por último en su artículo 303 se refiere a la revisión de equipajes a bordo de los vehículos que conduzcan turistas y entren al país en grupos organizados.

#### b) LEGISLACION INDIRECTA

Dentro de la legislación indirecta se presentan a continuación algunas de las principales leyes, reglamentos y convenios que se relacionan en forma indirecta con la actividad turística.

Constitución Política Mexicana.- En su capítulo I concierne a las garantías individuales, la constitución extiende la protección que emana de dichas garantías a todos los individuos, por el solo hecho de encontrarse dentro del territorio nacional; lo cual nos da a entender que el turista también goza de estos derechos fundamentales.

Otros artículos de la constitución que tienen vinculación con la actividad turística son: Art. 11, Art. 73 fracción XVI, Art. 76 fracción I y el Art. 89 fracción X.

Código Civil para el Distrito Federal.- En lo relativo a los contratos de hospedaje, artículos 2666 a 2669; aplicables a hoteles, moteles, apartamentos, etc.

Código de Comercio.- Desde el año de 1934 se reformó la Fracción VIII del Artículo 75, para incluir dentro de los actos de comercio los que realizan las empresas turísticas.

Ley Federal del Trabajo.- En el capítulo XIV "Trabajo en Hoteles, Restaurantes, Bares y otros establecimientos análogos"; Art. 344 y 349.

Código Sanitario.- Con respecto a la sanidad en materia de migración en el capítulo VI se establece el control sanitario de todas las personas que se internan en el país.

Dentro de los reglamentos y convenios que regulan indirectamente la actividad turística tenemos a continuación algunos de los más importantes:

Reglamento de Agencias de Viajes.- Publicado en el Diario Oficial el 10 de octubre de 1969.

Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.- Publicado en el Diario Oficial el 6 de mayo de 1942.

Reglamento de Expendios de Bebidas Alcohólicas.- Publicado el 16 de mayo de 1944.

Reglamento de Parques Nacionales e Internacionales.- Publicado el 20 de mayo de 1942.



Reglamento de Guías de Turistas, Guías-Choferes y Similares.- Publicado en el Diario Oficial el 14 de agosto de 1967.

Reglamento de Restaurantes, Cafés, Bares y Cabarets.- Publicado en el Diario Oficial el 8 de febrero de 1962.

Convenio Provisional de Aviación Civil Internacional.- Publicado en el Diario Oficial el 12 de septiembre de 1946.

Convenio Sobre Transportes Aéreos entre México y Estados Unidos.- Publicado en el Diario Oficial el 2 de julio de 1962.

Acuerdo del Secretario de Comunicaciones y Transportes sobre Vuelos Charters.- Publicado el 26 de agosto de 1969.

#### ORGANISMOS ENCARGADOS DEL CONTROL LEGAL

Dentro de los organismos encargados del control legal -- del turismo en México y los que tienen relación con esta actividad se encuentran:

Secretaría de Turismo.- Indiscutiblemente este es el organismo oficial que regula la actividad turística en el país -- en coordinación con todas aquéllas secretarías y departamentos de estado que tengan competencia con la actividad turística.

Secretaría de Gobernación.- Registra y documenta a los -  
turistas que se internan en el país, a efecto de que queden -  
ampliamente protegidos por nuestras leyes.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público.- Se encarga de  
supervisar el control en las aduanas y de cuidar de que los -  
turistas tengan libertad para introducir al país sus efectos-  
personales y a la vez evitar la introducción de productos o -  
mercancías que nada tienen que ver con los objetivos que para  
tener la calidad de turistas señala la ley.

Secretaría de Industria y Comercio.- Lleva a cabo la vi-  
gilancia y el control de precios, particularmente en lo que -  
se refiere a artículos de consumo y establecer las tarifas pa-  
ra la prestación de aquéllos servicios que considere necesaa-  
rios.

Secretaría de Salubridad y Asistencia.- Se encarga de la  
vigilancia y el control de medidas sanitarias en todos los es-  
tablecimientos que prestan servicios turísticos (restaurantes  
hoteles, bares, etc.); también cuida de que el estado de sa-  
lud de las personas que se internan en el país sea el adecua-  
do y hacer que se cumplan las disposiciones del Código Sanita-  
rio y sus reglamentos.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes.- Tiene entre  
otras funciones fijar las normas técnicas del funcionamiento-

y operación de los transportes y las tarifas para el cobro de los servicios públicos de las comunicaciones y de los transportes terrestres, aéreos y marítimos; otorgar permisos y negociar convenios para la operación de líneas aéreas nacionales e internacionales y la vigilancia técnica de su funcionamiento y operación.

Secretaría de Obras Públicas.- Lleva a cabo la construcción y conservación de los caminos y puentes federales, en cooperación con los gobiernos de los estados, municipios y particulares; y en general participar y auxiliar en la construcción de obras de infraestructura de zonas turísticas.

Secretaría de Educación Pública.- Cooperar con la Secretaría de Turismo en la protección y mantenimiento de monumentos y lugares históricos y artísticos, con el fin de mantener y aumentar la atracción al turismo.

Secretaría de Relaciones Exteriores.- Gestionar la celebración de arreglos y convenios con gobiernos y empresas extranjeras que tengan por objeto facilitar el intercambio turístico, en colaboración con la Secretaría de Turismo.

Departamento de Asuntos Agrarios y Colonización.- En coordinación con la Secretaría de Turismo promueve la constitución de empresas turísticas ejidales y comunales en las zonas de desarrollo turístico.

CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Por medio del presente Seminario de Investigación, he tratado de presentar los aspectos importantes que intervienen en la actividad turística en nuestro país, a través del cual llegué a las siguientes conclusiones:

1o.- Es innegable que el turismo es una actividad que desempeña un papel muy importante dentro de la actividad económica nacional, ya que, el turismo representa una de las fuentes más dinámicas de ingresos de divisas extranjeras para nuestro país, y a través de estos ingresos permite que México, sino en una forma total, sí en una forma de considerable importancia pueda lograr en cierta medida el equilibrio de la balanza de pagos, y por consiguiente, a disminuir el déficit que en ésta se presenta.

2o.- El turismo representa un factor muy importante dentro del avance económico y social del país, ya que el turismo es una fuente generadora de nuevos empleos y participa en la creación de nuevos polos de desarrollo regional.

3o.- México cuenta con grandes recursos turísticos, que por medio de una adecuada promoción, tanto por parte del sector público como por parte del privado puede hacer que nuestro país logre un lugar preponderante dentro de los países potencialmente turísticos.

Por otra parte, es muy importante que para que el turismo alcance en nuestro país los objetivos que persigue, es indispensable subsanar una serie de deficiencias que limitan el desarrollo de esta actividad, dentro de las cuales las más importantes son:

a) Con respecto a la tenencia y titulación de la tierra, resulta evidente que éste es uno de los problemas que afectan en parte al fomento de las inversiones privadas para el establecimiento de nuevas empresas turísticas, ya que no existe una adecuada titulación de la tierra y por consiguiente los inversionistas corren el riesgo de que en un momento dado resulten afectados sus intereses.

b) La falta de planeación en la infraestructura, es otro de los problemas que tiene el turismo en México, ya que propicia la creación de cinturones de pobreza que se forman paralelamente a los centros turísticos; tal es el caso de Acapulco, en donde existe por un lado un gran centro turístico, pero por el otro lado existe una ciudad surgida sin ninguna previsión, que carece en gran parte de los principales servicios, lo que a la larga representa una obligación más a la que tiene que hacer frente el Gobierno Federal.

c) La falta de coordinación y la duplicidad de funciones en el aspecto promocional por parte de los organismos oficiales.

d) La dispersión e imprecisión de registros y datos estadísticos, que en mi opinión, son básicos para la planeación de proyectos turísticos.

e) El alto precio del transporte aéreo hacia México.

Sin embargo considero, que con la restructuración de la Secretaría de Turismo y con la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, que en mi opinión, van acordes y en la dirección correcta, los problemas anteriores se solucionen y eliminen, para que día a día nuestro país se supere y logre la independencia económica de la cual carece actualmente.

BIBLIOGRAFIA



## BIBLIOGRAFIA

ARRILLAGA, José Ignacio de  
Sistema de Política Turística  
Madrid, 1955

BANCO DE MEXICO  
Encuesta del Turismo Receptivo en México  
México, 1973

DEPARTAMENTO DE TURISMO  
El Turismo como Medio de Comunicación Humana  
México, 1969

DEPARTAMENTO DE TURISMO  
Enciclopedia Mexicana de Turismo  
México, 1969

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION, UNAM  
Introducción a la Comercialización  
México, 1974

GONZALEZ, A. Alpuche Juan  
Temática y Legislación Turística  
México, 1970

IMPULSORA DE EMPRESAS TURISTICAS  
Estudio General del Desarrollo del Turismo en México  
México, 1968

MAC DONALD, Escobedo Eugenio  
Una Aproximación al Conocimiento Turístico  
México, 1970

MENDOZA, Camacho Francisco  
Estímulos a las Sociedades que Fomentan el Desarrollo Industrial y Turístico  
Tesis, F.C.A., UNAM.  
México, 1970

ORIA, y H. Jorge  
Promoción de Empresas  
Tesis, F.C.A., UNAM.  
México, 1974

ORTUÑO, Martínez Manuel  
Introducción al Estudio del Turismo  
México, 1973

PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL  
Reunión Nacional de Estudio para el Desarrollo  
del Turismo Interior  
México, 1970

#### LEYES Y REGLAMENTOS

Código Aduanero

Código Civil para el Distrito Federal

Código de Comercio

Código Sanitario y su Reglamento

Constitución Política Mexicana

Ley Federal de Fomento al Turismo

Ley Federal del Trabajo

Ley General de Población y su Reglamento

Reglamento de Agencias de Viajes

Reglamento de Guías de Turistas, Guías-Choferes y Similares

#### REVISTAS Y BOLETINES

Boletín de la Asociación Mexicana Automovilística

Cancún y la Ruta Maya

Revista Servicio