

EL COLEGIO DE MEXICO  
CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

MITOS Y REALIDADES DEL TURISMO EN MEXICO  
(1976 - 1981)



TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES  
PRESENTA, ROSARIO ASELA MOLINERO MOLINERO.

MEXICO, D. F.

JUNIO 11, 1982.

They say is better to travel  
than to arrive.

Lawrence

a la memoria de Angeles y Raymundo

A Acele y Rufino  
Juanita y Eutiquiano

## AGRADECIMIENTOS

Mi más profundo agradecimiento al Profesor Emilio Ojeda cuya orientación, consejos, ayuda y paciencia hicieron posible la elaboración de esta tesis.

Quedo agradecida igualmente con Marie Francoise Lanfant del Centre National de la Recherche Scientifique en Paris, quien a pesar de no conocerme me brindó su apoyo mediante información sumamente valiosa. Reitero, asimismo, un reconocimiento especial a los Profesores Bernardo Sepúlveda, Samuel L. del Villar, Octavio Moreno Toscano, Rosario Green, Marco Palacios, Alicia Puyana, Sergio Aguayo, Huberto Garza y Blanca Torres por sus atinados comentarios sobre el fenómeno turístico.

Quiero hacer hincapié en que fueron muchas las personas que colaboraron en esta tesis ya sea aportándome información, discutiéndome el fenómeno turístico mexicano o animándome a continuar mi investigación. Mil gracias a todos ellos, en especial a Héctor Mendoza, Octavio Obregón, Martín Torres, Raúl Cidre, José Homobono Perea, Vidal Ibarra, Rafael García Rosas, Patricia Fernández de Castro, Víctor Kerber, Gustavo Galindo y a mis compañeros de generación. A todos ellos, mi más sincero reconocimiento.

## INDICE

### PREFACIO

INTRODUCCION	3
EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL	1
Definición y características	1
Importancia económica del turismo a nivel mundial	8
-Importancia económica del turismo para los países en vías de desarrollo	11
LA EVOLUCION DEL TURISMO EN MEXICO	19
→El despegue del turismo en México	19
→En búsqueda de una política turística	22
El periodo de Luis Echeverría	25
La actual política turística	28
El deterioro de la "industria de la hospitalidad"	44
La sobrevaluación del peso y sus repercusiones en el sector turístico mexicano	47
IMPORTANCIA ECONOMICA DEL TURISMO	53
El flujo de la balanza de viajeros	55
-Turismo y cuenta corriente de Balanza de Pagos	67
La oferta de servicios turísticos	70
La generación de empleo	73
LA INTERNACIONALIZACION DEL TURISMO EN MEXICO	79
Las empresas transnacionales y el turismo	79
La regulación de la inversión extranjera en el sector turístico mexicano	86
El proceso de comercialización del turismo en México	102
La hotelería	103
La industria del transporte aéreo	106
Las organizaciones de giras turísticas	108
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
BIBLIOGRAFIA	120

ANEXO I: Modificaciones a la Ley Federal de Turismo

ANEXO II: Relación de empresas extranjeras con inversión mayoritaria en el capital social de las empresas turísticas

ANEXO III: Diagrama de integración turística

TURISMO

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES	10
INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	10
DEFINIMIENTO DEMOGRAFICO DE ACAPULCO	21
BALANZA COMERCIAL DE MEXICO 1950-1975	23
GASTO MEDIO POR TURISTA MEXICANO 1974-1975	27
PRINCIPALES INDICADORES TURISTICOS DE MEXICO A MAYO DE 1981	42
COMPARACION DE PRECIOS P.A. CONCEPTO DE PRE- TACIONES DE SERVICIOS EN LOS MEXICO Y LOS E- TADOS UNIDOS 1981	42
COMPARACION ENTRE LOS PRECIOS DE HOTELES MEXICANOS Y NORTEAMERICANOS CON BASE A LA OCUPACION DOBLE POR DIA 1981	48
AFLUENCIA TURISTICA 1976-1981	58
TURISMO MEXICANO Y SU VINCULACION CON LOS ESTADOS UNIDOS 1976-1981	62
COMPOSICION DEL TURISMO RECEPTIVO MEXICANO POR LUGAR DE PROCEDENCIA 1976-1981	64
GASTO MEDIO POR TURISMO EXTRANJERO Y MEXICANO V.O. 1976-1980	61
INFLUENCIA DEL TURISMO Y LAS TRANSACCIONES DE FRONTERIZAS EN CUENTA CORRIENTE DE BALANZA DE PAGOS 1976-1981	65
FINANCIAMIENTO DEL DEFICIT EN CUENTA CORRIENTE DE BALANZA DE PAGOS 1976-1981	69
OFERTA HOTELERA GENERADA POR FONATUR 1976-1981	70
EMPLEO GENERADO EN EL SECTOR TURISMO 1976-1981	75
ALGUNAS EMPRESAS TURISTICAS EN LA RAMA HOTELE- RA CON PARTICIPACION NORTEAMERICANA EN EL CA- PITAL SOCIAL MAYOR AL 50 POR CIENTO 1981	95
DISTRIBUCION DE PLAZAS-CAMA DE HOTEL EN EL MUNDO 1977	104

## PREFACIO

Esta tesis se hace en la provincia que empezó a tra-  
bajarse de tiempo atrás y de manera especial a lo largo de  
1981. De tal forma, las conclusiones que se anuncian en el  
trabajo como fait accompli se desarrollaron durante  
la elaboración de la investigación. Entre el sentido a es-  
te respecto parece el resto de la subevaluación del país me-  
xicano. Con el retroceso del Banco de México del mercado de  
cambios en febrero de este año, se aclararon y tomaron for-  
ma ciertos acontecimientos que eran vistos como hipótesis  
al momento de la redacción inicial. De ello resulta que al-  
gunas de las previsiones pudieran aparecer o como puestas -  
en duda o como demasiado obvias. Creemos, sin embargo, que  
las suposiciones originales siguen siendo válidas y que mu-  
chas de ellas incluso quedan comprobadas a la luz de los  
acontecimientos recientes. A esto hay que añadir que pese  
a que el período estudiado acaba hasta 1981, hubiera de  
incorporarse además cambios importantes que se suscitaron a  
raíz del fenómeno devaluatorio.

Por otro lado, es menester subrayar que las este-  
adísticas con las que se cuenta en México acerca de la proble-  
mática turística son escasas, y en general, de mala calidad.  
De ahí que la autora haya tenido que forjar sus propios cua-  
dros estadísticos sobre esas bases e incluso corregir muchos  
de los existentes.

Finalmente, queda por señalar que aunque se ha he-  
cho mención al turismo mundial en general, el énfasis ha si-  
do puesto en relación con el caso norteamericano puesto que  
representa, con mucho, el principal mercado turístico para  
México.



## INTRODUCCION

Mitos se han creado alrededor del turismo: mitos que ocultan y distorsionan por falta de información, de análisis y por la excesiva retórica, realidades que han de ser elucidadas.

El turismo, como fenómeno social, es campo virgen para los científicos sociales. La reflexión en esta materia ha sido prácticamente inexistente. La carencia de información teórica se hace evidente en la medida en que observamos los métodos de análisis utilizados por las diversas disciplinas sociales. Y es que la actividad turística se encuentra ligada a diversas ramas del saber humano. La sociología lo visualiza como una actividad destinada al goce del tiempo libre que obedece a impulsos individualistas que denotan el deseo de evasión, a normas concretas de comportamiento y a limitaciones de la colectividad humana.

Desde el punto de vista económico, la actividad turística es "un acto que supone desplazamiento momentáneo, con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacciones y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generalmente mediante una previa inversión." <sup>1/</sup> Más aún, desde esta misma perspecti-

---

<sup>1/</sup> Manuel Figuerola Palomo. "Elementos de una teoría económica del turismo y métodos de análisis cuantitativos" en Travel Research Journal. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1980, p. 42.

va, el turismo se estudia en términos generales en tanto que tiende a generar riqueza, pero también, en lo particular, como generador de empleo que incide en una mayor redistribución de la renta; como fuente de aportación de divisas necesarias para cubrir desequilibrios en cuenta corriente de balanza de pagos; como generador de rentas fiscales y por su incidencia en el consumo. Políticamente, se ha concebido al turismo como el uso del tiempo libre sin fines lucrativos que fomenta el entendimiento entre los pueblos y las naciones, a más de ser un instrumento de prestigio internacional.

No obstante, la mayoría de las investigaciones en esta materia son realmente pobres o dispersas en enfoques parciales. Así, pese a que estamos conscientes de la validez de enfocarlo al turismo desde ángulos parciales, creemos en la eminente necesidad de realizar estudios interdisciplinarios que subrayen análisis globales de la actividad turística, en donde puedan contemplarse todos sus aspectos y matices. De tal suerte, a lo largo del presente trabajo se trató de tomar en consideración estas influencias, aunque hayar sido tratadas en forma que pueda considerarse superficial. Este enfoque en cierta medida ha permitido contemplar diversos supuestos planteados sobre las características fundamentales de la llamada "industria sin chimeneas" en nuestro país, que no hubiesen podido ser explicados, sólo a través de un punto de vista economicista tradicional.

En suma, hemos tenido en consideración que una nueva concepción del turismo debe observar esta actividad como un sistema en el que participan el turista, los prestadores de servicios, los gobiernos y la comunidad anfitriona, dado que es estamos que en la medida en que la integración de seres, métodos, tecnología, información, comunicación, organización y metas se lleve al cabo, el turismo tendrá sus efectos más po-

sitivos y cobrará vida.

Esta nueva visión nos llevó a tratar de analizar la estructura turística tomando como soporte principal el planeamiento y el mercado en el que se desarrolla esta actividad. En este sentido, creímos pertinente caracterizar el proceso de internacionalización que ha sufrido el turismo y analizar los componentes básicos de este proceso, primordialmente, las grandes corporaciones turísticas, el proceso de comercialización del producto turístico a más del mercado oligopólico que registra esta actividad.

Por otro lado, pero de igual importancia, hemos tenido cuidado a lo largo de la redacción la observación de algunos aspectos que condicionan en cierto momento el desenvolvimiento del sector de la hospitalidad. Estos factores, coyunturales y momentáneos, entre los que destacan las tendencias del crecimiento económico, la inestabilidad política, las variaciones en el tipo de cambio, los procesos inflacionarios, entre algunos, alteran el normal desarrollo de la actividad turística e incluso, pueden llevarla a una verdadera crisis.

Asimismo, esta tesis ha tratado de hacer hincapié en la necesidad urgente de perfeccionar las estadísticas de turismo en nuestro país. En efecto, un problema que preocupa a los estudiosos de la materia es aquél que se refiere a la validez de la actual recopilación de información base. Pese a que el turismo presenta graves problemas para poder medir sus variables -dado el carácter móvil del turista, la diversidad de servicios, su carácter estacional y la paulatina liberalización de trabas aduaneras y monetarias que han introducido los países- es urgente resaltar la necesidad imperante en México y en el mundo de unificar los criterios de medición en esta rama económica y social.

Un renglón muy importante dentro de la actividad turística es el que corresponde a la planificación. A la luz de este concepto, el trabajo trató de estudiar la planificación del sector de la hospitalidad mexicana, especialmente durante el período 1976-1981. De ahí que la investigación, asimismo, haya tratado de elucidar las principales directrices y formas materiales de manifestación de la política turística del gobierno mexicano a corto y largo plazos.

Finalmente, el estudio subrayó la urgencia de actuar con diversos estamentos coordinadamente; es decir, destacó - que sólo mediante una política integrada que evite las acciones unilaterales e independientes, se podrá transformar el actual horizonte en que se encuentra anclado el turismo en México.

A la luz de lo anterior, cabe señalar que esta investigación planteó como hipótesis principal y central que la sobrevaluación del peso mexicano y la desorganización del sistema turístico mexicano han llevado, paulatinamente, al deterioro del sector de la hospitalidad mexicana.

La idea anterior fue abordada estructurando el trabajo en cinco apartados o capítulos.

El primer apartado trata de definir el turismo observando sus principales características a más de intentar evaluar su importancia socio-económica a nivel mundial, en general y su influencia en los países en vías de desarrollo, en particular.

El segundo capítulo de esta tesis subraya el desarrollo del turismo haciendo una breve historia de la evolución de esta actividad en nuestro país. Se trató, asimismo, de darle un mayor peso al período 1976-1981 mediante la observación de la política turística gubernamental y las tendencias primordiales que ha venido mostrando este sector. Por otra par

te, este apartado, reveló el actual deterioro de la llamada "industria sin chimeneas" explorando, de manera general, los efectos de la sobrevaluación del peso mexicano en materia turística así como los factores coyunturales que han deteriorado el sector de la hospitalidad.

Un tercer punto de este trabajo a discutir son las principales tendencias, cuantitativamente hablando, que han mostrado los indicadores turísticos en el periodo 1976-1981.- De ahí que la afluencia turística, la contribución del turismo en cuenta corriente de balanza de pagos, la oferta hotelera y la generación de empleos hayan sido abordados.

El cuarto capítulo titulado "La internacionalización del turismo" trató de vislumbrar las principales formas de inversión extranjera en el sector turístico mexicano, su regulación -mediante el análisis de la Ley de Inversiones Extranjeras y su proyección en el sector turismo- y el proceso de comercialización de la actividad de la hospitalidad en nuestro país.

Finalmente, a manera de conclusión, se expusieron algunas recomendaciones y alternativas en torno al fenómeno turístico mexicano.

## Capítulo I

### EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL

#### Definición y Características

Para caracterizar la actividad turística como fenómeno social es menester tomar en consideración una varia da composición de factores heterogéneos. Intentar, por lo mismo, una definición global, presenta serias dificultades. Dos criterios, sin embargo, han de incluirse para el tratamiento de dicho fenómeno: primero, que se trata de un desplazamiento temporal de personas de su localidad de origen tendiente a ocupar su tiempo libre sin fines lucrativos; y, segundo, que ha de existir una organización, pública y/o privada, de los recursos y servicios de un país que permita la posibilidad de dicho desplazamiento.

A más de estas dos nociones básicas, existen otros elementos que caracterizan al turismo y pueden ayudar a definirlo. Así, funge como una vía trasmisora y receptora de cultura, fomenta la comunicación humana, actúa como un negocio que permite competencia y especialización y es un producto y medio publicitario que motiva la evasión. Tiene la función, asimismo, de complementar las economías de los países, no sólo mediante la obtención de divisas, sino también al través del desenvolvimiento de ciertas ramas de los transportes y de la construcción, a la vez que genera empleos en la localidad, reactiva la industria artesanal, y se conduce

como un medio de aculturación mediante sus efectos demostrativos. <sup>2/</sup> Finalmente, el turismo es también un factor importante en la política internacional. En palabras de Octavio Moreno Toscano:

En tanto que el turismo es un medio de contacto entre seres de distintas nacionalidades, sirve para difundir los valores de otro país y ejerce el efecto demostrativo del sistema de vida dominante sobre el dominado; es una forma de -propaganda, un vehículo de conquista cultural y, por tanto, un factor real de las relaciones internacionales. <sup>3/</sup>

En efecto, el mundo del turismo no es sólo la presencia de enclaves o viajeros, es también el reflejo de un modelo de vida que el turista o travel businessman y su organización social encarnan y que traducen para los diversos países en mitos que vertebran la cultura del ocio. <sup>4/</sup>

De tal manera, el estudio del fenómeno turístico debe observar e integrar necesariamente diversos aspectos económicos, sociales, políticos y culturales al tratar de abordar este tema.

Al examinar, sin embargo, una serie de trabajos de investigación en materia turística -tanto a nivel mundial como nacional- nos encontramos que la metodología utilizada tiende a concentrarse en estudios de oferta y demanda turística en

---

<sup>2/</sup> Erdmann Gormsen, et al. El turismo como factor de desarrollo regional en México. Mainz: Geographisches Institut der Johannes Gutenberg Universität, 1977, pp. 6-9.

<sup>3/</sup> Octavio Moreno Toscano. "Infraestructura bélica y turismo" en Foro Internacional, 45, México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, julio-septiembre de 1977, p. 81.

<sup>4/</sup> Armand Mattelart. "La industria del turismo" en La cultura como empresa multinacional. México: Serie Popular Era, 1979, p. 119.

una zona o país determinado y que la observación de la interrelación del fenómeno turístico con el orden mundial prevalente es poco frecuente. Es menester, en este sentido, hacer hincapié en que no basta considerar el impacto económico inmediato del turismo. La generación de renta y empleo, al decir de Toró Hóivik, Director del International Peace Research Institute en Noruega, no son por sí solos una garantía de desarrollo. <sup>5/</sup>

Por otro lado los estudios sobre turismo se han encontrado con otra limitante: su inscripción a determinadas pautas tanto de los gobiernos nacionales como de los grandes emporios turísticos privados. Así, por ejemplo, la realización de estudios de turismo se encuentra, en la mayoría de los casos, inscrita dentro de la política económica en su conjunto y dentro de los master plans o planes nacionales de turismo, en particular. De tal suerte, estos estudios más que estar encaminados al análisis crítico de la "industria de la hospitalidad", tratan de establecer planes concretos a corto y largo plazo los cuales, muchas veces, sólo reproducen los esquemas de funcionamiento e instrumentos de política turística de los países con gran potencial y afluencia turísticas.

En suma, si bien la visión predominante entre los estudiosos del turismo ha tendido al análisis económico en virtud de que el turista consume y deja dinero, debe advertirse que el fenómeno turístico no trae aparejados los mismos beneficios para los países desarrollados y los subdesarrollados, debido, principalmente, a que el turismo como producto de venta dentro del mercado mundial sufre las consecuencias de la competencia

---

<sup>5/</sup> Toró Hóivik y Turid Heiberg. "Turismo entre centro y periferia y la autosuficiencia" en Revista Internacional de Ciencias Sociales, XXXIII, París: Unesco, 1980, p. 85.



técnica y económica. <sup>6/</sup> En efecto, al igual que en otras actividades económicas dentro de las empresas y la organización turística ha hecho su aparición una tecnoestructura formada por un cuerpo especializado de técnicos, administradores y planificadores turísticos, con talento y experiencia, que son el cerebro de las grandes empresas. Estas, a su vez, mediante políticas de inversiones diversificadas han ido formando verdaderos sistemas que abarcan todos los servicios turísticos. El turismo, pues, no debe estudiarse ya como una serie de industrias separadas entre sí, sino que de bemos evidenciar que la actividad turística, como organización, se ha convertido en un verdadero sistema; en palabras de Marie Françoise Lanfant:

en un conjunto de agentes coordinados entre sí por lazos voluntarios o involuntarios, constitutivos de redes de acción que gan su fuerza y su coherencia a esta forma de actividad particular que es el turismo internacional. <sup>7/</sup>

Esta tendencia hacia la planificación y la concentración de los servicios turísticos en empresas integradas puede ser ejemplificada mediante la observación de algunos casos. En su libro, La cultura como empresa multinacional, Armand Mattelart distingue dos tipos de conglomerados o sistemas turísticos: aquéllos que congregan cadenas hoteleras que pertenecen a grandes líneas de aviación y los que son propiedad de las grandes corporaciones. <sup>8/</sup> El primer grupo puede ser e-

<sup>6/</sup> Organización Mundial del Turismo. Estudio económico del Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1980, p. 246.

<sup>7/</sup> Marie Françoise Lanfant. "La internacionalización del turismo" en Revista Internacional de Ciencias Sociales, op. cit., p. 24.

<sup>8/</sup> Mattelart, op. cit., p. 121.

gemplificado por los hoteles Intercontinental, posesiones de Pan American Airways (Panam) y los hoteles Hilton de Transworld Airways (TWA). Dentro del segundo grupo sobresalen la cadena hotelera Sheraton de la International Telegraph and Telephone (ITT) y los Ramada Inns, cuya sección internacional pertenece en un 20% al National City Bank. <sup>9/</sup>

Más aún, estas grandes corporaciones, para lograr mantener bajos sus costos y acaparar los mercados turísticos, se han ido fusionando con otros servicios turísticos, entre los que destacan las agencias de viajes, las arrendadoras de automóviles y los servicios alimenticios. Así, tenemos que en 1965, la ITT, propietaria de los hoteles Sheraton, adquirió la agencia de arriendo Avis y se asoció con Alimentos Congelados Morton y la TDI (compañía que arrienda lugar en trenes y autobuses). <sup>10/</sup>

American Express, firma muy conocida por su tarjeta de crédito, es otro gran ejemplo. Esta compañía -cuyo principal accionista es Rockefeller- a más de coordinar agencias de viajes, emite cheques de viajero, tiene convenios con líneas aéreas, escuelas de idiomas y es accionista de uno de los principales clubes turísticos a nivel mundial: el Mediterráneo.

Por otro lado, cabe destacar que estas grandes corporaciones se han ido estableciendo al través de filiales en los países desarrollados y en los en vías de desarrollo. Octavio Moreno Toscano destaca este proceso para el caso mexicano:

---

9/ Ibid., pp. 121-122.  
 10/ Ibid., p. 135.  
 11/ Ibid., p. 136.

un hotel en México es levantado por un grupo financiero local. La operación es concedida a una cadena a cambio de una renta o participación. La cadena operadora es, a su vez, filial de otra compañía y ésta también consolda a una empresa mayor. Así se establece una relación en que las utilidades se van pariendo a lo largo del sistema. 12/

El caso más destacado en México es el de la Familia Azcárraga. Esta a más de ser accionista de American Airlines, mantiene vínculos con la Cadena Hotelera Flagship (Condessa del Mar en Acapulco), Ritz y Marriot. Azcárraga por añadidura, junto con Rómulo Ofarril y Miguel Alemán (actual presidente del Consejo Nacional de Turismo) controlan la cadena mexicana de televisión conocida como Televisa 13/ que actúa como medio de promoción de su emporio turístico.

De tal suerte, nos encontramos ante un panorama turístico muy diferente al que plantean los teóricos y los gobiernos nacionales. El turismo, como fuente de captación de divisas y de desarrollo, muestra sus peculiaridades al insertarse en los países en vías de desarrollo. Efectivamente, los países subdesarrollados se encuentran frente a una realidad en la cual el mercado turístico con sus componentes de oferta y demanda, están estructurados y activados por grandes corporaciones que se benefician de la eficacia y las técnicas en materia de definición y promoción del producto turístico. De tal manera, las zonas receptoras se encuentran en una situación de relativa dependencia, compitiendo unas con otras por los mercados cautivos. De ahí que ante los imperativos del mercado interna

12/ Octavio Moreno Toscano. "La estructura internacional del negocio turístico" en Comercio Exterior, XX, no. 3, México: Banco Nacional de Comercio Exterior, marzo de 1970, p. 248.

13/ Mattelart., op. cit., pp. 130-131.

dional turístico, las autoridades nacionales muchas veces se vean relegadas a un segundo plano y sus decisiones sobre materia turística sean limitadas e insuficientes para lograr un desarrollo cuyos efectos alcancen sectores amplios de la población y no solamente a un sector favorecido. Un claro ejemplo de la aseveración anterior lo da Marie Françoise Lanfant:

las causas del incremento del turismo internacional casi siempre son adjudicadas a la reducción en los costos de las tarifas aéreas, el deseo de los turistas de visitar otros países y a las políticas e incentivos de los países anfitriones. En pero, casi nunca se toman en consideración el papel de las organizaciones involucradas dentro de la promoción turística internacional a las que les atañe el desarrollo del turismo mundial. De tal manera, el fracaso o triunfo de una determinada política turística es vista como el resultado de decisiones nacionales únicamente. 14/

Así, consideramos que los estudios turísticos deben tomar en consideración el sistema internacional turístico y sus repercusiones para los países subdesarrollados antes de señalar al turismo como la panacea económica. Diversos autores han llegado incluso a cuestionar la rentabilidad del turismo. En este sentido, se reconoce que la actividad turística exige enormes inversiones que sólo las grandes empresas o los estados pueden pagar. Más aún, al desarrollarse, esta actividad llamada de exportación segrega sus propias necesidades y acarrea en los países receptores gastos de importaciones de bienes de consumo destinados a los turistas, lo que reduce y en último extremo anula el saldo positivo de la balanza turística. A la luz de lo anterior un estudio del Banco Mundial muestra que en

---

14/ Marie Françoise Lanfant. Sociologie du Tourisme: Positions et Perspectives dans la recherche internationale. Paris: Centre National de la Recherche Scientifique, Centre d'Etudes Sociologiques, 1976, p. 76.

la mayoría de los países en desarrollo el componente importado en el sector turismo oscila entre un 20 y 40 por ciento. <sup>15/</sup>

En suma, al igual que no todo lo que brilla es oro, la industria turística no debe ser visualizada como la panacea económica dado que esta actividad extrae sus beneficios del juego de disparidades económicas entre los países. Empero, la llamada "industria de la hospitalidad" puede ser considerada como un complemento de la economía dado que es fuente generadora de divisas y empleo y articuladora de otras ramas de la economía, en especial del sector servicios.

#### Importancia económica del turismo a nivel mundial

Pese a lo mencionado, cabe hacer hincapié en que el turismo internacional se desea por razones ante todo de orden económico. Efectivamente, la gran promoción que ha tenido la actividad turística a nivel mundial, se debe principalmente, según apunta la investigadora francesa Lanfant, a que los flujos turísticos internacionales provocan movimientos monetarios cuyas repercusiones no son desdeñables en los pagos por concepto de comercio exterior mundial. Así por ejemplo, los ingresos procedentes del turismo internacional representaron para 1976 el 3.6 por ciento del total de las exportaciones a nivel mundial. <sup>16/</sup> Más aún, para 1978, de acuerdo con la Oficina de Turismo de los Estados Unidos, si

<sup>15/</sup> op. cit. en Håvik, op. cit., p. 86

<sup>16/</sup> Marie Françoise Lanfant, "El turismo en el proceso de internacionalización", op. cit., p. 15.

bién hubo una ligera flexión a la baja en el número de turistas de los países no comunistas (259.4 millones), las estadísticas apuntan un alza notable en los ingresos internacionales (lo que refleja también la incidencia inflacionaria mundial), llegando a obtener un ingreso de 65.000 millones de dólares - por concepto de turismo internacional. Si a esta cantidad se le agregan los gastos en turismo nacional, el monto total en materia de turismo asciende a más de 450.000 millones de dólares, suma que equivale al 6 por ciento del Producto Mundial Bruto. 17/

Ya para 1980 las corrientes turísticas crecieron un 10 por ciento lo que significó que 300 millones de personas viajaron por el mundo gastando aproximadamente 100.000 millones de dólares. 18/ Empero, cabe hacer notar que la estructura, tanto de los ingresos turísticos internacionales como de la captación de turistas, se ha mantenido prácticamente inalterada - siendo Norteamérica y Europa las grandes zonas receptoras de estos dos rubros como lo demuestran los siguientes cuadros:

---

17/ Stephen Papson. "El turismo: una industria ilimitada", en Perspectivas Económicas, 29, México: Revista de análisis económico, 1980, p. 34.

18/ Excelsior. "La actual administración alcanzó todas las metas que se fijó Sector hace tres años", jueves 13 de marzo de 1980, p. 13A. Por otro lado, según ha declarado el Secretario de la OMT, Robert C. Lonati, las llegadas de turistas en el mundo alcanzaron en 1980 una cifra cercana a los 1,650 millones de los cuales 1,350 millones son llegadas de turismo nacional y 285 millones corresponden al turismo internacional. Estas cifras suponen un aumento del 5 al 6 por ciento en relación a 1979. Más aún, la OMT estimó que el total mundial de ingresos por turismo internacional fue de 92 mil millones de dólares, frente a 79 mil millones de dólares en 1979, lo que significó un aumento del 16.5 por ciento. Estas cifras nos llevan a asegurar que el turismo mundial no se encuentra en crisis. Véase, Organización Mundial del Turismo. "Evolución del turismo en el mundo en 1980" en World Travel, 158, Madrid: Organización Mundial del Turismo, pp. 35-36.

CUADRO I  
LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES  
(millones de llegadas)

REGION	1976	1977	1978	1979
África	4.1	4.5	4.9	5.3
América del Norte*	30.5	31.5	32.5	49.5
América Latina y el Caribe	13.0	13.6	15.0	----
Asia y Australasia	10.9	12.2	14.1	15.8
Europa	165.0	178.3	189.0	196.0
TOTAL	223.5	240.3	255.5	266.6

\* Incluye Estados Unidos y Canadá

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Estudio Económico del Turismo Mundial. Madrid: Organización Mundial del Turismo, p. 15.

CUADRO II  
INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL  
(millones de dólares)

REGION	1976		1977		1978	
	No. absolutos	%	No. absolutos	%	No. absolutos	%
África	1.0	2.3	1.2	2.3	1.5	2.3
América*	11.0	25.2	11.5	22.0	13.5	20.7
Asia Oriental y Pacífico	2.7	6.2	3.1	5.9	4.0	6.2
Asia Meridional	.5	1.1	.6	1.3	.6	.9
Europa	27.7	63.4	34.7	66.2	44.0	67.7
Medio Oriente	.8	1.8	1.2	2.3	1.4	2.2
TOTAL	43.7	100.0	52.3	100.0	65.0	100.0

\* Incluye Estados Unidos, Canadá y los países latinoamericanos.

Fuente: Ibid., p. 105.

Para 1978 la afluencia turística mundial se dirigió primordialmente a Europa -en más de un 60 por ciento- y a Norteamérica, y en términos monetarios el fenómeno se repitió. Ya desde 1976 Europa recibía más del 60 por ciento de los egresos por concepto de turismo internacional. Para 1978 esta cifra ascen

dió a 44 millones de dólares. Por su parte, el Continente Americano recibió el 20.7 por ciento de los 65,000 millones de dólares; es decir, 13,500 millones de dólares. Cabe destacar que de esta cifra, Estados Unidos y Canadá captaron - 6,792 millones de tal suerte que los 4,708 millones de dólares restantes, una tercera parte, correspondieron a los países americanos.

Por otro lado, y desde el punto de vista de los gastos efectuados en el extranjero, los turistas de Japón se sitúan a la cabeza seguidos por los viajeros procedentes de Estados Unidos y Canadá. <sup>19/</sup>

Importancia económica del turismo para los países en vías de desarrollo

La debilidad de las economías de la mayoría de los países en vías de desarrollo llevaron, desde los años 60, a pensar en el turismo como fuente de alivio. Efectivamente, los déficit crónicos en balanza comercial de los países subdesarrollados -del orden de 36,500 millones de dólares para 1978- <sup>20/</sup> llevaron a dar un valor cada vez mayor a la capacidad del turismo internacional como generador de divisas y reactivador de las economías. De tal suerte, al decir de Emanuel de Kadt, los ingresos por concepto de turismo para los países de mediano y bajo ingreso, en 1976, fueron únicamente sobrepasados por aquéllos provenientes de las exportaciones de petróleo. <sup>21/</sup>

19/ Excelsior. "El japonés se ha convertido en pocos años en el turista número uno en todo el mundo", miércoles 11 de marzo de 1981, pp. 1 y 5 B.

20/ Organización Mundial del Turismo, Estudio Económico, op.cit., p. 4.

21/ Emanuel de Kadt. Tourism. Passport to development? Oxford: University Press (Published for the World Bank and Unesco), 1979, p. 3.



Por su parte la Organización Mundial de Turismo informó que para 1978:

los ingresos por turismo internacional generaron , en 1978, un equivalente al 13 por ciento del total de las exportaciones mundiales de productos primarios y un 8 por ciento del total de las exportaciones mundiales de productos manufactureros. A nivel de grupos de productos los ingresos por turismo internacional tuvieron un valor igual o superior a las exportaciones mundiales de minerales, vestido, metales no férreos, textiles, materias primas, hierro y acero, otros productos de consumo y semifabricados. <sup>22/</sup>

Es un hecho que la bonanza de la actividad turística y el potencial que representa en términos de contribución económica de las naciones industrializadas hacia las menos desarrolladas, aporte divisas, lo que reduce, en consecuencia, el déficit estructural de su balanza comercial. <sup>23/</sup> La idea de que la "industria sin chimeneas" puede establecer un puente entre los países desarrollados y los subdesarrollados, fue reconocida desde 1967 por la Organización de Naciones Unidas en su resolución A Res 2148 XXI que designaba a 1967 como el Año Internacional del Turismo y donde se recalcó la necesidad de fomentar en todos los pueblos tal actividad. <sup>24/</sup>

Asimismo, diversos organismos internacionales, entre los que destaca la Organización Mundial del Turismo, consideraron

<sup>22/</sup> Organización Mundial del Turismo. Estudio Económico, op. cit. , p. 129.

<sup>23/</sup> Debe tenerse presente que en los países desarrollados los gastos por turismo en el exterior colaboran en la consecución de un equilibrio de la balanza comercial, cuando ésta registre un superávit. Tal ha sido el caso de la República Federal Alemana, Holanda, Japón, Suiza y Bélgica, en cuyos casos los gastos por turismo han actuado paralelamente a las políticas de fomento a la importación ya que suponen un pago neto por adquisición de servicios y bienes en los países turísticos receptores. Véase, Ibid., p. 114.

<sup>24/</sup> Octavio Moreno Toscano. Turismo: una interpretación. México: El Colegio de México, tesis para optar por el grado de Licenciado en Relaciones Internacionales, 1969, p. 1.

a 1980 el Año Latinoamericano de Turismo, en su afán por promover las corrientes turísticas hacia los países que integran el Cono Sur del Continente Americano. <sup>25/</sup>

Pese a que los países mejor organizados es esta materia, que gozan de mayor afluencia turística y una alta captación de divisas a nivel mundial no son subdesarrollados, las ventajas comparativas que tiene el turismo en relación con otros sectores de la economía -el uso intensivo de mano de obra, la explotación de recursos no agotables y, en fin, las mayores oportunidades que posee para generar un desarrollo general armónico- pueden favorecer en gran medida a los países en vías de desarrollo. Sin embargo, mientras que las estadísticas apuntan que los países de la periferia captaron en 1976 el 10 por ciento del flujo del turismo internacional, éste -con excepción de Asia Oriental y el Pacífico- muestra una clara tendencia a una regresión en las cifras 1979-1980. La situación política existente -en Medio Oriente, por ejemplo-, la inflación, la inestabilidad en el tipo de cambio monetario, entre algunos factores, parecen ser las causas principales que han frenado los flujos turísticos hacia estas zonas. Así, por ejemplo, "en la región de América se ha registrado un ritmo de evolución por debajo de la media mundial que es del 6.5 por ciento. <sup>26/</sup> Esto ha traído, lógicamente, - una disminución en los ingresos por concepto de turismo internacional para los países americanos.

Pese al optimismo que en cierta medida puedan sugerirnos estos indicadores, diversos autores hacen hincapié en la necesidad de estudiar la óptima utilización de los recursos turísticos.

<sup>25/</sup> El Universal. "1980, Año Latinoamericano de Turismo", martes 17 de julio de 1979, p. 11.

<sup>26/</sup> Organización Mundial del Turismo, Estudio Económico, op. cit., p. 12.

ros, sus costos y beneficios y la dependencia que crea la llamada "industria sin chimeneas" en los países en vías de desarrollo.

Definitivamente la apertura de los países periféricos al desarrollo del turismo internacional obliga a reconsiderar este fenómeno desde una perspectiva enteramente nueva. Es lógico que nuevas relaciones de interdependencia al través del turismo estén formándose en el mundo actual. De ahí que si bien los estudiosos del fenómeno turístico en los países desarrollados han tendido a utilizar la conceptualización de la economía de mercado para esta rama económica, el proceso de internacionalización que ha sufrido la "industria de la hospitalidad" hace necesaria la observación del sistema turístico mundial y la redefinición de los conceptos.

Debemos entender que la actividad turística no es una "industria" en sí, sino un "sistema" o "conjunto integrado de elementos interactuantes destinados a realizar cooperativamente una función determinada"; <sup>27/</sup> en otras palabras, se trata de un conglomerado que integra servicios e instalaciones de gran variedad y se organiza a nivel internacional a partir de una decisión central. En este sentido, es innegable que

el conocimiento, los vínculos entre empresas y su organización, son los elementos básicos y la fuerza principal de las empresas extranjeras para promover el desarrollo turístico. <sup>28/</sup>

De tal modo, por ejemplo, el análisis cuidadoso del funcionamiento y del engranaje del sistema internacional turístico y sus repercusiones a nivel económico de una nación, deben ser

<sup>27/</sup> Octavio Moreno Toscano. Turismo: una interpretación. op.cit., p. 10.

<sup>28/</sup> Emanuel de Kadt. op. cit., p. 28.

objetivos prioritarios.

De ahí que el propio Banco Mundial y la Unesco señalen la necesidad de que los países en vías de desarrollo adquieran experiencia del know how turístico y traten de implementar planes globales para el sector turismo. <sup>29/</sup>

El mismo sistema turístico internacional al que hemos hecho referencias en este capítulo, nos hace cuestionar la validez del turismo como medio de redistribución del ingreso mundial. Y es que, precisamente debido a los bemoles que implica el proceso de internacionalización, los países en desarrollo quedan lejos de sacar el provecho que en teoría deberían obtener.

Por otro lado y tomando en consideración que cuando la estabilidad política de un país o la economía mundial en su conjunto sufren alteraciones, el turismo, como fenómeno social que es, se ve afectado. De tal suerte, cabe hacer hincapié una vez más en que éste no debe ser visto más que como un complemento para el crecimiento económico de los países. Más aún, lo anterior, aunado a las luchas de competencia y las tendencias monopolistas que presenta el sector, pueden desviar las corrientes de viajeros y, en consecuencia, afectar el desarrollo de los países periféricos. Es necesario y prioritario analizar, atentamente, los complejos vínculos entre operadoras de tours, hoteles y aerolíneas de querer mantener un ritmo ascendente en materia turística. En este sentido, Emanuel de Kadt, es drástico y pesimista al sostener que cualquier estrategia de crecimiento que presuponga el turismo en países en vías de desarrollo no podrá ser fructífero sin antes haber reestructurado las relaciones económicas entre el Norte y el Sur en lo concerniente, por ejemplo, al comercio, las inversiones y la transferencia de tecnología. <sup>30/</sup>

<sup>29/</sup> Ibid., p. 29.

<sup>30/</sup> Ibid., p. xiii.

A más de los peligros anteriores algunos estudiosos han señalado las lacras de otro orden que la actividad turística trae aparejadas. Así, son innegables, en verdad, los efectos negativos en el renglón de lo que podríamos calificar de "contaminación cultural". El turista extranjero, con diferente mentalidad e intereses, influye directamente sobre los patrones culturales de la población local. La conversión que puede darse de un pueblo campesino en un polo turístico, por ejemplo, implica una transformación radical no sólo en las costumbres, sino también y principalmente, en las mentalidades y actitudes. Derivado de esto se ha observado el surgimiento de sentimientos agresivos en los naturales encuéntre del visitante, <sup>31/</sup> así como la desmoralización, la degeneración del folklore y las artesanías, entre otros. <sup>32/</sup>

A otro nivel, pero de igual significación, está la agudización de la dependencia económica. Efectivamente, en tanto que el turismo significa riqueza que ayuda a los países débiles y es una interacción humana, constituye un factor de la política nacional e internacional. Por tanto, el turismo puede, en un momento determinado, ser utilizado como instrumento de presión concreto y efectivo para mantener la dependencia. <sup>33/</sup>

Esto se debe no únicamente a que el grueso de las corrientes turísticas provienen de los países desarrollados, sino - que además, las grandes cadenas de hoteles, agencias de viajes, líneas aéreas y marítimas y demás medios que hacen po-

---

<sup>31/</sup> Naciones Unidas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. "El turismo y el Caribe" en Informe sobre la situación actual del mundo. Nueva York: Organización de Naciones Unidas, 1975, p. 97.

<sup>32/</sup> Jacques Bugnicourt. "La otra cara del turismo: sus efectos culturales" en Comercio Exterior. México: Banco de Comercio Exterior, mayo de 1980, p. 594.

<sup>33/</sup> Octavio Moreno Toscano. Foro Internacional 45, op. cit., p. 79.

sible el desarrollo de esta actividad, están en manos de poderosos capitalistas.

Así, los costos que tradicionalmente los gobiernos de los países en vías de desarrollo se han mostrado dispuestos a pagar desde la época independiente en la consecución del crecimiento económico, no son una salvedad en el caso específico del turismo. Empero, lo anterior se explica dado el papel crucial que el turismo juega a corto y mediano plazos como captador de divisas para ciertos países en vías de desarrollo. Al decir de Mario Ojeda, la importancia del turismo no puede apreciarse simplemente en términos cuantitativos sino que su importancia estriba, también, en razones cualitativas. En efecto, el turismo le ha dado a los países de mediano y bajo desarrollo -como México en el pasado no lejano- una mayor capacidad de importación que la que simplemente le otorgan las divisas por concepto de exportación de mercancías. <sup>34/</sup>

Por lo demás, las divisas generadas en este renglón han sido esenciales para aliviar el saldo deficiente en balanza comercial. Más todavía, dada la complejidad del consumo turístico el impacto económico se orienta hacia diversos sectores productivos, contribuyendo con todos ellos a la consecución de objetivos de desarrollo acelerado además de ofrecerles la posibilidad a estos países de diversificar su economía.

Es dentro de este contexto que surgió la política mexicana de fomento al turismo. Una breve historia del turismo en México, puede demostrarnos que esta actividad nació manteniendo una íntima conexión con el vecino norteamericano.

---

<sup>34/</sup> Mario Ojeda. Alcances y límites de la política exterior de México. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 1976, p. 91.

no. El siguiente capítulo, tratará de hacer un análisis de la evolución del turismo en nuestro país así como de las principales políticas y tendencias en esta materia.

## Capítulo II

### LA EVOLUCION DEL TURISMO EN MEXICO

#### El despegue del turismo en México

El origen de la organización del turismo mexicano puede remontarse a 1920. Empero, no fue sino hasta mediados de los años 40 cuando realmente se inició el desarrollo tecnificado de esta actividad. Terminado el periodo revolucionario, México se percató que podía complementar su economía y prestigio internacional al través del turismo.<sup>35/</sup> De tal manera, a partir de 1925, la Asociación Hotelera de la Ciudad de México, la Asociación Mexicana de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo, vieron la luz.

La II Guerra Mundial favoreció notablemente la economía nacional en general, y al turismo, en particular. Así, el cierre de los principales mercados turísticos en el mundo y la imposibilidad de inversión en Europa orientaron tanto al capital como a las corrientes turísticas norteamericanas hacia nuestro país.<sup>36/</sup> De tal suerte, el entonces titular de la Secretaría de Gobernación, Miguel Alemán Valdés, impulsó una serie de políticas encaminadas al fomento y tecnificación del

---

<sup>35/</sup> Armando Herrerías. Una visión al futuro turístico y otros ensayos. México, D.F.: /s.e./, 1969, p. 25.

<sup>36/</sup> Excelsior. "Turismo: prehistoria y futuro I y II", jueves 9 de octubre y viernes 10 de octubre de 1980, p. editorial.



turismo mexicano. La política de "peso contra peso" (por cada peso que el sector privado invirtiera en turismo, el Estado invertiría otro), los incentivos para el fomento de la inversión, la creación de infraestructura y equipamiento turístico estatal, la autonomía relativamente alta dada a la inversión y gestión empresarial y la promoción llevada a cabo mediante diversas invitaciones a empresarios extranjeros y hoteleros norteamericanos, lograron atraer grandes flujos de capital y turistas a México.<sup>37/</sup> En consecuencia, la penetración norteamericana en la rama hotelera era un hecho para 1950. Al analizar el Directorio de Hoteles de la República Mexicana observamos que desde 1941 la mayoría de los hoteles de categoría "A" (más de 100 cuartos) eran administrados por personal norteamericano. Típicos ejemplos lo eran los más prestigiados hoteles de la ciudad de México en esa época: el Ritz, el Reforma, el Shirley Courts y el Gil-  
low.<sup>38/</sup>

El ascenso de Miguel Alemán a la Presidencia dio continuidad a la política de fomento y protección al turismo. Más aún, la devaluación del peso mexicano en 1948, las facilidades de inversión y la cercanía geográfica con los Estados Unidos, hicieron posible el verdadero despegue de la "industria de la hospitalidad".

Sin embargo, si bien se promovió el turismo receptivo, la planeación de la actividad turística fue prácticamente nula. Efectivamente, la marginación social y la contaminación cultural comenzaron a surgir a peso veloz en los prin-

---

<sup>37/</sup> Excelsior. "Anécdotas y comentarios sobre la época heroica del turismo" en Fin de Semana, viernes 23 de marzo de 1979, /s.p./

<sup>38/</sup> México. Secretaría de Gobernación. Directorio de Hoteles de la República Mexicana. México: Departamento de Turismo de la Secretaría de Gobernación, 1941-1942, /s.p./

cipales centros turísticos del país. El caso de Acapulco, principal polo de desarrollo turístico a mediados de los 50, es una muestra clara de cómo comenzaron a darse estos fenómenos: El puerto del Pacífico, pues, puede ilustrarnos esto. Aquí, a partir de 1940 se comienza a registrar índices obvios de que el desarrollo tomó una forma hipertrófica, propia de una aglomeración que crece sin planificación alguna y de modo anárquico. <sup>39/</sup> A la luz de lo anterior, el crecimiento demográfico del puerto de Acapulco a partir de 1930 ha mostrado la siguiente tendencia:

Cuadro III

CRECIMIENTO DEMOGRAFICO DE ACAPULCO  
(1930-1975 miles de personas)

AÑO	POBLACION	INCREMENTO	INCREMENTO %
1930	6.529	----	-----
1940	9.993	3.464	53.06
1960	49.149	39.156	79.67
1970	174.378	125.229	71.81
1975	326.312	151.934	46.56

Fuente: Eróman Gormsen, etal., op.cit., p. 10

Este acelerado crecimiento del puerto del Pacífico -que de 1930 a 1975 creció 49.98 veces- fue propiciado por el auge turístico que atrajo fuertes corrientes de migración interna. La consecuencia inmediata, fue el surgimiento de zonas marginadas en las faldas de la bahía de Acapulco como La Laja, Emiliano Zapata y El Anfiteatro.

1961 fue un año clave para la política turística en México. La necesidad de reorganizar, tecnificar y reglamentar el turismo, trajo consigo el establecimiento de la Secretaría

<sup>39/</sup> Gormsen, op.cit. p. 10

Este se encargaría, principalmente, de incorporar a México al sistema turístico internacional. Al decir de Francisco A. Gomezjara:

el turismo, entonces, se convirtió en una posibilidad de expansión de las empresas multinacionales: las líneas de aviación se convirtieron en compañías hoteleras y organizaciones de tours; la empresa de comunicación electrónica comenzó a rentar automóviles; los restauranteros, constructores de hoteles recibieron una cálida bienvenida a más del monopolio. 40/

Esta reorganización aunada a la situación privilegiada de que ya gozaban las grandes compañías turísticas norteamericanas así como la ventaja que reporta la vecindad geográfica con los Estados Unidos y Canadá, permitieron la rápida expansión de la infraestructura y el equipamiento turísticos durante los años 60. De tal suerte, la tasa de crecimiento del turismo receptivo de internación se incrementó en estos años al 9.5 por ciento anual. 41/

#### En busca de una política turística

La expansión, sin embargo, fue tan rápida que para 1969 comenzó un debate en torno al problema de la extranjerización de la industria turística mexicana. En él se destacaron tres posturas fundamentales:

40/ Excelsior. "Revolución turística" en Diorama de Excelsior, domingo 1 de abril de 1979, /s.p./.

41/ Secretaría de Turismo. Apuntes de la Dirección de Programación y Presupuesto. México: Secretaría de Turismo, 1978, (mimeo no publicado).

A una nacionalista, partidaria de la total mexicanización de los negocios turísticos se opuso otra que exaltó los beneficios de la participación extranjera irrestricta. Una postura última se inclinó a aceptar, reglamentada, la inversión extranjera directa dentro de esta actividad. 42/

Al analizar las distintas posiciones adoptadas debemos tomar en consideración tres elementos esenciales: la internacionalización intrínseca del turismo, la estructura del mercado y la necesidad de técnicas y capitales por parte de México que impiden que esta actividad sea exclusivamente mexicana. Tomando, asimismo, en cuenta la cercanía geográfica de nuestro país con los Estados Unidos, aceptar una política nacionalista partidaria de la total mexicanización de la industria de la hospitalidad significaba ponerse la soga al cuello y reusar el capital, la tecnología, la organización y el reconocimiento turístico de nuestro primer cliente y proveedor de servicios turísticos. Aceptar la existencia necesaria de una interacción entre el sistema turístico internacional y el estado no solamente ayudaría a atraer el flujo de las corrientes turísticas sino que nos enseñaría a conocer el complicado sistema del marketing turístico. Efectivamente, el turismo ha sufrido un proceso de internacionalización. De ahí que de ser una simple industria haya pasado a ser un verdadero sistema donde las más prestigiosas firmas internacionales de la actividad turística han integrado sus servicios e instalaciones a partir de una decisión central. De tal suerte, las diversas sociedades nacionales se han visto progresivamente vinculadas a redes económicas, sociales y culturales. Así, este sistema de acción

---

42/ Octavio Moreno Toscano. "La estructura internacional del negocio turístico", op. Cit., p. 247.

turístico internacional o conjunto de agentes coordinados entre sí por lazos voluntarios e involuntarios son los que dan fuerza y coherencia a esta forma de actividad que es el turismo internacional.<sup>43/</sup> De ahí que la participación regulada pareciera ser el mejor camino para el fomento del turismo en México. En efecto, esta posición participacionista ha apuntado, repetidas veces, las limitaciones del sector turístico mexicano y la utilidad para nuestro país de la -- concurrencia del capital extranjero. De nueva cuenta, los beneficios que se extraen por concepto de turismo, no sólo en divisas sino en la creación de fuentes de trabajo, compensan, al decir de las autoridades mexicanas, el retorno al extranjero de gran parte de estas divisas. Más aún, desde el punto de vista económico y la estructura internacional turística imperante, esta postura resulta la más viable. Empero, no debemos olvidar que

la participación extranjera no controlada fomenta el acaparamiento de mercados y - tiende a desplazar, si no es que a destruir, a las pequeñas empresas nacionales. <sup>44/</sup>

De hecho, la competencia mundial ha aumentado sensiblemente. Si bien la participación general de México en el turismo mundial (ingreso-egreso) era de 4.1 por ciento en 1965, ésta descendió a 1.5 por ciento en el '74 y todavía más, a 1.3 por ciento en 1977, aun cuando la expansión del turismo ha sido del 128 por ciento en el periodo 1965-1977.<sup>45/</sup>

De tal forma, es preciso señalar que, en términos relativos, la gráfica del sector no ha sido siempre ascendente

<sup>43/</sup> Lanfant, "El proceso de internacionalización", op. cit., pp. 23-24.

<sup>44/</sup> Octavio Moreno Toscano. "La encrucijada de la actividad turística", op. cit., p. 378.

<sup>45/</sup> Secretaría de Turismo. Estadísticas y cuadros sobre turismo en México. México: Subdirección de Programación y Presupuesto de Sector, 1978, /s.p./ (mimeo no publicado).

ni ha crecido al mismo ritmo en los últimos 40 años. Los beneficios potenciales y reales, a todos los niveles, se han visto repetidamente entorpecidos por obstáculos estructurales y, en fechas recientes, por el incremento de la oferta mundial y el encarecimiento de los servicios turísticos en México.

#### El periodo de Luis Echeverría

Si bien para el periodo del Presidente Luis Echeverría la acción del turismo y las transacciones fronterizas en el alivio del saldo negativo de la balanza comercial estaba muy menguado, la devaluación de 1976 y una serie de proyectos para el fomento del turismo vendrían a hacer resurgir la llamada "industria sin chimeneas". En efecto, el turismo había logrado cubrir, en el periodo 1950-1960, el saldo negativo entre importaciones y exportaciones; sin embargo, fue a partir de este último año que las divisas obtenidas por concepto de turismo -a pesar de su aumento en un 38.03 por ciento- no lograron cubrir el déficit de la balanza comercial. Más aún, para el periodo 1970-1975 el saldo por exportaciones e importaciones había crecido en un 49.32 por ciento mientras que las divisas obtenidas por turismo y transacciones fronterizas, solamente 7.79 por ciento con respecto al periodo anterior según lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro IV  
BALANZA COMERCIAL DE TURISMO  
(millones de pesos)

Década	Saldo por Importaciones y Exportaciones	Turismo y fronteras
1950-1960	-2451	2532
1960-1970	-5375	4086
1970-1975	-10605	4431

Fuente: Mario Ojeda, op. cit., p. 141.

Echeverría, pues, emprendió una tarea decidida de apoyo al turismo con ánimo de hacerlo crecer aceleradamente. Esto lo pudo llevar al cabo en parte mediante el desarrollo de proyectos turísticos en el país. Fue en realidad la devaluación del peso mexicano en 1976 la que vino a rescatar en gran medida el desarrollo del turismo. De esta manera, dentro del primer rubro:

Se buscó fomentar el turismo extranjero a través del desarrollo de nuevos proyectos de infraestructura turística y al permitir a las grandes cadenas hoteleras establecerse en México con mayor facilidad. 46/

Resultado de estas facilidades fue la iniciativa de ley que permitió en 1971 a las firmas extranjeras construir alojamientos en las costas, y, resultado también, en parte, fue la creación y promoción de los complejos turísticos de Cancún, Ixtapa Zihuatanejo y Baja California.

Los efectos de esta política rindieron sus frutos durante los primeros cuatro años del sexenio, de modo que el turismo receptivo se incrementó, lo mismo que el gasto promedio del viajero en un 23 y 45 por ciento, respectivamente. Con todo, ya para 1975 se registró una sensible baja en ambos rubros con respecto al año anterior: -4.49 por ciento en la captación de turistas y -5.24 en el gasto promedio. 1976 fue también negativo con respecto a 1974: -8 y -1 por ciento, respectivamente. 47/ Esto se debió principalmente a la sobrevaluación de la moneda de nuestro país que encareció los servicios turísticos y a la desconfianza de los inversionistas mexicanos y extranjeros. Asimismo, esta situa-

46/ Ibid., p. 142.

47/ Fonatur. Indicadores turísticos 1970-1978. México: Secretaría de Turismo y Fondo Nacional de Turismo, 1979, pp. 6-7

ción afectó la otra cara de la moneda, pues para el mexicano resultó más atractivo viajar al extranjero y, por lo tanto, el gasto mexicano de turismo en el extranjero se incrementó notablemente.

Sin embargo, la tendencia recesiva del sector turismo, que prolongó su inercia hasta 1976, se vio alterada por la devaluación del peso mexicano. En efecto, la devaluación de 1976, por su parte, fortaleció el turismo receptivo al abaratar nuevamente, en términos comparativos al mercado mundial, los servicios turísticos de México que habían perdido competitividad debido a la sobrevaluación a la que había llegado el peso al mantener, artificialmente, la paridad de 12.50 pesos por dólar. Más importante todavía, fue el hecho de que la devaluación frenó el gasto turístico de egreso, por lo que el superávit de la balanza de viajeros volvió a ensancharse. En virtud de lo anterior, la devaluación hizo posible la disminución del gasto promedio del turista mexicano en el extranjero:

Cuadro V  
GASTO MEDIO POR TURISTA MEXICANO  
(1976-1978 dólares)

Trimestre	1976	1977	1978
I	207.81	165.13	194.89
II	222.90	183.43	227.51
III	239.08	202.16	263.51
IV	167.69	190.59	233.51

Fuente: Banco Nacional de México. Estadísticas Básicas de Turismo 1970-1979. México: Banco Nacional de México, 1980, p. 57

Por otro lado, pero de igual importancia, el turismo receptivo, así como el gasto promedio del turista extranjero, se incrementaron en un 24.86 y 22 por ciento respec-



tivamente, en los años 1977-1978. 48/

Por lo demás, es menester subrayar el importante desempeño que tienen los capitalistas no nacionales en esta rama de nuestro país:

[tuvieron y han tenido] como consecuencia que parte importante del ingreso se revierte al exterior a través de la remisión de utilidades a las empresas extranjeras. 49/

Esto, a la vez que muestra la ya mencionada importancia que las autoridades mexicanas confieren al turismo, resalta también la otra cara de la moneda: la de la fuga de capitales vía remisión de utilidades y cierta dependencia tecnológica. Estos dos rubros adquirieron gran importancia durante el período de Echeverría y los primeros años del gobierno de José López Portillo.

#### La actual política turística

Las tendencias actuales en materia de turismo han sido de redoblad<sup>os</sup> esfuerzos en favor de este sector. De hecho, el Presidente López Portillo desde el comienzo de su administración, afirmó:

Quiero expresarles que si algún sector será por nosotros promovido es ese, tanto por lo que significa de comunicación, como por aprovechamiento industrial: es una de las formas fundamentales de convivencia estimulante en lo cultural y lo económico. Tengan Ustedes la certidumbre de que atenderemos con especial prioridad las actividades turísticas en toda la República, en ciertas zonas de modo especial. 50/

48/ Ibid., pp. 10-11.

49/ Ojeda, op. cit., p. 147.

50/ Secretaría de Turismo. "Filosofía política de JLP" en Apuntes de la Dirección de Programación y Presupuesto, op. cit., /s.p./

Con base en estos planteamientos, la Secretaría de Turismo delineó cinco objetivos generales:

1. Promover la identidad e integración nacional de los mexicanos con su espacio patrio, sus tradiciones y su herencia cultural por medio del turismo, entendido como un bien democrático al alcance de las mayorías.
2. Promover que el turismo sea eficaz complemento del derecho al trabajo de los mexicanos, mediante el descanso productivo y programado de su tiempo libre en actividades que armonicen la recreación, el deporte y la cultura.
3. Incrementar de manera sostenida los niveles de movimientos turísticos en el país, tanto de extranjeros como de nacionales, estimulando la propagación de la estancia y el incremento del gasto diario.
4. Alentar el ingreso de divisas, diversificando y extendiendo los mercados turísticos de captación en el exterior.
5. Promover la creación de empleos mediante la ampliación y diversificación de la oferta hotelera y el equipamiento turísticos. 51/

Enmarcada dentro de la Alianza para la Producción, la política turística en este sexenio ha alentado más que nunca la acción conjunta del sector público y privado. La actividad del primero se ha concentrado en el apoyo técnico, fiscal y crediticio, así como en el desarrollo de infraestructura, en tanto que la del segundo, básicamente en la inversión. Mediante tres organismos fundamentales: la Secretaría de Turismo (Sectur), El Fondo Nacional de Turismo (Fonatur)<sup>52/</sup> y el Consejo Nacional de Turismo (Conatur),

51/ Secretaría de Turismo. Reunión sectorial de turismo: Informe presentado al Presidente de la República, Lic. José López Portillo. México: Sectur, enero de 1979, /s.p./ (mimeo no publicado).

52/ Fonatur, constituido el 16 de abril de 1974 tiene como principales objetivos asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de promoción, fomento y desarrollo de la actividad turística nacional ajustando sus acciones al Plan Nacional de Turismo. Más aún, cabe destacar que Fonatur actúe como un fiduciatario gubernamental. Véase, Sectur. Documento Constitutivo del Fondo Nacional de Turismo. México: Sectur, /s.f./ p. 1491. Cabe asimismo destacar que a partir del 8 de enero de 1982, Sectur llevó al cabo una reforma a la Ley Federal de Turismo en la cual se establece que Fonatur queda supeditado al Banco Nacional de Turismo. Véase, Diario Oficial de la Federación, viernes 8 de enero de 1982, p. 58.

a más de un sistema de acción y coordinación denominado Si  
platur, se ha propuesto la programación y realización de la  
actividad turística. Cabe hacer hincapié en que, este úl-  
timo, Siplatur, busca la racionalización del desarrollo tu-  
rístico a todos los niveles: federal y de los estados así  
como con el sector privado. <sup>53/</sup>

Las relaciones fundamentales y funciones primordiales de  
cada uno de estos organismos puede ser observadas en el dia-  
grama de la siguiente página.

Así, Fonatur otorgó los siguientes créditos: en 1977 el  
total de créditos ascendió a 56.9 millones de dólares; en  
1978 el monto total sumó 134.7 millones de dólares; y, en  
1979, 147 millones de dólares. Estos se han destinado a  
la construcción de cuartos, infraestructura, instalaciones  
turísticas diferentes a las de alojamiento y ampliación y  
remodelación de instalaciones existentes. <sup>54/</sup> Por otro lado,  
pero de igual importancia, Conatur conjuntamente con la Sé  
cretaría de Relaciones Exteriores, se han encargado, bajo  
el lema "Mexico, the Amigo Country" de llevar al cabo la  
promoción turística mexicana a nivel mundial. Así por ejem-  
plo, Conatur, bajo su titular Miguel Alemán Valdés, encami-  
nó para 1980 una propaganda turística por 7 millones de dó-  
lares. Más todavía, a lo largo de este sexenio se han fir-  
mado una serie de acuerdos bilaterales entre los que desta-  
can los siguientes: España (octubre 14, 1978), Italia (e-  
nero 3, 1978), Estados Unidos (mayo 4, 1978), Japón (noviem

<sup>53/</sup> William Cobb. "Tourism as a positive factor in the Mexican econo-  
my and in Mexican foreign relations" en Mexico and the United States  
N.J.: Prentice Hall, 1981, p. 182.

<sup>54/</sup> Ibid., p. 195.

# PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

SECRETARIA DE PROGRAMACION  
Y PRESUPUESTO

SECRETARIA DE HACIENDA  
Y CREDITO PUBLICO

PROMOCION:

CONSEJO NACIONAL  
DE TURISMO

COORDINACION GENERAL DEL SECTOR:

SECRETARIA DE TURISMO

COORDINACION FEDERAL:

COMISION INTERSECRETARIAL  
EJECUTIVA DE TURISMO

COORDINACION ESTATAL  
Y MUNICIPAL:

CONSEJOS ESTATALES  
Y MUNICIPALES  
DE FOMENTO TURISTICO \*

PLANEACION OPERACION DESARROLLO  
ADMN. Y CONTROL

FINANCIAMIENTO Y  
DESARROLLO:

FONATUR

DESARROLLO:

FIDEICOMISOS  
TURISTICOS

OPERACION:

NACIONAL HOTELERA

SECTOR PRIVADO

CAMARAS • ASOCIACIONES  
PRESTADORES DE SERVICIOS

SECTOR SOCIAL

SINDICATOS  
CLUBES • AGRUPACIONES  
ORGANISMOS  
LABORALES

\* Los cofuturos, fueron derogados con la Reforma a la Ley Federal de Turismo.

Siplatur.

Fuente: Secretaría de Turismo, Reunión Sectorial de Turismo México; Palacio Na. 09 de Abril 15-1977

Pág. 11

bre 1, 1976), Francia (marzo 17, 1980), Canadá (junio 16, 1980) y Cuba (agosto 2, 1980). <sup>55/</sup>

El contenido de estos acuerdos es variado. Abarcan desde el intercambio de tecnología turística hasta acuerdos bilaterales sobre vuelos aéreos. En el caso de nuestro primer cliente y proveedor de servicios turísticos, los Estados Unidos, por ejemplo, repetidas veces se ha hecho hincapié en la necesidad de realizar convenios conjuntos entre los dos países en materia turística. Un claro ejemplo bastará para ilustrar lo anterior: Durante la XIX Conferencia del Grupo Interparlamentario México-Estados Unidos, llevado al cabo en la Ciudad de México en enero de 1980, la delegación norteamericana señaló el gran potencial turístico de México y agregó que el desarrollo de tal actividad era de interés común para los dos países. Asimismo, hizo un llamado para atraer la inversión norteamericana al norte de Acapulco. Los representantes estadounidenses pidieron, incluso, la autorización mexicana para el establecimiento de nuevas rutas aéreas y la coordinación conjunta del transporte ferroviario entre los dos países. <sup>56/</sup>

Dichas propuestas, al parecer fueron, en gran medida, puestas en práctica. Efectivamente, nuevas rutas aéreas a partir de 1979, fueron abiertas entre los dos países.

Cumplir con el tercero y cuarto puntos de los objetivos generales citados, significaba necesariamente ampliar la capacidad hotelera que en nuestro país había mostrado incluso signos de saturación en los principales centros tu-

<sup>55/</sup> Ibid., p. 190.

<sup>56/</sup> Nineteenth Mexico-United States Interparliamentary Group. Report of the Senate Delegation on the XIX Meeting held at Mexico City. Washington: Government Printing Office, January 1980, pp. 19-20.

rísticos. <sup>57/</sup> De ahí también que en repetidas ocasiones se hubiese señalado, por parte del sector privado, que, congruentes con la Alianza para la Producción, se requería la construcción de 97,000 nuevos cuartos de hotel, para 1982. <sup>58/</sup> Estos, se pensaba, serían suficientes para albergar la afluencia turística extranjera que habría de duplicarse respecto a 1977, según pronósticos oficiales, a 6 millones de turistas extranjeros y 21.3 millones de turistas nacionales. El logro de esta meta significaba captar recursos externos y del interior para financiar una inversión de alrededor de 58,000 millones de pesos. Los verdaderos logros de esta política hasta 1981, serán analizados en el siguiente capítulo.

Por el lado de los incentivos fiscales, se promulgó en 1979 un decreto de ley que concede la opción a

personas físicas o morales de nacionalidad mexicana o unidades económicas que integren, cuando realicen nuevas inversiones en edificios, construcciones e instalaciones fijas destinadas a la prestación de servicios de hotel y equipamiento turístico, ya sea a depreciar aceleradamente sus activos en un plazo de 15 años, o un monto de crédito equivalente hasta de 12 por ciento de la inversión, cuando se establezcan en regiones consideradas como prioritarias. Si la inversión no fuere en zona prioritaria, el porcentaje de crédito habrá de ser sólo del 8 por ciento y el porcentaje de la depreciación para efectos del impuesto sobre la renta, de 6.5 por ciento, en lugar del 8 por ciento, al año. <sup>59/</sup>

Los estímulos del decreto Presidencial dados a conocer en el Diario Oficial de la Federación del día 6 de febrero de 1979 se referían también a "aquellas personas que adquie

<sup>58/</sup> Excelsior. "Esfuerzos para mejorar los servicios, pide Casparius", jueves 7 de diciembre de 1977, pp. 4 y 15A.

<sup>59/</sup> Fonatur. Nuevos Estímulos fiscales al turismo. México: Fonatur, 1979, p. 2. Cabe señalar, asimismo, que el 19 de octubre de 1981 dada la recesión del sector turístico mexicano y la falta de inversión en él, se establecieron nuevos estímulos fiscales, que posteriormente serán elucidados en esta tesis.

ran inmuebles bajo el régimen de propiedad en condominio destinados a la prestación de hotel y alojamiento turísticos, - conocidos con el nombre de condo-hotels," 60/ y se les autorizaba a deducir la totalidad de los gastos de administración en que incurriesen.

Los subsidios citados fueron otorgados, al decir de las autoridades de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, porque no existía un marco explícito de apoyo fiscal aplicable al sector turismo y porque esta actividad fue gravada por un sistema rígido de inversiones inmobiliarias. 61/

Lo cierto es que se aprecia para el quinquenio 1978-1982 un interés fundamental del gobierno en el fomento de nuevas instalaciones hoteleras. El objetivo primordial de la construcción de 97,000 cuartos y los estímulos fiscales potentizan esta prioridad. Es al través de esta vía que se esperaba alcanzar buena parte de las cinco metas de la Secretaría de Turismo, particularmente la quinta que se refiere a la generación de empleos. La construcción de hoteles afecta directamente la demanda de mano de obra, y las autoridades eran optimistas al respecto. Guillermo Rossell de la Lama, antiguo titular de la Sectur, en repetidas ocasiones expuso su convicción ante los medios masivos de difusión, de que el turismo es un gran generador de empleos; puntualizó incluso las ventajas de esta actividad al subrayar el bajo costo que tiene para el país la creación de un nuevo trabajo.

Así, dijo, si un empleo de la industria de Bienes de capital cuesta entre 1 y 1.5 millones de pesos, en la indus-

60/ Ibid., p. 3

61/ Excelsior: "Apoyo fiscal al turismo para nuevas zonas de inversiones", miércoles 7 de febrero de 1979, p. 1 y 19 A.

tría turística esta cantidad es sustancialmente menor, de 100 a 150,000 pesos. Además, afirmó, cada cuarto de hotel da lugar a 1.8 empleos directos en la actividad turística, y de 4 a 6 empleos indirectos. Por supuesto, esto lo llevó a señalar, asimismo, los beneficios sociales del turismo que radundan en el "bienestar social, la distribución de bienes y la fuerza de consumo." <sup>62/</sup>

Por su parte, Murillo Hernández, ex titular de Fonatur, se refirió a los empleos obtenidos hasta 1978. Según él, entre 1973 y 1978, 18,467 empleos directos y 55,895 empleos indirectos se crearon con el financiamiento de Fonatur. De éstos, el 18.4 por ciento de fuentes de trabajos directas y el 23.4 por ciento de empleos indirectos corresponden al período 77-78. Para el fin del sexenio se emplearían directa e indirectamente 284,400 personas, según informó la Secretaría. <sup>63/</sup> El análisis de este renglón será, asimismo, incluido, en el siguiente capítulo.

La presentación de la situación hasta aquí expuesta, que daría incompleta si no se consideran otros elementos, también de primer orden, que acompañaban esta política. La construcción de nuevos cuartos estaría basada en criterios orgánicos de planeación: por un lado fomentando ya no meros hoteles convencionales, sino proyectos turísticos que integraran concepciones innovadoras de la industria del descanso, tanto a nivel técnico como recreativo y que, por ende, atraieran mayores corrientes de visitantes; por otro, se establecían regiones prioritarias conforme a áreas turísticas potenciales, hasta el momento en cierto modo desatendidas.

<sup>62/</sup> Guillermo Rossell de la Lama. "Inauguración y mensaje de bienvenida", en Primer Seminario, op. cit., p. 9.

<sup>63/</sup> Murillo Hernández, op. cit., pp. 125-139.



De ellas, son cuatro las prioritarias: la región fronteriza norte, que es valiosa en tanto se requiere retener por mayor tiempo a las personas que cruzan la línea divisoria; - la integrada por los estados de Baja California Norte y Sur, Sonora y Sinaloa, donde se programaron dos nuevos polos turísticos: San José del Cabo y Loreto; el llamado "Dorado - Pacífico de México" que incluye las costas de Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacán, Guerrero y Oaxaca, donde se sitúan los complejos turísticos de las Huastecas e Ixtapa-Zihuatanejo; y en cuarto lugar, el sureste, que comprende los estados de Quintana Roo y Yucatán principalmente, y en menor medida - Chiapas y Campeche. <sup>64/</sup>

Se creyó necesario, en conclusión, diversificar la corriente turística, que ha mostrado la tendencia a concentrarse en las ciudades de Acapulco, Monterrey, Guadalajara y, principalmente, el Distrito Federal, que en 1979 acaparó el 24.78 por ciento de la corriente turística total. <sup>65/</sup>

Si bien los créditos que ha proporcionado Fonatur siguen siendo mayores en el periodo 77-78 para la región centro, las áreas de Quintana Roo y Baja California han recibido atención prioritaria a partir de 1979. <sup>66/</sup>

Es obvio que los objetivos que se plantearon para el sexenio debían ser contemplados dentro de un marco general mencionado y trabajado como lo reconocieron a partir de 1978 las autoridades correspondientes:

<sup>64/</sup> Excelsior. "México, campo virgen a la inversión turística" en Fin de Semana, viernes 27 de abril de 1979, p. 1.

<sup>65/</sup> Banco de México. Encuestas sobre turismo receptivo. México: Cuadernos del Banco de México, 1976-1977, p. 29.

<sup>66/</sup> Excelsior. "Fonatur autorizó créditos por 778 millones de pesos", martes 3 de marzo de 1981, p. 10A. - -

la conjugación entre la planeación y los lineamientos señalados en los planes gub<sup>er</sup>nales y de otros sectores deberán estar garantizados mediante una explícita consideración de estos en el Plan Nacional de Turismo, así como una revisión de aquéllos a la luz de éste. 67/

El gran problema es que esa planeación consciente y organizada que se reclamaba no encontró cristalización en un programa integral estructurado sino hasta 1979. En virtud de esto, el Plan Nacional de Turismo, presentado al primer mandatario el 26 de octubre de 1979 y publicado en el Diario Oficial de la Federación hasta el 4 de febrero de 1980, deja entrever que dicho plan representa "los objetivos, estrategias y metas del sector turismo aplicadas desde 1977." 68/ En otras palabras, los proyectos de desarrollo turísticos fueron puestos en marcha desde mucho antes de ser planificados. Esto, lógicamente, ha traído como consecuencia que los dos primeros objetivos generales de la Secretaría de Turismo, hayan sido dejados de lado, incluso a pesar de los logros alcanzados en lo que se ha dado en llamar "turismo socio-cultural". 69/

Esta materia, sin embargo, desborda los objetivos de nuestro estudio. Empero, es preciso resaltar que se han implementado medidas tendientes a promover benéficamente el tiempo libre de los nacionales de bajos recursos al través, por ejemplo, de programas de vacaciones escalonadas, paquetes económicos y albergues.

67/ Secretaría de Turismo. Lineamientos programáticos, op.cit., [s.p.]

68/ Fonatur. Boletín Informativo. México: Fonatur, año 2, no. 1979,

p. 2.

69/ En este sentido, la actual titular de la Secretaría de Turismo, Rosa Luz Alegría, define al turismo socio-cultural como un complemento ineludible al y del trabajo. Véase, Rosa Luz Alegría, Comparecencia, op. cit., p. 3.

Por otro lado, si bien en gran medida los objetivos generales se han logrado, cabe destacar que para finales de 1979 -pese al ritmo creciente en la captación de divisas- la nueva sobrevaluación del peso causada por la tasa de inflación acumulada, sensiblemente mayor a la de los Estados Unidos, nuestro mayor cliente turístico, junto con otros factores, dieron paso a severas distorsiones en el sector de la hospitalidad. En efecto, la crisis monetaria internacional traducida en inflación y recesión, el proteccionismo comercial y turístico, la falta interna de créditos e inversión privada en el sector, la deficiente administración y organización de nuestros servicios turísticos, el acelerado crecimiento de la población en los principales polos turísticos -consecuencia de la migración interna-, a más de la sobrevaluación de nuestra moneda que incrementó el turismo mexicano hacia el exterior, fueron factores que contribuyeron de forma sustancial al paulatino deterioro de la "industria sin chimeneas".

Aunado a lo anterior, cabe señalar que uno de los problemas fundamentales que presenta la actividad turística en nuestro país es la no concurrencia de México en el mercado internacional de la integración, la promoción y la venta de paquetes globales que comprendan transportación, hospedaje, alimentación y diversión. Al decir de la titular de Sectur, Rosa Luz Alegría:

este mercado está totalmente a merced de los operadores internacionales de recorridos turísticos, que manejan el mercado mundial a su antojo y no siempre reflejan en sus precios -de venta de las tarifas promocionales que con siguen en México. [De tal suerte] solamente se difunden las tarifas de las cadenas internacionales que tienen sus propio sistema de reservación y promoción. 70/

De tal manera, el acelerado crecimiento de la actividad turística en nuestro país presentó desde su nacimiento deficiencias estructurales que han venido afectando su desarrollo eficiente y equilibrado. El sector turístico mexicano desatendió desde un principio el renglón más importante: el de la comercialización de la actividad turística. Esto llevó a la acaparación de nuestros servicios turísticos por las grandes firmas transnacionales.

Ante el eminente deterioro de la "industria de la recreación" la Secretaría bajo la nueva dirección de Rosa Luz Alegría, ha diseñado un conjunto de acciones y estrategias para sacar del "bache" al sector.

Las medidas a adoptar pueden ser divididas en tres grandes rubros: 1) aquéllas de carácter fiscal y financiero; 2) las que tienen un carácter meramente operativo y las de orden legal.

Sobre el primer punto, el 19 de octubre de 1981, el Diario Oficial de la Federación, de nueva cuenta dio a conocer el decreto de ley mediante el cual se establecían estímulos fiscales para el fomento de la actividad turística y la promoción de las inversiones en este sector. Así, los estímulos fiscales se otorgaban a los inversionistas mediante Certificados de Promoción Fiscal (Ceprofis) en las proporciones siguientes:

12 por ciento cuando se realicen en alguna de las regiones de desarrollo turístico prioritario; 8 por ciento cuando sea en alguna de las regiones de desarrollo turístico generalizado; 15 por ciento cuando se realice en la ejecución de proyectos de turismo socio-cultural; 12 por ciento, independientemente de su ubicación, cuando se realicen para la ejecución de proyectos de turismo residencial y se busque fomentar los diversos medios de transporte turístico. 71/

---

71/ Véase, Diario Oficial de la Federación, 19 de octubre de 1981 y Novedades. "Certificados de Promoción Fiscal para hacer atractivo el negocio turístico", martes 20 de octubre de 1981, p. 2.

Asimismo, se señaló que se otorgarían subsidios a los servicios turísticos nacionales para hacerlos más competitivos frente al exterior. <sup>72/</sup>

Entre las medidas incluidas en las cuestiones de carácter operativo se contempló la instauración del Banco Nacional de Turismo (Bantur) el cual tendría a su cargo organismos tales como Nacional Restaurantera, Nacional Operadora, la Multimodal de Servicios Turísticos y el Sistema Nacional de Reservas. En efecto, el 19 de octubre de 1981, el Presidente José López Portillo firmó la iniciativa de Ley mediante la cual se creó Bantur.

Con la creación de esta institución de banca múltiple se espera, al decir de la titular del ramo, "contemplar e integrar la estructura financiera del sector, propiciandó así un apoyo dinámico y versátil al sector turismo." <sup>73/</sup>

De tal suerte, los objetivos generales de Bantur han sido enmarcados dentro del capítulo II, artículo 5 de la Ley Orgánica de esta institución publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de enero de 1982. Estos pueden resumirse de la siguiente manera: 1) promover y financiar el desarrollo de la actividad turística; 2) apoyar la expansión de la demanda turística en el ámbito nacional; 3) efectuar operaciones de banca múltiple; 4) contribuir al proceso de planeación y programación de la actividad turística fomentando la oferta y la demanda turísticas; 5) consolidar el apoyo a las entidades paraestatales del sector; 6) financiar

72/ El Sol de México. "En marcha un paquete de estímulos de apoyo de Sector", martes 20 de octubre de 1981, p. 1A.

73/ Rosa Luz Alegría, Comparencia, op. cit., p. 46.

instalaciones y servicios turísticos de interés socio-cultural; 7) promover este tipo de turismo; 8) contratar en forma directa créditos del exterior con instituciones gubernamentales e intergubernamentales o privadas; 9) efectuar operaciones y prestar servicios acordes a la función crediticia del banco; 10) emitir toda clase de títulos en serie, certificados de participación inmobiliaria y expedir bonos turísticos; 11) garantizar las emisiones de éstos; 12) adquirir toda clase de bienes inmuebles de acuerdo con el artículo 27 Constitucional; 13) suscribir y conservar acciones en diversas industrias turísticas y; 14) promover la organización, transformación o fusión de toda clase de empresas o sociedades mercantiles del sector turístico mexicano. <sup>74/</sup> Asimismo, este artículo advierte que "no se concederán, en ninguna circunstancia créditos a empresas con mayoría de capital extranjero en su capital social." <sup>75/</sup>

Por otro lado el capítulo III, referente a la composición de Bantur advierte que éste estará constituido de la siguiente manera: una asamblea general de accionistas cuyo papel será el de acordar y rectificar todos los actos llevados al cabo por la banca múltiple, un consejo de administración presidido por el Secretario de Turismo e integrado por 10 consejeros propietarios, un consejero suplente por cada propietario, dos comisarios que vigilarán la sociedad y, un suplente por cada comisario propietario. <sup>76/</sup>

<sup>74/</sup> Diario Oficial de la Federación. "Modificaciones a la Ley Federal de Turismo", viernes 8 de enero de 1982 y Excelsior. "Debate por la creación de Bantur", martes 22 de diciembre de 1981, p. 4A.

<sup>75/</sup> Ibid., p. 56

<sup>76/</sup> Ibid., p. 57 Cabe señalar que los comisarios serán designados dependiendo de dos tipos de acciones: "A" y "B". Por las primeras, que darán incluidos los comisarios de diversas secretarías de estado (8) y por las segundas, 2.

Los artículos posteriores (capítulo III, artículos 15 a 18) establecen la duración, funciones y facultades de los diversos órganos que lo componen. El consejo de administración se encargará de administrar, representar, autorizar y ejecutar las diversas acciones tendientes a fomentar y desarrollar el sector turístico mexicano, con la limitante de que dichas acciones deben ser aprobadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. <sup>77/</sup>

Asimismo, se contempla la creación de diversos organismos encaminados a apoyar los servicios turísticos nacionales. Entre estos proyectos se encuentran la creación de una Nacional Restaurantera, Nacional Operadora, la Empresa Multimodal y el Sistema Nacional de Reservasiones.

Los objetivos fundamentales de estos organismos son los de integrar los servicios correspondientes en diversos organismos a fin de proporcionar precios accesibles y facilitar al turista la expedición de boletos, reservasiones de habitaciones y demás servicios que requieran y estén vinculados al sector.

La planeación y la ejecución todavía no es un hecho. Sin embargo, se contempla la posibilidad ya sea de llevar al cabo una integración conjunta de estas instituciones o plantear individualmente cada una de ellas. En este sentido, consideramos que el desarrollo de dichas instituciones debe ser visualizado de forma integral, de tal suerte que estos

---

<sup>77/</sup> Ibid., p. 58 En efecto, la Ley señala que cualquier acción del Consejo podrá ser vetada por la SHCP dentro de un plazo de 3 días hábiles a partir de la fecha en que se recibe la comunicación respectiva, cuando en el juicio de esta institución, dichas resoluciones pongan en peligro la estabilidad financiera o crediticia del gobierno federal.

organismos mantengan una coordinación común. Así, Nacional Operadores podría ser la coordinadora de las demás dado que el instrumento más importante para la promoción de los paquetes turísticos son las agencias de viajes u operadoras de tours.

Por otro lado, de llevarse al cabo dicha propuesta, la conjunción de los servicios turísticos abarataría los costos de los paquetes turísticos atrayendo más viajeros.

Otra medida de importancia fue el anuncio de la titular de Sectur del 8 de diciembre de 1981 donde se daba a conocer la creación de una subsecretaría; esta tendría como función la atención especial al usuario. La racionalidad para su creación fue la necesidad imperante en el sector turístico mexicano de "fortalecer, mejorar y ejercer un mejor control racional, exhaustivo y promocional de la actividad turística." <sup>78/</sup>

El tercer punto de las nuevas reformas al sector turístico mexicano es el correspondiente a las modificaciones hechas a algunos artículos de la Ley Federal de Turismo (LFT). Estas fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 8 de enero de 1982 y pueden ser sintetizadas de la siguiente manera:

1. Modificaciones en torno a los precios y tarifas de los servicios turísticos: a) se estableció un registro anual de precios y tarifas; b) la vigilancia de éstos y la aplicación de sanciones a los infractores estarán a cargo tanto de Sectur como de Secom; c) Sectur establecerá las

---

<sup>78/</sup> Ovaciones. "Tercera subsecretaría en turismo", 8 de diciembre de 1981, p. 1 y La Prensa, "Creación de la subsecretaría para el turista", 8 de diciembre de 1981, p. 3.



las tarifas escuchando a los prestadores de servicios; d) se hará una clasificación de éstos; y: e) los prestadores de servicios deberán hacer públicos y por escrito los precios y las tarifas autorizadas.<sup>79/</sup>

2. Modificaciones al capítulo de los fideicomisos: es aquí donde se establece la creación de Bastur el cual - supervikará todos los fideicomisos turísticos del gobierno quedando Fonstur supeditado a esta institución. Por otro lado, se derogan las disposiciones de Fonstur y se afianza la posibilidad de crear fideicomisos turísticos privados.

3. Derogación de los Cofotures y la participación más activa de Sector en los Comités de Planeación y Desarrollo Estatal (Coplare).

Así, creemos que éstas son las modificaciones principales a la LFT. Empero, con el objeto de que el lector interesado analice las modificaciones íntegramente, hemos elaborado un anexo que podrá ser localizado al final de esta tesis.

#### El deterioro de la "industria de la hospitalidad"

A pesar de los grandes esfuerzos de organización y fomento que se han tratado de llevar al cabo, la actividad turística se encuentra en recesión. Si bien la titular del ramo, Rosa Luz Alegría, ha señalado en repetidas ocasiones que la "industria sin chimeneas" no está en crisis, las tendencias que ha mostrado el saldo del sector puede llegar a ser negativo y a convertirse en uno de los problemas tora-

<sup>79/</sup> Diario Oficial de la Federación. "Modificaciones a la LFT", 6 de enero de 1982. Véase, anexo correspondiente.

les de la nación. En efecto, las explicaciones que afirman que los responsables de la crisis sin lugar a dudas son las grandes cadenas hoteleras, no muestran la naturaleza misma de la crisis por la que atravieze este importante sector e conómico. Entonces, ¿a qué se debe este cambio?

Se han sugerido varias explicaciones: la recesión mundial, en especial la norteamericana; la falta de infraestructura adecuada; el aumento de salarios que causaba carestía; la elevación de los precios de petróleo que provocó inflación; la cada vez mayor brecha inflacionaria entre México y los países que proporcionan el grueso de los turistas a nuestro país, en especial los Estados Unidos. Todas ellas incidieron en la crisis del sector, pero la causa mediata y evidente fue la divergencia en las tasas de inflación en tre México y su principal cliente turístico, Estados Unidos y la consecuente sobrevaluación del peso mexicano. In golf Otto señaló en enero de este año que en el caso de los Estados Unidos y México, la brecha inflacionaria era del - 16.5 por ciento. En 1980 fue aún peor: del 17.4 por ciento. 80/

Esta brecha inflacionaria, al mismo tiempo que encarecía los servicios turísticos, producía otro efecto negativo: el de la salida de mexicanos en cantidades formidables que buscaban gangas con sus pesos sobrevaluados y se daban cuenta de que su poder adquisitivo era mayor en los Estados Unidos o Europa que en México. Efectivamente, las noticias

---

80/ Ingolf Otto. "La crisis del turismo" en Económica, año 4, v.10, no. 103, enero de 1982, p. 14.

sobre la salida de mexicanos al exterior están al día. Por ejemplo, se ha señalado que sólo en la Ciudad de San Antonio, Texas, medio millón de mexicanos gastaron 750 millones de dólares en 1981. Más aún, según la Cámara de Comercio de Estados Unidos, los 3 millones de mexicanos que visitaron el país en 1980, gastaron 2.6 mil millones de dólares, un promedio de 812.50 dólares cada uno. <sup>81/</sup>

Por otro lado, un análisis preliminar de enero a mayo de 1981 nos permite, al decir de José Pérez Stuart, comprobar la difícil situación por la atravesaba el sector turístico mexicano:

Cuadro VII  
PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS  
DE ENERO A MAYO DE 1981

Indicadores	Porcentaje(%)
Turistas de México	+14.0
Turistas a México	- 4.6
Ingreso por turista extranjero	+ 0.1
Egreso por turista mexicano	+48.3
Ingreso por transacciones fronterizas	+20.8
Egreso por transacciones fronterizas	+38.2

Fuente: Excelsior. José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", viernes 24 de julio de 1981, p. 6P.

Como puede observarse las cifras ofrecen un claro panorama del deterioro que estaba sufriendo el sector turístico. Es un hecho, en verdad, que el turista extranjero gastaba a un ritmo menor en tanto que el mexicano que salía al extranjero estaba erogando más. <sup>82/</sup>

<sup>81/</sup> Ibid., p. 15

<sup>82/</sup> Excelsior., José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", viernes 24 de julio de 1981, p. 6 P.

La sobrevaluación del peso y sus repercusiones en el sector turístico mexicano

La sobrevaluación de nuestra moneda ya era clara desde 1980. Un observador del fenómeno afirmaba lo siguiente:

Se ha perdido el atractivo monetario. Es bien cierto que cada dólar equivale a poco más de - 24 pesos (?), pero también es cierto que las tarifas y precios de los servicios y bienes son más caros. 83/

La sobrevaluación como hemos apuntado, trajo como consecuencia una notoria disminución de nuestro turismo receptivo que, según cálculos de Banamex alcanzaría del 8 al 12 por ciento en 1981. 84/

La sobrevaluación del peso afectó también la otra cara de la moneda, pues resultó más atractivo viajar al extranjero que dentro de México y, por tanto, el gasto mexicano por concepto de turismo en el exterior se incrementó notablemente.

Durante el año pasado /1980/ mientras que el número de visitantes a México fue el mismo que en el periodo anterior y sus gastos se incrementaron sólo en un 15%, los turistas mexicanos gastaron 41% más que en el año de 1979. 85/

83/ Excelsior. José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", martes 5 de mayo de 1981, p. 5P. Cabe destacar que para finales de 1981 cada dólar equivalía a 26.32 pesos debido a la política de deslizamiento del peso. Véase, Ovaciones. "La salida de vacacionistas atiza presiones al peso", jueves 24 de diciembre de 1981, p. 2.

84/ Excelsior. "Banamex pronostica que bajará el turismo entre 8 y 12%", viernes 10 de abril de 1981, p. 4 y 23A.

85/ Excelsior. "Turismo y comercio flaquean a México", 9 de abril de 1981, p. 3 y 8A.

El Banco Nacional de México observó que en los tres primeros meses de 1981 la corriente de viajeros descendió en un 6 por ciento mientras que los servicios se encarecieron en un 30 por ciento en comparación con aquellos que se brindaban en los Estados Unidos, por ejemplo.

Cuadro VIII  
COMPARACION DE PRECIOS POR CONCEPTO DE PRESTACIONES  
DE SERVICIOS TURISTICOS ENTRE MEXICO Y LOS ESTADOS  
UNIDOS ( 1981, dólares)

CONCEPTO	MEXICO	ESTADOS UNIDOS
Hotel de lujo*	121.00	89.50
Hotel de primera*	61.60	47.00
Alimentos	46.60	51.65
Refrescos	.96	.86
Tasa de café	.89	.85
Bebidas alcohólicas	16.53	13.74
Renta de automóvil	28.48	23.50

Fuente: Excelsior, José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", - martes 5 de mayo de 1981, p. 6 F.

\* Cabe destacar que dado el deterioro de la "industria de la Hospitalidad", el martes 9 de febrero de 1982, la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes señaló una reducción de 50 por ciento en tarifas de hoteles de todo el país. Véase, Últimas Noticias. "Se extiende a todo el país la baja de 50 por ciento en tarifas de hoteles dice la AMAV, mar tes 9 de febrero de 1982, p. 1.

Cuadro IX  
COMPARACION ENTRE LOS PRECIOS DE HOTELES MEXICANOS  
Y NORTEAMERICANOS CON BASE EN OCUPACION DOBLE POR  
DIA ( dólares)

LOCALIDAD	LUJO	1a. CLASE	LOCALIDAD	LUJO	1a. CLASE
Acapulco	126	63	Florida	91	44
Cancún	121	69	Georgia	90	46
Cd. de México	110	56	Hawai	88	50
Cozumel	100	44	Nueva York	120	67
			Washington	100	55

Fuente: Ibid., p. 6 F.

Mantener el peso sobrevaluado significaba alentar la salida de turistas mexicanos y desalentar el turismo receptivo. Es el gobierno mexicano, el que, en última instancia, al no tomar las medidas adecuadas e imponer el valor "real" del peso subsidió al turista mexicano para que viajara al exterior al mismo tiempo que restó competitividad a la "industria de la hospitalidad". Ya desde enero de 1981 Gerardo - Bueno hacía notar que:

el nivel de sobrevaluación del peso con respecto al dólar está entre un 25 y 30 por ciento. Mantener el peso sobrevaluado significaba alentar - las importaciones de bienes y servicios y desalentar las exportaciones. 86/

Los desmedidos aumentos en los precios de los servicios turísticos trajeron consigo no sólo la desviación del turismo hacia Hawai o las zonas del Caribe, sino también, el deterioro de los servicios. Efectivamente, al no estar trabajando un hotel -al decir de la iniciativa privada mexicana- al 100 por ciento, el monto restante no alcanzaba a cubrir el aumento anual de los gastos del hotel.<sup>87/</sup> Esto, por otro lado, llevó a una continua y desmedida alza en los precios y, en ocasiones, la industria nacional se vio desplazada por empresas extranjeras que al presentar mayor solidez financiera y ofrecer mejores condiciones en términos generales, penetraban con mayor facilidad. Más aún, Ernesto Ochoa

86/ Gerardo Bueno. "El peso está sobrevaluado" en Razones, 27/12-25, enero de 1981, pp. 31-34.

87/ Cabe destacar que si bien a nivel nacional los hoteles estaban ocupados en un 65 por ciento de su capacidad, los hoteleros estaban dispuestos a proporcionar tarifas promocionales en una tercera parte de los cuartos. Véase, Excelsior. "Lo anunció la Concanaco: disminuyó 6% la actividad turística", miércoles 22 de julio de 1981, p. 27. Por otro lado, Pedro R. Bruner, vicepresidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, afirmó que los hoteles de la Cd. de México están ocupados de un 85 a un 88 por ciento; los de Monterrey en un 90 por ciento; Acapulco y Puerto Vallarta en un 45-50 por ciento. Véase, Excelsior, Ibid., p. 27 A.

señaló que

es factible que en el corto plazo no se revierta la tendencia a la baja ante el panorama recesivo e inflacionario que prevalecerá en el mundo, lo que pondrá a México fuera del mercado mundial turístico. 88/

Así, el problema de la sobrevaluación del peso mexicano y sus consecuencias inmediatas en el sector turismo deben verse tomando en consideración la competencia cada vez más aguda que se tenía a nivel mundial, al grado que, por ejemplo, las cadenas hoteleras en Hawái estaban ofreciendo descuentos hasta de un 50 por ciento.

Si bien hubo repetidas exhortaciones por parte de algunos industriales para que se efectuara una devaluación del peso, éstas fueron rechazadas por el gobierno mexicano. El Secretario de Patrimonio, José Andrés Oteyza, en este sentido puntualizó:

Si los industriales alegan que una devaluación les daría una ventaja competitiva en los mercados extranjeros, deberemos analizar primero el hecho de que no hay productos para la exportación. Toda la producción se consume en el mercado nacional y en consecuencia no está justificada una devaluación. 89/

Por su parte, Gastón Azcárraga Tamayo, Presidente del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, apuntó que si se seguía sobrevaluando el peso "nos mantendremos en un error porque se impedirán las exportaciones, se perderá eficiencia, se limitará la creación de empleos y se frenará el desarro-

88/ Novedades. "Industria sin chimeneas", lunes 5 de abril de 1981, p. 2. De hecho Gustavo Romero Kolbeck reconoció el 9 de febrero de 1982 que solamente en el mes de enero se registró un aumento del 5 por ciento en el índice de precios. Uno más uno. "El incremento de los precios registrados durante enero es elevado: R. Kolbeck", miércoles 10 de febrero de 1982, p. 8.

89/ Excelsior. "Turismo y comercio flagusan a México", op.cit., pp. 3 y 8 A. Incluso, el Presidente López Portillo señaló que seguiría defendiendo la autodeterminación monetaria "dándole ritmo al valor de nuestra moneda con el deslizamiento, con los aranceles, con las licencias y los estímulos y fomento a las exportaciones". Excelsior. "Turbia campaña extranjera contra la política monetaria", sábado 6 de febrero de 1982, p. 1A.

rollo." <sup>90/</sup>

Finalmente, cabe destacar que los factores señalados no fueron la única causa del descenso de la afluencia turística a México. Debe puntualizarse que el sector turismo - mantiene una serie de distorsiones en su interior<sup>91/</sup> - sobre todo en el proceso de comercialización- que impiden real- izar el programa turístico adecuadamente. A más de que la industria de la hospitalidad se encuentra en gran medida en manos extranjeras, como analizaremos en el capítulo IV, las compañías turísticas, en su mayoría norteamericanas, están bajando los precios de sus servicios enormemente en su país de origen en su afán por atraerse una mayor clientela.<sup>92/</sup> Asimismo, cabe destacar que el apoyo de que han gozado los inversionistas mexicanos en materia de turismo los ha hecho ineficientes y poco competitivos. De ahí que la improvisación de personal y la ausencia del know how turísticos - estén, paulatinamente, haciendo que el turismo receptivo - muestre una tendencia decreciente.

Adoptar una política realista en cuanto al verdadero tipo de cambio era materia de un fuerte debate en la segunda mitad de 1981, pues al tiempo que se vislumbraban beneficios se advertían peligros de órdenes diversos. Al decir de In-

<sup>90/</sup> Excelsior. "Un error el obsesivo afán de bajar los precios", viernes 27 de marzo de 1981, pp. 1 y 13 A.

<sup>91/</sup> En este sentido, Eugenio McDonald, catedrático de la UNAM, señaló que " en lo que se refiere a turismo, éste trabaja con una estructura que data de 1950 y a lo que se ha llamado crisis no es más que - los primeros indicios de que tal estructura ya no funciona en nuestros días". Véase, Novedades. "Es obsoleta la estructura turística nacional: catedrático de la UNAM", jueves 24 de diciembre de 1981, p. 2.

<sup>92/</sup> Efectivamente, mientras que las grandes cadenas bajan sus precios en el país de origen, provocan el alza generalizada en otros países cercana al "dumping". Rosa Luz Alegría, en este mismo sentido, se señaló que " la situación más problemática se observa en los hoteles de lujo. Estas compañías transnacionales no realizan la inversión inicial, pero inducen al alza generalizada de tarifas, lo que les permite obtener grandes ganancias". Véase, Ovaciones. "cadenas hoteleras extranjeras culpables de la crisis turística", martes 18 de noviembre de 1981, pp. 1 y 6.



golf Otto ,

en términos claros la única salida a la crisis del turismo es la devaluación del peso, aunque sin duda alguna con ello levantarían la cabeza otros problemas sin demora. [Sin embargo] por lo menos un problema se habría solucionado. 93/

De otra manera -agregaba- mediante la solución del deslizamiento del peso al ritmo de 20 por ciento, resulta insuficiente puesto que antes de llegar el peso a su nivel necesario, la industria sin chimeneas se habrá derrumbado. 94/

En suma, existe una recesión en el sector turístico mexicano cuya causa fundamental ha sido la brecha inflacionaria entre México y los Estados Unidos. Empero, el problema no queda resuelto del todo con la devaluación de febrero 18 de 1982. Es aquí cuando se hace necesario resolver problemas inherentes al proceso de comercialización de esta actividad económica.

Señalar las tendencias, cuantitativamente hablando, que ha venido mostrando la "industria de la hospitalidad" mexicana a partir de 1976 mediante el estudio de los indicadores turísticos será tema de nuestros siguientes capítulos.

---

93/ Ingolf Otto, op. cit. , pp. 14-15.

94/ Ibid., p. 15.

### Capítulo III

#### IMPORTANCIA ECONOMICA DEL TURISMO

El presente capítulo tratará de analizar los principales indicadores de la actividad turística en México. El estudio de los efectos económicos del turismo, a este nivel, resulta una tarea difícil y riesgosa dada la multiplicidad, heterogeneidad y poca sistematización de los instrumentos específicos de análisis existentes en nuestro país. En efecto, el turismo como actividad económica, presenta una serie de dificultades debido, principalmente, a su compleja composición desde el punto de vista de la oferta y la demanda.<sup>95/</sup> Así, mientras que la demanda implica el consumo de un conjunto de bienes y servicios pertenecientes a diversos sectores socio-económicos, la oferta turística incluye las instalaciones, servicios, así como los atractivos de diversa índole que hacen que el turista visite un país.

Más aún, el análisis de los efectos económicos del turismo se ve limitado por la diversidad de estadísticas y las dificultades para contabilizar, eficazmente, todos los componentes que integran tanto la oferta como la demanda turísticas. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo en su publicación Efectos del turismo en la Economía, ha señalado que

---

<sup>95/</sup> Organización Mundial del Turismo. Efectos del turismo en la Economía. Madrid: Organización Mundial de Turismo, 1980, p. 5.



los principales obstáculos para lograr una aprehensión esta  
dística sustentiva deben verse vinculados a la movilidad del  
 turista, la heterogeneidad que dificulta la correspondencia  
 entre consumo y producción turística y, la reducción progresi-  
 va de trabas al tráfico turístico. 96/

De tal suerte, una forma de insertar el turismo en el a-  
 nálisis económico consiste en apoyarse en la contabilidad na-  
 cional y en las instituciones encargadas de evaluar sus efec-  
 tos económicos. De ahí que los efectos económicos del turis-  
 mo se evalúen indirectamente a través de sus repercusiones en  
 los objetivos generalmente aceptados por el sistema económico  
 en su conjunto, tales como su contribución al desarrollo eco-  
 nómico del país, el equilibrio de la balanza comercial y la  
 distribución justa y equitativa de la renta y el pleno empleo. 97/

Cabe destacar, sin embargo, que los efectos económicos  
 en sentido estricto, no pueden determinar por sí solos la vi-  
 bilidad del fenómeno turístico. Esto se debe, principalmente,  
 a que en la medida en que incorpora una serie de necesidades  
 sociales, culturales y políticas que deben ser tomadas en con-  
 sideración para su evaluación integral.

Por tales motivos, si bien el estudio de los indicadores  
 turísticos nos puede mostrar, de manera general, las principa-  
 les tendencias que ha seguido el sector de la hospitalidad, no  
 debe ser la única y exclusiva fuente de estudio al abordar es-  
 te tema. Como su denominación bien lo indica, los "indicado-  
 res turísticos" son sólo señalamientos de las tendencias pre-

96/ Cabe destacar que contrario al neoproteccionismo comercial, en el  
 sector turismo se está produciendo una desaparición progresiva de las trá-  
 das administrativas, monetarias y aduaneras que dificultan aún más su apre-  
 hensión estadística. Ibid., p. 7.

97/ Ibid., p. 12.

valecientes en un momento dado en este sector. Cabe hacer hincapié, en que el estudio del turismo debe ir más allá: debe comprender, asimismo, el análisis de los principales problemas estructurales que presenta.

En suma, este capítulo tratará de abordar cuatro indicadores turísticos sobresalientes: el flujo en la balanza de viajeros, su influencia en cuenta corriente de balanza de pagos, la oferta hotelera y, la generación de empleos durante el período 1976-1981.

#### El flujo de la balanza de viajeros

El siguiente inciso tratará de señalar el comportamiento tanto del turismo receptivo como del egresivo para poder vislumbrar la problemática que ha presentado la "industria de la hospitalidad" mexicana en esta materia.

Si bien el turismo receptivo se incrementó enormemente a partir de 1976, ya para 1980 nos encontrábamos ante un panorama completamente diferente. De un aumento de 150,000 visitantes entre 1976 y 1977, pasamos a 516,000 en 1978 y a 371,000 en 1979. Para 1980, sin embargo, la afluencia turística, con respecto a 1979 varió en forma insignificante: - 10,000 viajeros. Más aún, los pronósticos de la Sector muestran que, para 1981, el crecimiento de la afluencia turística, con respecto al año anterior sería de tan sólo 25,000 turistas; es decir, la tasa de crecimiento para ese año sería del 0.6 por ciento. <sup>98/</sup>

<sup>98/</sup> Secretaría de Turismo. Dirección General de Estadística. Estadísticas y pronósticos para 1981. México: Secretaría de Turismo, 1981, [s. p.] (mimeo no publicado)

De tal suerte, lograr la meta de 6 millones de turistas extranjeros para 1982, tal y como lo había planteado la Sectur en 1979 al elaborar el Plan Nacional de Turismo, parece poco plausible de continuar el índice de crecimiento hasta ahora obtenido.

Por otro lado, pero de igual manera, el turismo nacional interno mostró, en general, un sensible descenso. Si bien durante el período 77-78 éste se incrementó en un 10.38 por ciento, el posterior encarecimiento de los servicios turísticos mexicanos hizo que éste disminuyera sensiblemente a pesar de los grandes esfuerzos que hizo la Sectur en materia de turismo socio-cultural. A la par de esto, el turista nacional prefería realizar su viajes al extranjero, en especial a los Estados Unidos, donde encontraba precios más accesibles. De hecho, si bien para 1979 el turismo egresivo fue de 2,755,000 nacionales, esta cantidad aumentó en 1980 a 3,184,400 turistas mexicanos; es decir el turismo egresivo aumentó entre 1979 y 1980 en 429,000 viajeros. Más aún, se pronosticó que durante 1981, 3,546,700 mexicanos viajarían al extranjero;<sup>99/</sup> es decir, que el aumento absoluto en 1981 respecto al año anterior sería de 362,000 turistas mexicanos lo que significa que entre 1979 y 1981 el turismo egresivo habría crecido 28.74 por ciento.

Lo anterior, de nueva cuenta, nos hace percatarnos de los efectos negativos que la sobrevaluación del peso mexicano ha tenido tanto sobre el turismo de ingreso como en el de egreso.

---

<sup>99/</sup> Presidencia de la República. V Informe de Gobierno, Sector Turismo. México: Presidencia de la República, septiembre de 1981, anexos, [s.p.].

Por otro lado, las promociones y tarifas con descuento hasta del 60 por ciento que ofrecen las líneas aéreas norteamericanas han influido también en desviar nuestra corriente turística nacional. <sup>100/</sup> Es un hecho que hasta febrero de 1982 salía más barato al mexicano viajar a Nueva York o Houston por líneas aéreas extranjeras que hacerlo a Cancún. <sup>101/</sup>

La problemática anterior nos sitúa en un dilema mayor: el de la falta de competitividad que ha sufrido la "industria sin chimeneas" mexicana frente al mercado internacional. Debemos considerar, asimismo, dos problemas fundamentales que padecen tanto el transporte aéreo como el terrestre. Por un lado, existe la tendencia de que el grueso de las corrientes turísticas que viajan tanto al país como al extranjero, utilicen en forma creciente la vía aérea. Esta tendencia se ha agudizado debido, tanto al fomento estatal de "vuelos charter" (que se incrementaron en 1978 en un 62 por ciento) como a la rebaja en los vuelos por aerolíneas mexicanas (10 por ciento) y extranjeras (60 por ciento). <sup>102/</sup> Por otro lado, existen una serie de convenios bilaterales entre México y otros países ya aludidos. La problemática, aquí, se centra no tanto en lo pernicioso que pudiese ser en un momento dado este fenómeno, sino que dentro de tal posición se es dependiente de las políticas oligopólicas de este mercado. En efecto, si bien estas medidas han incrementado el tráfico aéreo, la ineficien-

<sup>100/</sup> Cuestión. "Que los precios son hasta un 65 por ciento más elevados", 21 de abril de 1981, pp. 1-2.

<sup>101/</sup> En este sentido, el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, afirmó que la actividad turística en nuestro país había perdido terreno en el mercado internacional, dado que México prestaba muy poca atención a la pérdida de competitividad de los servicios turísticos. Véase <sup>102/</sup> EL Heraldo. "Aumente la llegada de vuelos charter", miércoles 12 de julio de 1978, p. 2A. Cabe destacar que a pesar de las rebajas aéreas en 1978, la tendencia predominante en este renglón durante el período 79-81 fue la de elevar a más de un 50 por ciento las tarifas aéreas de las líneas mexicanas haciéndolas poco competitivas en el mercado internacional aéreo.

cia y poca capacidad financiera de nuestras dos líneas aéreas mexicanas, hacen que éstas no puedan competir con líneas con mayor solvencia financiera y mayor infraestructura. Así, por ejemplo, el retiro de Pan American World Airways (Panam) de la IATA planteó una situación caótica -que sigue dando sus frutos- en las tarifas internacionales en perjuicio de las compañías aéreas medianas al acentuar la guerra de tarifas. De ahí que con la postura que adoptó Panam en 1979, el peligro para las empresas medianas, de que hubiese una rebaja considerable en las tarifas de aquella compañía para atraer mayor pasaje, se haya convertido en un hecho. <sup>103/</sup>

Aparejado a lo anterior, la afluencia terrestre ha ido disminuyendo notablemente debido, entre algunas cosas, a la mala infraestructura de los transporte y comunicaciones, y a la prohibición del gobierno mexicano desde 1977 de entrada de autobuses extranjeros. <sup>104/</sup>

Retener al turismo nacional y fomentar la afluencia del turismo extranjero es de primordial importancia si se quiere mantener abierta esta tradicional fuente de divisas.

Cuadro X

AFLUENCIA TURISTICA  
(millones)

AÑO	TURISMO EXTRANJERO	TURISMO EGRESIVO
1976	3.097	1.977
1977	3.247	2.109
1978	3.763	2.237
1979	4.134	2.755
1980	4.144	3.184
1981*	4.169	3.546

Fuente: Banco Nacional de México. Estadísticas básicas del Turismo 1980. México: Banamex, 1981, p. 10 y Presidencia de la República. V Informe de Gobierno, op. cit., [s. p.] \*Estimados.

<sup>103/</sup> Excelsior. "Preveen mayor guerra de tarifas aéreas: Panam se retira de la IATA", viernes 2 de febrero de 1979, p. 4<sup>a</sup>.

<sup>104/</sup> Proceso. "Informes sobre turismo, cuellos de botella hechos en México", año 1, no. 28, 16 de mayo de 1977, p. 6.

El cuadro anterior muestra que las tendencias de la afluencia turística extranjera y del turismo egresivo han tenido en los últimos cinco años un comportamiento distinto del que se esperaba conforme al plan oficial. Con todo, éste apuntaba un saldo favorable en la balanza de viajeros.

Sin embargo, y a pesar de que las fuentes oficiales señalan un saldo favorable en la balanza de turistas, en general para el período 1980-1981, cabe destacar que ya desde octubre de 1980, en materia de relaciones turísticas entre México y los Estados Unidos, la titular de Sectur, Rosa Luz Alegría, apuntó lo siguiente:

Por primera vez (?) en la historia de las relaciones turísticas entre México y los Estados Unidos, este año la balanza de pagos será desfavorable, ya que más mexicanos viajaron a la nación vecina que el menor número de estadounidenses que vinieron a México. 105/

Incluso, en enero de 1982, la titular del ramo, declaró:

durante 1981 el crecimiento del turismo en México fue de sólo 4.5 por ciento, cuando en otros años había sido del 14.5 por ciento, mientras que la tasa de crecimiento del turismo egresivo fue del 28 por ciento. 106/

Lo anterior, llevó a la titular de la Secretaría de Turismo a exhortar a los prestadores de servicios turísticos, en febrero de 1982, a no sacar turistas nacionales al extranjero motivándolos a viajar al interior del país. 107/

La constante salida de turistas mexicanos al extranjero, en especial hacia los Estados Unidos, y el descenso del turis

105/ Excelsior. "Será desfavorable a México la balanza turística con EU", viernes 17 de octubre de 1980, p. 20A.

106/ Uno más uno. "Ha crecido 8.5 en promedio anual la afluencia de turismo receptivo de internación en 5 años", sábado, 30 de enero de 1982, p.

107/ El Sol de México. "No siguen al turismo de México: impidan la fuga de divisas, pidió RLA a los agentes de viajes", martes 16 de febrero de 1982, p. 13.



no norteamericano hacia nuestro país, es corroborado por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos que señaló, en julio de 1981, que el alza de precios en México incrementó en un 25 por ciento el turismo mexicano a este país. Así, se estimó que durante 1980, 3.2 millones de mexicanos visitaron el país vecino erogando 2.6 mil millones (2.6 billones norteamericanos) de dólares (37 por ciento más que en 1979). Este hecho hizo que México pasara a ser el primer cliente en materia de turismo de los Estados Unidos, desplazando al Canadá. <sup>108/</sup>

Va para 1981, el Departamento de Comercio de los Estados Unidos informó que la afluencia turística mexicana hacia su país fue de 3,800,000 viajeros mientras que los norteamericanos que visitaron México sumaron 3,270,000. <sup>109/</sup>

Esto ha sido, por una parte, producto de la situación económica norteamericana, pero por otro lado, la salida de mexicanos al extranjero debe verse vinculada a la sobrevaluación del peso mexicano como consecuencia de la inflación elevada. En este sentido, cabe señalar que el Banco de México reconoció que

solamente en los primeros 30 días de 1982 los precios al público subieron en nuestro país cerca de tres cuartas partes de la inflación que padeció Estados Unidos ... pero en todo 1981. Efectivamente, la Unión Americana declinó su carestía al 8.9 por ciento y nuestro país la tuvo de 28.9 por ciento. <sup>110/</sup>

También podría decirse que el turismo norteamericano bajó en nuestro país debido a las atractivas tasas de interés banca-

<sup>108/</sup> Department of Commerce. United States Travel Service. Recap of International Travel to and from the United States. Washington: US Department of Commerce, July 1981, p. 2.

<sup>109/</sup> Don Wynegar. International travel to and from the USA, 1982, Outlook. USA: Department of Commerce, December 10, 1981, p. Table 5.

<sup>110/</sup> op. cit., en José Pérez Stuart "Columna Portafolios", martes 9 de febrero de 1982, p. 5P.

rios que se registraron en los Estados Unidos durante 1981 que desviaron parte del gasto potencial turístico hacia el ahorro. <sup>111/</sup>

Por otro lado, cabe hacer hincapié en la política que los Estados Unidos propusieron en materia de turismo en 1981. En este sentido, la recesión norteamericana llevó al gobierno estadounidense a promulgar en octubre de 1981 un decreto de ley denominado National Tourism Policy Act, cuyo objetivo primordial es el de promover intensamente las corrientes de viajeros hacia ese país. Esta ley, a más de establecer un programa turístico promocional en el exterior, ha integrado a los prestadores de servicios turísticos para coordinar, conjuntamente con el gobierno federal, las políticas en materia de turismo. Así, la ley establece al interior del Departamento de Comercio de los Estados Unidos una Administración de Viajes y Turismo (Travel and Tourism Administration) que implanta, junto con los prestadores de servicios, las políticas que a su consideración resulten pertinentes para retener la salida de turistas norteamericanos hacia otros países y atraer al turismo extranjero. Paralelamente a esta Administración, se crearon un Consejo -para coordinar las políticas turísticas federales- y un Advisory Board -conformado por los prestadores de servicios cuyo objetivo es el de asesorar a la Administración y a las 9 agencias turísticas norteamericanas en el extranjero.-

Para efectos de hacer posible esta política turística, el decreto autoriza al Secretario de Comercio la cantidad de 6.5 millones de dólares del año fiscal 1982. <sup>112/</sup>

Por otro lado, como hemos venido señalando, se ha registrado desde 1980 un sustancial incremento en la salida de tu

<sup>111/</sup> Excelsior. José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", sábado 15 de agosto de 1981. Cabe señalar que la tasa de interés bancario norteamericano bajó durante 1981 de 21.50 por ciento a 15.75 por ciento. Véase, por ejemplo, Excelsior. José Pérez Stuart. "Columna Portafolios", martes 19 de enero de 1982, p. 5F.

<sup>112/</sup> Department of Commerce. Energy and Commerce Comitée. National Tourism Policy Act. Washington: House Report 97-107, October, 1981, pp. 1560-1574.

ristas mexicanos hacia el país vecino que ha traído consigo una considerable salida de divisas mexicanas. De hecho las estadísticas elaboradas por la Dirección General de Estadística muestran el rápido incremento que el turismo egresivo mexicano ha tenido hacia los Estados Unidos:

Cuadro IX  
TURISMO EGRESIVO MEXICANO Y SU VINCULACION CON  
LOS ESTADOS UNIDOS 1976-1981 (millones de turistas)

AÑO	TURISMO EGRESIVO TOTAL	TURISMO ME- XICANO A EU	TURISMO DE EU A MEXICO	% TURISMO MEXICANO A EU
1976	1.977	1.920	2.672	97.13
1977	2.109	2.029	2.736	96.24
1978	2.237	2.142	3.073	95.76
1979	2.755	2.560	3.430	92.92
1980	3.184 (1)	2.930	3.443	92.00
1981*	3.546	3.370	-----	96.00

Fuente: Banco Nacional de México. Estadísticas Básicas, op. cit., p. 17 y 54 y \* Secretaría de Turismo. Dirección General de Estadística. Pronósticos, op. cit., /s.p./

(1) Según la Oficina de Turismo de los Estados Unidos, la afluencia turística mexicana hacia ese país en 1980 fue de 3.200 millones de turistas y en 1981 de 3.800 viajeros, cantidades mayores a las señaladas por las fuentes mexicanas. Véase, p. 66 de esta tesis.

Las anteriores cifras nos llevan a preguntarnos ¿cuál ha sido el resultado real en cuanto a otro de los objetivos del plan? ¿En que medida la diversificación de la afluencia turística en cuanto a país de origen se está realizando?

De manera global, la composición de nuestro turismo receptivo ha tendido a ser mayoritariamente norteamericano. Esto se debe, lógicamente, a la situación geográfica de nuestro país cuyas fronteras colindan con las de la gran potencia y al mayor poder de compra de los estadounidenses. Empero, cabe matizar que du-

rante el periodo 77-79 el porcentaje de norteamericanos que visitaron nuestro país disminuyó en favor de la diversificación de la afluencia latinoamericana y europea. En efecto, aunque el cambio fue mínimo, la afluencia turística latinoamericana en 1976 llegó a representar el 5.26 por ciento del total del turismo receptivo. Para 1978 ésta llegó a representar un 6.19 por ciento y se mantuvo arribe del 6 por ciento por todo el periodo considerado. Algo similar ocurrió con Europa y en grado menor con el Canadá. Con todo, 1979 y 1980, muestran de nueva cuenta, la tendencia hacia la concentración en el turismo norteamericano como puede observarse en el cuadro de la siguiente página.

Por otra parte, la otra cara de la moneda muestra que el destino del turismo mexicano egresivo se ha concentrado fundamentalmente en los Estados Unidos. Para 1976, el 97.13 por ciento de los viajeros mexicanos visitaron el país vecino. Este porcentaje decreció ligeramente para el periodo 1978-1980. Empero, todo parece indicar que a finales de 1980 y durante el curso de 1981 hubo un sustancial aumento y concentración de la afluencia turística mexicana hacia la Unión Americana.

Estos importantes cambios deben ser observados a la luz de la sobrevaluación del peso mexicano y de la política del gobierno mexicano en materia turística. Así, cabe señalar que desde finales de 1980 la propaganda turística mexicana fue encaminada básicamente hacia la nación vecina a pesar de que se intentó canalizar el turismo proveniente de la zona del Caribe y Europa mediante convenios bilaterales, por ejemplo con España y Puerto Rico.

CUADRO XII  
 COMPOSICION DEL TURISMO RECEPTIVO MEXICANO POR LUGAR  
 DE PROCEDENCIA 1976-1980 (millones de turistas)

AÑO	PROCEDENCIA	NUMERO DE TURISTAS	PORCENTAJE %
1976	Estados Unidos	2.672	86.28
	Canadá	.119	3.85
	Europa	.112	3.61
	América Latina	.163	5.26
	Otros	.031	1.00
	TOTAL	3.097	100.00
1977	Estados Unidos	2.736	84.26
	Canadá	.155	4.77
	Europa	.155	4.77
	América Latina	.171	5.27
	Otros	.030	.93
	TOTAL	3.247	100.00
1978	Estados Unidos	3.073	81.66
	Canadá	.210	5.58
	Europa	.210	5.58
	América Latina	.233	6.89
	Otros	.037	.99
	TOTAL	3.763	100.00
1979	Estados Unidos	3.430	82.97
	Canadá	.183	4.43
	Europa	.219	5.30
	América Latina	.252	6.09
	Otros	.050	1.21
	TOTAL	4.134	100.00
1980	Estados Unidos	3.443	83.08
	Canadá	.170	4.10
	Europa	.240	5.80
	América Latina	.254	6.13
	Otros	.037	.89
	TOTAL	4.144	100.00

Fuente: Banco Nacional de México. Estadísticas básicas del turismo 1970-1980. México: Banamex, Departamento de Estudios Económicos, 1981, p. 14.

Más importante todavía dentro de este apartado, es lo que se ha dado en llamar "calidad del turista". Este calificativo es utilizado para indicar el gasto que efectúa un turista. Así, el turista será de mejor calidad en tanto que su gasto en el país que visite sea más elevado que el de otros extranjeros. En este sentido, el mexicano ocupa uno de los primeros lugares mundiales. Al decir de Julián Castedo Moya, ex-agregado de Turismo de la Embajada de España en México:

El turista mexicano es considerado como el mejor cliente. Nuestros cálculos nos han llevado a la conclusión de que el gasto que hacen 7 u 8 norteamericanos o alemanes en España, equivale al de un mexicano. 113/

Empero, en este renglón las estadísticas son confusas. Mientras que el Departamento de Comercio de los Estados Unidos ha llegado a señalar que el gasto de un mexicano en este país durante 1981 fue de \$12.50 dólares, el Banco Nacional de México tiende a negar esto. 114/ En efecto, la banca señala que el gasto de un mexicano en el extranjero es menor al del turismo receptivo:

Cuadro XIII  
GASTO MEDIO POR TURISMO EGRESIVO  
Y RECEPTIVO (dólares)

AÑO	TURISMO EGRESIVO	TURISMO RECEPTIVO
1976	214.00	268.94
1977	187.77	266.86
1978	231.90	298.63
1979	258.96	349.11
1980	317.41	403.00

Fuente: Banco Nacional de México. Estadísticas Básicas, op. cit. pp. 10, 17 y 54.

113/ Entrevista de la autora al agregado de Turismo de la Embajada de España en México, Sr. Julián Moya Castedo. México, octubre 15 de 1979.

114/ Department of Commerce. Recap of International, op. cit., p. 2.

Los anteriores datos nos llevan, en verdad, a dudar de las cifras nacionales. Esto se debe, principalmente, a que en términos reales es de conocimiento público que el mexicano no viaja solamente por placer sino para comprar mercancías de todo tipo. Tal vez, lo que sucede, es que las cifras anteriores se refieren únicamente a los gastos del turista por concepto de comida y hospedaje, dejando de lado el gasto en compras y diversiones. En este sentido, también de sobra es conocido que el mexicano que viaja al exterior gasta en compras mucho más que en hospedaje y comidas. Por algo el mexicano es considerado como uno de los mejores clientes turísticos. Así, cabe hacer hincapié en que el porcentaje del gasto en compras del mexicano en la Unión Americana está directamente relacionado con el tipo de turismo de que se trate. De tal manera, la motivación principal de los turistas que cruzan la frontera mexicana hacia ciudades fronterizas como el Paso, Laredo, Brownsville, Calexico o San Diego, son las compras. <sup>115/</sup> Por otro lado, los turistas mexicanos que viajan al interior de los Estados Unidos destinan sólo el 21 por ciento de su gasto total en compras, adquiriendo mayor importancia el renglón concerniente a comidas y diversiones. <sup>116/</sup>

---

<sup>115/</sup> El 54 por ciento de los mexicanos que cruzaron la frontera -- viajando a la franja fronteriza norteamericana, afirmaron que su motivación principal eran las "compras", principalmente, de abarrotes (42 por ciento), ropa y comida (28 por ciento). Véase, United States Travel Service. Mexican Border Crossing Survey. Principal findings. México: Datos para Decisiones, July 1980, p. 5-11.

<sup>116/</sup> Los porcentajes del gasto mexicano en Estados Unidos por concepto de turismo fuera de la zona fronteriza son: 27 por ciento en comida, 22 por ciento en diversiones, 20 por ciento en hoteles y 21 por ciento para compras. Véase, U.S. Department of Commerce. U.S. Travel Service. Mexican Travel Beyond the U.S. Border Zone. Washington: U.S. Travel Service, February, 1981, p. 28.

Turismo y cuenta corriente de balanza de pagos

La actividad turística en nuestro país ha sido una de las principales fuentes en la captación de divisas "posición superada únicamente por la exportación de hidrocarburos, y muy por encima de otras ramas de la economía, como la manufacturera, la agrícola y la pesquera." <sup>117/</sup>

Sin embargo, debido a las razones antes apuntadas, los logros del turismo y las transacciones fronterizas en el importante alivio de la balanza comercial no han mostrado un ritmo ascendente en los últimos años. En efecto, fue a partir de 1978 cuando el porcentaje del déficit comercial que estos dos rubros financiaban comenzó a descender: de 80.55 por ciento en 1977 a 59.24 por ciento en 1978. Ya para 1979, el saldo por concepto de turismo y transacciones fronterizas sólo cubrió un 46.53 por ciento del déficit en cuenta corriente de balanza de pagos. Más aún, para 1980, éste sólo pudo cubrir un 19.14 por ciento del déficit en cuenta corriente. Los pronósticos del sector turismo, asimismo, apuntaban que dicho porcentaje bajaría aún más para 1981. De tal manera, se señalaba que para finales de 1981 el saldo proveniente de estos dos renglones sería de 1090.4 millones de dólares, suma que lograría cubrir tan sólo el 15 por ciento del déficit en cuenta corriente de balanza de pagos, aproximadamente. Esto se debió fundamentalmente a

---

<sup>117/</sup> Secretaría de Turismo. Documento base que fundamenta la exposición de la C. Secretaría de Turismo, Dra. Rosa Luz Alegría, op. cit. p. 15.



dos hechos: primero, el gran incremento que ha tenido el déficit en cuenta corriente y, segundo, al incremento en la salida de divisas vía turismo egresivo.

Dentro de este último rubro cabe señalar una vez más la sobrevaluación del peso mexicano. Por otro lado, se estimaba que para 1981 el saldo por turismo ascendería a sólo 557.90 millones de dólares, monto inferior al de 1980 que fue de 659.30 millones de dólares. Cosa similar se esperaba ocurriría con el rubro de transacciones fronterizas. Si bien el saldo en esta materia para 1980 fue de 604.30 millones de dólares, se estimaba que éste bajaría a 532.50 millones de dólares para 1981. Por tanto, el saldo total proveniente de la suma del saldo por concepto de ingreso turístico y transacciones fronterizas habría de bajar en un 13.71 por ciento en 1981.

De suceder esto, el porcentaje del déficit en cuenta corriente de la balanza de pagos que el turismo y las transacciones fronterizas han venido financiando será, incluso, menor al de 1976, año crítico para el sector externo de la economía nacional.

El siguiente cuadro puede mostrarnos las tendencias primordiales mencionadas que ha mostrado el sector de la hospitalidad como compensador del déficit comercial para el período aquí estudiado:

CUADRO XIV

INFLUENCIA DEL TURISMO Y LAS TRANSACCIONES FRONTERIZAS  
EN CUENTA CORRIENTE DE BALANZA DE PAGOS (millones de dólares)

AÑO	DEPÍCIT COMERCIAL	SALDO TURISMO	SALDO TRANSACCIONES FRONTERIZAS	SALDO TURISMO Y T. FRONTERIZAS
1976	2,713.8	412.5	419.6	632.5
1977	1,471.5	470.4	714.9	1185.3
1978	1,926.4	602.1	731.9	1333.9
1979	3,024.0	729.7	672.0	1407.7
1980	5,601.2	659.3	604.3	1263.6
1981*	-----	557.9	532.5	1090.4

Fuente: Banamex. Estadísticas básicas, op.cit., p.17. Banco de México. Indicadores Económicos. México: Subdirección de Investigación Económica, junio de 1981, p.56, Anexo al V Informe de Gobierno (s.p.j) y Documento Base que fundamenta la exposición de la Secretaría de Turismo, Dra. Rosa Luz Alegría, op.cit.p.70

\* datos estimados

FINANCIAMIENTO DEL DEPÍCIT EN CUENTA CORRIENTE DE BALANZA DE PAGOS (1976-1981)

AÑO	% DEL DEPÍCIT QUE FINANCIÓ EL TURISMO	% DEL DEPÍCIT QUE FINANCIARON LAS T. FRONTERIZAS	% DEL DEPÍCIT QUE FINANCIARON EL TURISMO Y T. FRONTERIZAS
1976	15.20	15.17	30.37
1977	31.96	48.59	80.55
1978	31.20	38.04	69.24
1979	24.12	22.41	49.53
1980	9.98	9.16	19.14

FUENTE: Ibid., 71.

La oferta de servicios turísticos

La ampliación de la oferta de los servicios turísticos es uno de los objetivos fundamentales de la actual política económica del sector turismo. El gobierno mexicano ha puesto, a lo largo del presente sexenio, especial cuidado en materia de oferta hotelera. De ahí que si bien a finales de 1976 México contaba con 192,183 habitaciones destinadas al hospedaje turístico, la Sectur se hubiese fijado la meta de 300,000 cuartos para 1982. <sup>118/</sup>

La ansiada meta de llegar al incremento de la oferta hotelera en un 156 por ciento al finalizar el periodo 1976-1982, avanza, dentro de todo, muy paulatinamente:

Cuadro XV

OFERTA HOTELERA GENERADA POR FONATUR  
(miles de cuartos)

AÑO	TOTAL DE CUARTOS	INCREMENTO ABSOLUTO EN EL NUMERO DE CUARTOS	INCREMENTO DEL % ANUAL
1976	192.183	7.940	4.55
1977	198.439	9.741	3.26
1978	214.000	15.561	7.84
1979	231.021	17.020	7.37
1980	237.564	6.543	2.75
1981*	245.868	8.304	3.38

Fuente: Secretaría de Turismo. Estadísticas y cuadros de turismo, op. cit., [s.p.] y Anexo al V Informe de Gobierno, op. cit., [s.p.]

\* Estimaciones de la Dirección General de Estadística de la Sectur, op. cit., [s.p.]

<sup>118/</sup> Secretaría de Turismo. Estadísticas y cuadros, op.cit., [s.p.] (mimeo no publicado)

De tal forme, aunque la inversión de Fonatur pareciera que se está incrementando enormemente, cabe destacar que debido al agudo proceso inflacionario al que ha estado expuesto el país en los dos últimos años, en términos reales la inversión ha sido menor que en el sexenio anterior. De esta cantidad los montos aprobados para 1980 y 1981 -6,683 y 9,089 millones de pesos- resultaron insuficientes para lograr la meta enarbolada a principio de sexenio. <sup>119/</sup>

A pesar de que la planta turística ha sido orientada durante el presente sexenio hacia el turismo internacional y convencional de ingresos medios y altos, la Secretaría de Turismo ha tratado de adoptar una política tendiente a fomentar el hospedaje del turismo doméstico, principalmente, para los trabajadores. De tal suerte, la titular de la Sec tur, Rosa Luz Alegría, en repetidas ocasiones ha puesto énfasis en la necesidad de incrementar los servicios turísticos bajo la nueva perspectiva del turismo socio-cultural; es decir, el turismo doméstico de las clases trabajadoras. Con todo la inversión de Fonatur en este renglón (1.5 por ciento) en 1981, <sup>120/</sup> resulta mínima en comparación a aquella otorgada al turismo convencional.

Más todavía, de gran importancia en la rama hotelera es lo que hoy en día se conoce como la "revolución turística del siglo XXI" <sup>121/</sup>; es decir, la nueva visión integrada

---

<sup>119/</sup> Secretaría de Turismo y Fondo Nacional de Turismo. Principales Indicadores Turísticos. México: Sectur- Fonatur, 1981, p. 40. El financiamiento otorgado durante la presente administración asciende a 22,405 millones de pesos. Véase, Sectur, Compendio, op.cit., p. 22.

<sup>120/</sup> Ibid., p. 22.

<sup>121/</sup> Guillermo Rossell. "Mensaje", en Primer Seminario, op. cit. p. 2.

de los servicios turísticos. Es aquí cuando nos referimos al nuevo concepto de desarrollo turístico integral que abarca la transportación, el alojamiento, la alimentación, el entrenamiento deportivo, el enriquecimiento cultural y la venta y prestación de servicios.

En este sentido, el gobierno mexicano ha dado entrada de bido en parte a su falta de conocimiento en esta materia a organizaciones integrales como el Club Mediterráneo y los llamados condo-hotels.

Este último término, se utiliza para designar "un edificio de apartamentos que cuenta con los servicios de un hotel residencial."<sup>122/</sup> Lo interesante de este tipo de "hotelería" más que una integración es que

se otorgan facilidades, a personas de medianos recursos económicos, para la compra de apartamentos en condominio, con servicios de hotel, con el atractivo para el adquiriente de poder participar dentro de un pool de rentas de apartamentos, cuyo sistema permite obtener su parte correspondiente de las utilidades que resulten de la operación.<sup>123/</sup>

La novedad de estos sistemas ha llevado a su proliferación desordenada. En efecto, no se han realizado estudios que muestren su forma de operación, sus objetivos, los costos y beneficios de éstos cuando son aplicados a países de mediano desarrollo. De nueva cuenta esta visión "cerrada" que, desafortunadamente, tenemos sobre el know how turístico nos lleva a aceptar las nuevas formas de desarrollo a ojos cerrados. Y es que el supuesto aumento en las ganancias y en la captación fiscal nos hacen aceptar estos nuevos proyectos fácilmente sin -

---

<sup>122/</sup> Oscar de la Torre Padilla. El Turismo, fenómeno social. México: Fondo de Cultura Económica, 1980, p. 49.

<sup>123/</sup> Ibid., p. 49-50.

percatarnos que son producto de un sistema turístico internacional que busca expandirse. Más aún, la aceptación de éstos, nos confirma que tradicionalmente nos hemos sentido incapaces de actuar con nuestros propios medios. Emplear los extraños sin aplicarlos a la realidad nos lleva a incoherencias. Como que nos quedan grandes; como que no nos ajustan porque fueron creados para otros engranes; como que esto atrofia paulatinamente a nuestra máquina, y otra solución, de igual manera exógena y temporal, es requerida; y así el ciclo.

Otro importante rubro dentro del renglón correspondiente a la oferta turística es aquel de las bebidas y alimentos. Este, creció, en el periodo 1970-1980 a una tasa anual del 2.5 por ciento. Asimismo, es importante destacar que las agencias de viajes están creciendo en un promedio anual de 15 por ciento, pasando de 253 a 1,080 en el periodo 1971-1980. 124/

#### La generación de empleo

Una importante motivación que ha conducido al gobierno mexicano a fomentar el turismo ha sido la capacidad que esta actividad ha mostrado en el renglón concerniente a la generación de empleos. La "industria sin chimeneas" al ser una actividad que se enmarca dentro del sector servicios ha creado cuantitativamente una importante gama de puestos de trabajo.

Así, durante el periodo 1976-1979 las autoridades del sector clasificaron en dos tipos los empleos generados: los di

---

124/ Comparecencia, op. cit., pp. 25-26.

rectos -aquellos que incluyen a los trabajadores que atienden la organización pública y/o privada turísticas- y los indirectos -resultantes de la interacción de otras ramas de la economía nacional con el turismo, como por ejemplo, la industria de la construcción. A partir de 1979, la Sector, dentro del Plan Nacional de Turismo, elaboró una nueva clasificación. En una primera categoría llamada de "empleos -necesarios" se colocaron a todas aquellas personas que directa o indirectamente atienden la demanda turística y una segunda categoría llamada de "empleos que se generan en el desarrollo y la construcción física", en la cual se ubicaron a todos aquellos trabajadores que pese a mantener vínculos con el sector turismo y obtener beneficios económicos de él, lo hacen de manera temporal. Tal es el caso de un albañil o de un carpintero.

Este desorden metodológico ha tenido severas consecuencias ya que ha detenido los estudios estadísticos de este importante rubro socio-económico. Más aún, las estadísticas disponibles no permiten determinar la dimensión exacta del empleo turístico. En efecto, las investigaciones sobre la generación de empleo en este sector siguen siendo escasas no pudiendo, de tal forma, establecer comparaciones entre el sector de la hospitalidad y otros sectores económicos. Por otro lado, es difícil calcular si el sector turismo exige una mayor o menor inversión por empleo generado y una mayor o menor calificación y remuneración de la mano de obra. <sup>125/</sup>

Las metas fijadas por el Plan Nacional de Turismo mexicano para 1982 y 1985 (1,481,252 y 2,180,224), por su parte,

---

<sup>125/</sup> Organización Mundial de Turismo. Estudio Económico, op. cit., pp. 29-30.

serán imposibles de lograr de continuar el ritmo de generación de empleos hasta ahora obtenido.<sup>126/</sup> La imposibilidad de lograr dicho meta se ha visto agravada en los últimos meses por la recesión del sector turismo. Lo anterior, incluso, ha llevado a señalar que de continuar esta tendencia se quedarán sin empleo 35,000 personas.<sup>127/</sup> Este hecho es corroborado por el líder de la CTM en Guerrero, Filiberto Viguera, quien declaró el 16 de febrero de 1982, que la crisis turística estaba afectando a unos 5,000 empleos foráneos que laboraban en hoteles y a unos 10,000 trabajadores del área de la construcción.<sup>128/</sup>

Así, la generación de nuevos puestos de trabajo generados por el sector oficial en el periodo 1976-1981 sumaron 117,400, de los cuales 29,400 corresponden a empleos directos y 88,000 a puestos de trabajo indirectos:

Cuadro XVI

EMPLEO GENERADO EN EL SECTOR TURISMO\*  
(miles de personas 1976-1981)

PERIODOS	'76-77	'77-78	'78-79	'79-80	'80-81
Empleo directo	7.0	3.2	9.7	3.8	5.7
Empleo indirecto	27.7	9.3	30.5	7.6	12.9
TOTAL	34.7	12.5	40.2	11.4	18.6

\* Estas cifras no toman en consideración el empleo generado por la iniciativa privada. Fuente: datos elaborados a partir del V Informe de Gobierno, op. cit., pp. 136-137.

126/ Excelsior. "Histeria de denuncia estéril", jueves 14 de marzo de 1980, p. 1A. En este sentido debemos señalar que los empleos acumulados y nuevos generados por Penatur sumaron en 1981, 645,200. Véase, V Informe de Gobierno, op. cit., p. 136-137.

127/ Excelsior. "35,000 desempleados si sigue el descenso del turismo: Brunner", miércoles 27 de enero de 1982, p. 1A.

128/ Excelsior. "Afectó a 5,000 empleos foráneos la actual crisis turística en Acapulco", miércoles 17 de febrero de 1982, p. 35A.



Se hace necesario destacar, en este aspecto, que el papel de la iniciativa privada es de gran valor ya que se puede advertir que durante el periodo 1976-1978 ésta generó 91,750 - nuevos empleos en la actividad turística en comparación a los 47,200 del sector oficial. <sup>129/</sup> Pese a que no contamos con datos sobre la generación de empleos turísticos vía el sector privado, es de suponer que más del 80 por ciento de los empleos en este periodo fueron generados íntegramente por la iniciativa privada.

Por otro lado, el comportamiento de este renglón económico nos indica claramente su importancia para la población en general. Efectivamente, los empleos indirectos sobrepasan con mucho a los directos de la actividad turística. Así, si bien la tasa de crecimiento promedio anual de la población económicamente activa (PEA) mexicana en el periodo 1970-1980 fue del 6 por ciento, la participación del sector oficial turístico en el periodo 1976-1981 fue de 3.5 por ciento. <sup>130/</sup>

Si bien las cifras anteriores parecen alentadoras, debe recordarse que en realidad el porcentaje total de empleo en el sector turístico mexicano fue del 2.6 por ciento de la población económicamente activa en 1980. <sup>131/</sup>

La generación de empleo debe, asimismo, tener en consideración la necesidad de impulsar y promover la capacitación de los trabajadores en esta materia de querer hacer la "industria de la hospitalidad" más competitiva. Así, el gobierno mexicano ha establecido dos grandes vertientes para la capacitación: la primera, encaminada a formar cuadros que

<sup>129/</sup> Fondo Nacional de Turismo, Indicadores Turísticos, op. cit., p. 41.

<sup>130/</sup> Secretaría de Programación y Presupuesto y Consejo Nacional de Población, Datos Básicos sobre la Población de México 1980-2000. México: SPP, 1980, p. 15. Véase, también, V Informe de Gobierno, op. cit., p. 136-137.

que hagan más eficiente y, por tanto, más competitiva la actividad turística (cuadros medios y altos) y, la segunda, que visualiza la necesidad de capacitar o adiestrar a los trabajadores primarios de los servicios turísticos. <sup>131/</sup>

De tal manera, se han establecido una serie de acuerdos y convenios con los propietarios de los inmuebles turísticos con el fin de capacitar al personal que atiende los niveles primarios de servicios y, sobretodo, se está procurando el adiestramiento del personal intermedio y alto de la actividad turística conjuntamente con la Secretaría de Educación Pública, la Organización de Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos. Esta última estableció en México una escuela permanente, el Centro Interamericano de Capacitación Turística (Cicetur) donde se ofrece formación de postgrado a nivel internacional. Asimismo, Naciones Unidas instaló su Centro Internacional de Estudios Superiores de Turismo (Ciest) en esta ciudad. <sup>132/</sup>

Pese a los logros en esta materia, Rodolfo Casparius, Director de Nacional Hotelera, en repetidas ocasiones ha señalado el problema de preparar 200 mil nuevos empleos en 10 años debido a que:

la capacitación de personal para los diferentes tipos de hoteles del futuro, es la problemática más difícil a la que nos enfrentamos, agravada por la ida de especialistas mexicanos a los mercados industrializados. <sup>133/</sup>

Por su parte, Enrique Urrutia, de la Dirección General de Estadística de Sector, apuntó:

<sup>131/</sup> Rosa Luz Alegría, *Comparecencia*, op. cit., p. 58.

<sup>132/</sup> *Ibid.*, pp. 58-59.

<sup>133/</sup> *Excelsior*. "Casparius advierte que el sector turístico puede frenar su crecimiento", sábado 26 de octubre de 1980, p. 44A.

de la falta de capacitación de los egresados de turismo a nivel de dirección y administración turística, se han instaurado sistemas de administración centrales y de reservación por computación en los grandes hoteles. Estos, lógicamente han ido desplazando la mano de obra calificada. 134/

Sin embargo, cabe destacar que el desplazamiento de la mano de obra media y profesional mediante la nueva tecnología importada no se limita al sector turismo sino es un fenómeno que se presenta en todas las ramas de la economía y que la importancia del turismo, como generadora de empleo, radica, primordialmente, en la generación de empleos indirectos que no pueden ser desplazados por la alta tecnología.

Por otro lado, pero de igual importancia, es necesario hacer hincapié en la imperante necesidad que tiene nuestro país de seguir capacitando personal a todos los niveles e más de incorporarlos al proceso productivo de querer hacer más competitivo frente al mercado mundial sus servicios turísticos.

---

134/ Entrevista de la autora a Enrique Urrutia, subdirector de Estadística de la Secretaría de Turismo, agosto 14, 1981.

## Capítulo IV

### LA INTERNACIONALIZACION DEL TURISMO EN MEXICO

#### Las empresas transnacionales y el turismo

El fenómeno de las empresas transnacionales <sup>135/</sup> es una realidad del mundo contemporáneo. En verdad, ningún país en la actualidad ha podido sustraerse a la acción de estas gigantescas corporaciones que se ubican en todas las ramas de la industria y los servicios. Su expansión progresiva en número, tamaño y poder, a más de su capacidad de afectar el funcionamiento económico y político de un estado, <sup>136/</sup> ha hecho que éstas adquieran un papel predominante en la toma de decisiones a nivel político y económico de cualquier país. <sup>137/</sup>

Efectivamente, si bien el aspecto primordial del papel de las empresas multinacionales es de carácter económico, con frecuencia este poder económico se extiende a la esfera política atentando directa o indirectamente sobre la soberanía de los países. Es, por tanto, importante asegurar mediante

---

<sup>135/</sup> Las empresas transnacionales son aquellas sociedades que poseen o controlan medios de producción o servicios fuera del país en que están basadas. Estas empresas no siempre están constituidas como sociedades anónimas ni son siempre de propiedad particular; pueden también estar constituidas como cooperativas o ser propiedad estatal. Véase, Organización de Naciones Unidas. Efectos de las empresas multinacionales en el desarrollo y las relaciones internacionales. Nueva York: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 1974, p. 27.

<sup>136/</sup> Bernardo Sepúlveda y Antonio Chumacero. La inversión extranjera en México. México: Fondo de Cultura Económica, 1973, p. 9.

<sup>137/</sup> Tord Héivik., op. cit., p. 93.

mecanismos y normas adecuadas que las empresas transnacionales no afecten la soberanía de un país u ocasionen conflictos en las relaciones entre países.

El fenómeno de las grandes corporaciones es parte integral de la teoría de la organización industrial, en general y de la competencia monopolista, en particular. Así, la existencia de oligopolios sugiere, de entrada, la existencia de un mercado imperfecto. Kindleberger, en este sentido, ha señalado que las ventajas fundamentales que presentan las grandes corporaciones pueden observarse en la diferenciación de sus productos, sus bajos precios, su alta tecnología y gran capital a más de su enorme capacidad empresarial. <sup>138/</sup>

Por otra parte, algunos autores han señalado que el know how sustentado por las grandes empresas, tiende a desgastarse y erosionarse en los países de origen. Para contrarrestarlo y explotar sus ventajas comparativas sobrantes establecen filiales. Estas, a más de ayudarlas a retener sus ventajas oligopólicas, reducen sus costos de producción. <sup>139/</sup> En efecto, cuando firmas locales débiles tienen que haberse con organizaciones extranjeras fuertes, el resultado de la transacción es siempre injusto. Pero mayor aún es la e-

---

<sup>138/</sup> Lal Deepak. Appraising Foreign Investment in Developing Countries. London: Heineman, 1975, p. 20. En este sentido muchos estudiosos contemporáneos afirman que el potencial de expansión mundial de las grandes empresas multinacionales reside, no tanto en el acceso privilegiado a los mercados de capital de países ricos, sino en su capacidad para crear productos y procesos nuevos y para detectar con rapidez los cambios en los patrones de ventajas comparativas que ocurren a lo largo del mundo. Esta habilidad les confiere una ventaja competitiva, que les permite desplazar a los empresarios de los países en desarrollo. Véase, Carlos Basáresch. Primer Seminario de estudio de la inversión extranjera en México. México: Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales, diciembre de 1972, p. 5.

<sup>139/</sup> Lal Deepak., op. cit., p. 21.

simetría cuando las firmas extranjeras entran en el mercado local de un país, con inversiones directas y contratos de gestión y administración. 140/

Más importante todavía es el hecho de que la inversión extranjera ha ido adoptando en los últimos años estrategias y formas de integración, en especial en el sector turístico, por ejemplo, la creciente integración vertical entre empresas internacionales y las diversas relaciones que éstas mantienen entre sí. Así, el sector turismo no es una excepción de esta creciente integración vertical que puede alcanzar desde la oficina de viajes local de un país del centro hasta el complejo hotel/restaurant en el país de la periferia, sin excluir compañías aéreas "charter" con sus propias flotas de aviones. 141/

Más aún, muchas veces la explicación real del por qué las firmas extranjeras se establecen en los países en desarrollo, obedece a la necesidad de conservar sus mercados tradicionales: es decir, se trata de una inversión "defensiva" ante el mercado turístico que es muy competitivo y ante las regulaciones de sus propios gobiernos.

Una explicación más responde a la iniciativa de diversos países en desarrollo que dada su situación económica interna, hacen un llamado a las grandes firmas para que se establezcan en su interior. 142/

140/ Toré Håvik., op. cit., p. 9.

141/ Ibid., p. 97.

142/ En este sentido, David Ibarra Muñoz, Secretario de Hacienda y Crédito Público, durante la inauguración del sexto período de sesiones de la Comisión de Empresas Transnacionales del Consejo Económico y Social de Naciones Unidas señaló con respecto a las transnacionales: "Los riesgos son notoriamente agudos en el caso de muchas economías en desarrollo, cuyas dimensiones contrastan marcadamente con el poderío económico de las empresas transnacionales. Baste un sólo dato para ilustrar este punto. El total de ventas de filiales extranjeras de ese tipo de empresas ascendió en 1976 a \$30,000 millones de dólares, mientras que las exportaciones del conjunto de América Latina fueron apenas de 45,000 millones." Véase, David Ibarra Muñoz, "Reglamentación a empresas transnacionales" en El Mercado de Valores . Semanario de Nacional Financiera, S.A. , año XL, no. 27, julio 7 de 1980, p. 655.

En suma, a la luz de lo anterior, podemos advertir que la presencia tanto de "push" como de "pull factors" llevan el establecimiento de filiales de los grandes grupos y empresas transnacionales en los diversos países. En este sentido mientras que algunos autores hacen resaltar los "pull factors" otros le dan mayor peso a aquéllos que enfatizan los problemas y la necesidad de expansión de las grandes empresas internacionales. H.J. Robinson, por ejemplo, enumera varios "pull factors": la mano de obra barata en los países receptores, las grandes utilidades que obtienen, la no discriminación a la propiedad y control administrativo extranjero, el tratamiento igualitario, los subsidios, la estabilidad política, los mercados potenciales, las calificaciones y servicios auxiliares necesarios y el grado de estabilidad en la tasa de cambios. <sup>143/</sup>

De tal suerte, las grandes corporaciones no se sienten atraídas en medida necesariamente igual por todos los países en desarrollo.

La verdad es que ambos factores deben ser tomados en consideración al elaborar cualquier estudio o análisis sobre este tema. Determinar el orden de importancia de éstos, es una tarea importante para los estudiosos de la materia, pero no es el objetivo fundamental de esta tesis.

La inversión extranjera directa (IED) en México ha sido evaluada a la luz de los beneficios y costos que ésta trae consigo. De tal forma, se ha argumentado que la IED es necesaria y sirve para complementar el desarrollo económico de nuestro país debido a que las grandes firmas han mostrado su capacidad para poner en marcha sus recursos financieros, fisi-

---

<sup>143/</sup> Lal Deepak, op. cit., p. 22.

cos y humanos, así como para desarrollar y aplicar nuevas tecnologías y nuevos conocimientos para transformar recursos en producción y para integrar mercados de productos. <sup>144/</sup> Más aún, las grandes firmas internacionales se han visto como vectores de la modernización y como agentes para vincular a los países huéspedes con la economía mundial. A la par de estos beneficios, se ha subrayado, por otro lado, que al no estar las actividades de las grandes corporaciones intrínsecamente orientadas hacia el desarrollo, acentúan la desigualdad en la distribución del ingreso -"puesto que a una mayor eficiencia en la productividad significa también en las utilidades"- <sup>145/</sup>, aumentan el desempleo de la mano de obra, tienden a destruir el folklore y la cultura nativa y, políticamente, pueden disminuir la autonomía nacional. Y es que en tanto que los gobiernos procuran alcanzar diversos objetivos económicos y no económicos para aumentar el bienestar de sus ciudadanos y alcanzar el desarrollo, las grandes metas de las empresas multinacionales, son las utilidades y el crecimiento. <sup>146/</sup>

Lal Deepak, apunta que este miedo a nivel social y político conlleva a un pánico que se traduce a nivel económico. Este tiende a enfatizar las posibles presiones económicas que las grandes empresas transnacionales pudiesen ejercer en un momento dado de llegar a controlar partes importantes de los

<sup>144/</sup> Naciones Unidas, Efectos de las empresas, op. cit., p. 30.

<sup>145/</sup> Sepúlveda y Chumacero, op. cit., p. 9.

<sup>146/</sup> Cabe diferenciar el concepto de desarrollo del de crecimiento. Mientras que el primero es un proceso que deriva de la interacción de elementos nacionales e internacionales y es conformado por numerosos y muy distintos objetivos económicos, políticos, sociales y culturales, el segundo, se preocupa exclusivamente por el aumento inmediato de la producción. Véase, Naciones Unidas., Efectos de las empresas, op. cit., p. 30.



mercados locales y mundiales.<sup>147/</sup> Así, si entendemos el turismo como una serie de relaciones bilaterales entre países, podemos utilizar la concentración del mercado como un indicador de dependencia.<sup>148/</sup> De tal suerte nuestra dependencia es básicamente con los Estados Unidos.

Paralelamente a estas concepciones y a sus repercusiones inmediatas traducidas en control de las inversiones extranjeras por parte de los países huéspedes, los inversionistas han desarrollado nuevas formas de inversión como lo señala Bruno Hake:

Las recomendaciones que el instituto Beri señala a los inversionistas, pueden resumirse de la siguiente manera:

1. Procure que las unidades de sus negocios sean pequeñas, menores a 500 empleados si es posible.
2. Seleccione la administración intermedia cuidadosamente, especialmente los administradores y supervisores.
3. Tenga cuidado con el nombre; el nombre no debe identificar a la compañía como extranjera.
4. Asegúrese de que haya participación local y trate de ver que esté ampliamente fundamentada.
5. Participe igualmente o consiga capital prestado para su negocio de organizaciones internacionales como el Banco Mundial. Recuerde que los gobiernos donde desea invertir requieren de empréstitos y buena imagen.
6. No habrá responsabilidades por parte de la matriz por préstamos contraídos por la sucursal.
7. Las patentes necesitadas para productos de exportación de la sucursal deben permanecer como propiedad de

<sup>147/</sup> Deepak, *op. cit.*, p. 261.

<sup>148/</sup> Toró Héivik, *op. cit.*, p. 92.

de la matriz.

8. La sucursal debe comprar componentes del país de origen de la matriz pagándolas en moneda fuerte.

9. Las exportaciones a países de moneda fuertes deben ser manejadas por una compañía del país de origen de la matriz o subsidiaria de exportaciones que esté controlada en el extranjero.

10. Los sueldos de los administradores son fijados exógenamente, pagables en moneda fuerte, por servicios proveídos a la sucursal por especialistas del país de origen (producción, planeación, ventas, finanzas, etc.)

11. Se debe controlar el mercado y el proceso de comercialización de los productos por sí el país receptor trata de tomar las riendas del negocio pierda los beneficios de la exportación. <sup>149/</sup>

De ahí que los estudios sobre la inversión extranjera no deban basarse únicamente en la contabilización de sus efectos negativos y positivos sino que, al decir de Bernardo Sepúlveda:

se requiere, en cambio, definir, con estudios empíricos que examinen sectores y ramas de la actividad específicas las circunstancias bajo las cuales la IED resulta provechosa, a corto y largo plazos, para los intereses nacionales de un país determinado. <sup>150/</sup>

Respecto al turismo en particular, puede decirse que requiere de grandes inversiones para desarrollarse. De tal suerte, la actividad turística ha representado en las últimas décadas un punto esencial donde la inversión extranjera se ha ido concentrando.

---

<sup>149/</sup> Bruno Hake. "defending a direct investment from antibusiness nationalism" en *Develop*. Basel: Basler Zeitung, 3, 1981, pp. 22-24.

<sup>150/</sup> Bernardo Sepúlveda, *et al.* La inversión extranjera en México, op. cit., p. 13.

Cabe destacar, sin embargo, que la regulación de la inversión extranjera ha sido una preocupación constante para nuestras autoridades, las cuales a lo largo del tiempo han emitido un conjunto considerable de disposiciones regulatorias. Así, "no es posible afirmar que la actividad del capital extranjero en nuestro país ha sido un juego sin reglas, ya que, el considerarlas inadecuadas, incoherentes o insuficientes, no debe confundirse con la ausencia de las mismas." <sup>151/</sup>

En efecto, si bien el gobierno mexicano ha emitido una serie de disposiciones regulatorias que analizaremos a continuación, éstas no han sido suficientes para lograr el control efectivo de las grandes empresas. Esto se debe básicamente a dos cosas: por un lado, las leyes emitidas son muy generales y, por otro, los inversionistas extranjeros han adoptado nuevas formas de penetración mediante el aprovechamiento de personal especializado en forma de asesoramiento y contratos de gestión. ←

Esta última forma se traduce en una dependencia tecnológica del país receptor y en el control del proceso de comercialización del producto turístico.

#### La regulación de la inversión extranjera en el sector turístico mexicano

Dado que las actividades de las empresas transnacionales no han estado del todo orientadas a los objetivos globales del desarrollo mexicano y para evitar o atenuar sus efectos negativos, México ha ido aclarando las "reglas del

<sup>151/</sup> Carlos Basdresch, op. cit., p. 6.

juego" mediante ampliar y especificar el régimen jurídico de propiedad y control de la inversión extranjera, así como las políticas fundamentales respecto de las actividades permitidas a las grandes firmas internacionales.

De ahí que el gobierno mexicano, en su afán por estimular un desarrollo justo y equilibrado cuyo proceso quede bajo control nacional, haya establecido una serie de medidas o remedios que se han adoptado en este renglón: La Doctrina Calvo, la Ley para Promover la Inversión Mexicana y regular la Inversión Extranjera de 1973 (LIE) y la Ley sobre Registro y Transferencia de Tecnología, el Uso y Explotación de Patentes y Marcas de 1972 (LTT).

A la luz de lo anterior, para que la inversión extranjera pueda legitimarse y nuestro país asegurarse de que las actividades de las empresas multinacionales no afectarán nuestras relaciones con otros países, la Constitución Mexicana ha adoptado la llamada Cláusula Calvo:

la esencia de esta premisa es que los inversionistas extranjeros libremente convengan [...] en considerarse como nacionales respecto a dichos bienes -objeto de su inversión- y no invocar por lo mismo la protección de sus gobiernos; bajo la pena en caso de faltar al convenio, de perder en beneficio de la nación, los bienes que hubiesen adquirido en virtud del mismo. 152/

De tal manera y en principio, los inversionistas extranjeros tienen que condicionar su comportamiento y aceptar la soberanía del sistema legal mexicano con sus correspondientes derechos y deberes.

---

152/ Samuel I. del Villar. "El sistema mexicano de regulación de la inversión extranjera: elementos y deficiencias generales" en Foro Internacional, 59, México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 1973, p. 348.

Por otro lado, las bases fundamentales para la regulación y las condiciones bajo las cuales deben operar los inversionistas extranjeros están inscritas en los diversos artículos de la Ley de Inversiones Extranjeras (LIE) y la Ley sobre Transferencia de Tecnología (LTT).

El turismo, como actividad económica, está inscrito en este marco forsal. Sin embargo, no ha podido solventar los problemas esenciales que le aquejan en esta materia; es decir, el plano real no ha correspondido, en gran medida, al plano formal.

La explicación fundamental de este fenómeno se debe, por un lado, al juego de intereses de los empresarios nacionales confrontados por las empresas internacionales y con la burocracia estatal y, por otra parte, a la necesidad del estado mexicano de incrementar la inversión en materia turística dado lo irremplazables que, en algunos casos, pueden ser su capital, pero principalmente sus técnicas, su organización y su dinamismo en el sistema internacional turístico.

Las características anteriores aunadas a la presunción gubernamental de que el tratamiento a la inversión extranjera debe ser diferente para cada sector de la economía, ha traído consigo la aparición de verdaderos subsistemas en gran medida autónomos del sistema general de regulación de la inversión extranjera. <sup>153/</sup> Asimismo, esta característica ha venido disminuyendo los efectos reales que pudiese tener la LIE dejando grandes huecos y brechas para que los inversionistas penetren en las empresas nacionales. En efecto, al decir de Samuel I. del Villar:

---

<sup>153/</sup> Ibid., p. 331.

la Ley es demasiado general y por lo tanto su alcance es limitado. [Esto se debe] a que esta Ley pretendió ofrecer en un sólo cuerpo normativo una visión amplia de las condiciones y límites a que está sujeta la inversión extranjera.

[...] su éxito fue limitado [ya que] ignoró el vasto subsistema de regulación vigente [...] el papel que la regulación de la transferencia de tecnología desempeña dentro del sistema [...], la relación íntima entre la regulación a la inversión extranjera y el otorgamiento gubernamental de economías externas capitalizables por ellas tales como las derivadas de exenciones - fiscales o la regulación del comercio exterior, ni la variedad de órganos gubernamentales que intervienen en el sistema, o sus facultades dentro del mismo. 154/

La visión anterior confirma, de nueva cuante, la complejidad del sistema de regulación de la inversión extranjera en México que debe ser contemplada no sólo en los artículos de la LIE, sino en diversos subsistemas - y dentro de éstos en sus órganos, facultades, normas y funcionamiento- existentes dentro de la economía mexicana.

Pese a lo anterior, los dirigentes de la Secretaría de Turismo han adoptado una visión simplista del fenómeno, haciendo hincapié, en repetidas ocasiones, que las inversiones extranjeras en el sector turístico deben apegarse indefectiblemente a la legislación vigente, en particular a la Ley de Inversiones Extranjeras. 155/

Pese a estas declaraciones y tomando en consideración que por inversión extranjera debe entenderse

154/ Ibid., p. 332-333.

155/ Rosa Luz Alegría, Comparecencia, op. cit., p. 52.

aquella que se realice por personas morales extranjeras, personas físicas extranjeras, unidades económicas extranjeras sin personalidad jurídica; y, empresas mexicanas en las que participen mayoritariamente capital extranjero o en las que los extranjeros tengan, por cualquier título, la facultad de determinar el manejo de la empresa, 156/

los mecanismos de participación de la inversión extranjera en el sector turístico mexicano adquieren un matiz muy peculiar.

Si bien la piedra angular del sistema ha sido la regulación de la participación extranjera en el capital social de la empresa, las actuales restricciones en materia de inversión extranjera - que no exceda el 49 por ciento del capital social de la empresa, que no se establezcan en una franja de 100 kilómetros a lo largo de la frontera y 50 kilómetros en la costa a más de que deben establecerse éstas en zonas prioritarias- ha llevado a que los inversionistas extranjeros adopten diversos mecanismos y medios para eludir las regulaciones en esta materia y, controlar, por ende, las empresas turísticas nacionales. Así, entre los mecanismos más usados encontramos el "prestanombrismo", las acciones al portador, la piramidación empresarial, las "mayorías fraccionadas", los contratos de arrendamiento y uso de patentes.

Una de las formas más usadas por los agentes internacionales para disfrazar la participación mayoritaria de la inversión extranjera en la economía mexicana, en general y, en la actividad turística en particular, ha sido lo que se ha dado en llamar el "prestanombrismo", mediante el cual personas fi

-156/ Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Extranjera, op. cit., p. 3.

sicas mexicanas delegan o prestan su nombre para establecer una empresa eminentemente extranjera. Claro ejemplo en el sector turismo ha sido la Familia Azcárraga asociada a la cadena norteamericana Flagship.

Por otro lado, si bien la participación en el capital de las empresas es un vehículo importante de control dentro de cualquier empresa, no es el único medio para ejercer el control. Cabe advertir, al decir de Samuel I. del Villar que

la legislación mexicana sobre títulos de créditos permite la expedición y circulación de títulos al portador representativos del capital que hacen anónima su titularidad. 157/

Pese a que el gobierno mexicano ha tratado de evitar esto a través de requerimientos de que un porcentaje dado del capital de la empresa esté representado por títulos nominativos restringidos a mexicanos, existe una inadecuación de la infraestructura legal para asegurar la efectividad de esta restricción. 158/ En efecto, por un lado, las acciones nominativas pueden convertirse en acciones al portador mediante el "endoso en blanco" no habiendo autoridad que controle esto y, por otro lado, se puede recurrir al proceso de piramidación empresarial o al de las "mayorías fraccionadas". 159/

157/ Samuel I. del Villar. , *op. cit.*, p. 337.

158/ *Ibid.*, p. 337.

159/ La LIE en el caso de las empresas piramidadas exige que éstas tengan las mismas restricciones a la participación extranjera en el capital social. De tal suerte, mediante este sistema, la IED puede ser preponderantemente e incluso alcanzar una abrumadora mayoría. Por su parte las "mayorías fraccionadas" pueden lograr que el capital extranjero sea mayoritario. En efecto, el 51 por ciento del capital social de una empresa puede estar fraccionado entre diversos mexicanos. "bastaría que la participación extranjera del 49 por ciento fuera unitaria [...] para que el papel predominante en el manejo de la empresa la desempeñara la minoría". Véase, *Ibid.*, p. 350. Por ejemplo, el Sr. José Represas fungió como principal accionista del parque "Reino Aventura" siendo apenas dueño del 2 por ciento de las acciones, pero el 94 por ciento se encuentra en manos de los señores Pountanon, habiendo detrás de ellos una serie de personas que dieron y facilitaron los permisos. Véase, *Ovaciones*, "¿De quién es el Reino Aventura?", 2da edición, miércoles 10 de marzo de 1982, p. 16.



De tal suerte, las posibilidades de que la inversión extranjera sea preponderantemente extranjera y, por tanto, que los inversionistas no nacionales tengan el control de las empresas, queda abierta pese a la existencia de regulaciones en esta materia.

Una forma más de obtener el control de la empresa, particularmente en el sector turístico, es mediante la participación extranjera en los órganos de gobierno de la empresa. En este sentido, la LIE, establece que "la participación de la empresa no podrá exceder a su participación en el capital".<sup>160/</sup> En el caso de las empresas turísticas, esta regulación ha sido en gran medida evadida, ya que el control de los órganos directivos de la mayoría de los servicios turísticos están en manos extranjeras.

Los señalamientos anteriores llevaron en 1980, a que el consejo Económico y Social de Naciones Unidas, señalara que la definición de transnacional turística debía incluir, asimismo, "todos los principales tipos de arreglos contractuales entre empresas de estos países."<sup>161/</sup>

De tal forma, podemos advertir que las grandes firmas transnacionales en la industria de la hospitalidad han ido adaptándose a las diversas restricciones impuestas por los países donde se establecen. Así, si bien los inversionistas extranjeros habían tenido la preferencia ya sea de comprar las empresas turísticas existentes o invertir en el sector, su actuación se ha ido modificando. Efectivamente, si bien en un

<sup>160/</sup> Ibid., p. 337.

<sup>161/</sup> Naciones Unidas. Consejo Económico y Social. Comisión de Empresas Transnacionales. "Las empresas transnacionales en el Turismo Internacional" en Informe a la Secretaría. Nueva York: Naciones Unidas, 8 de abril de 1980, p. 5.

primer momento la actuación de las grandes corporaciones estuvo vinculada a un modelo "industrial" de inversión en infraestructura turística, las presiones de los gobiernos de los países de mediano y bajo desarrollo hizo que éstas delegaran a los nacionales su papel como inversionistas primordiales al mismo tiempo que optaron por mantener el control del sistema informativo, publicitario y de comercialización de la actividad de la hospitalidad. De ahí que su participación actual no se produzca en forma de acciones de bienes de capital, sino mediante arreglos contractuales. Esto se ha traducido, para el caso mexicano, en contratos donde nuestro país favorece la infraestructura y el equipamiento turísticos mientras que las grandes firmas de la industria de la hospitalidad se encargan de la organización y promoción del turismo. Al decir de Octavio Moreno Toscano:

las empresas transnacionales están metidas hasta la médula. El estado construye el inmueble y posteriormente se lo renta a una transnacional para que ella lo maneje. La única aportación de la firma extranjera es el prestigio del nombre y sus técnicas de operación. Paga una cuota mensual y los contratos se hacen hasta por 5 o 10 años, sin tomar en cuenta la tasa inflacionaria. 162/

En suma, es el renglón correspondiente al marketing o comercialización del turismo, entendiéndose por éste la compra o venta de servicios turísticos, el que queda en manos extranjeras. Lo fundamental estriba en que es precisamente aquí donde se captan las mayores ganancias y se tienen los menores riesgos. Así, las rentas que percibe el país anfitrión (casi siempre una cantidad fija y un porcentaje por ocupación) no se comparan a las altas utilidades que el control del proceso de co-

---

162/ Gerardo Roman. "Entrega del turismo a formas y capital externo para atraer visitantes" en Proceso, 162, 9 de noviembre de 1981, p. 13.

mercionalización trae consigo. Y es que

no es tanto la propiedad, sino el control y la operación lo que tiende a extranjerizarse y sólo unos cuantos puestos dentro de la industria, los principales, tienden a ir a manos extranjeras. [...] La industria puede estar mexicanizada, en un 99 por ciento pero el 1 por ciento que representa técnicas, liga con los grandes mercados y administración están en manos extranjeras es el que, en última instancia decide el destino del resto. 163/

A pesar de esta nueva tendencia, es innegable que en la industria turística mexicana subsisten aún, las formas tradicionales de participación mayoritaria del capital extranjero en el capital social de los servicios turísticos.

En un muestreo elaborado en 1978 por la Secretaría de Turismo en materia de inversiones extranjeras, se observó que, a pesar de las restricciones impuestas por la LIE, la participación extranjera en el capital social de los diversos servicios turísticos -hoteles, restaurantes, agencias de viajes y renta de coches- es predominante.

Así, en el muestreo de 59 empresas hoteleras, 41 mostraron tener una participación en el capital social de la empresa mayor al establecido por la Ley. Incluso, los datos obtenidos muestran, en algunos casos, que su participación en el capital social de un hotel es de 100 por ciento. Ese estudio, asimismo, muestra que en la mayoría de las empresas turísticas el principal inversionista es de nacionalidad norteamericana.

Dada la importancia de esta información hemos creído conveniente anexarla en esta tesis para que el lector interesado pueda analizarla detenidamente. Sin embargo, de manera general señalaremos en este capítulo algunas empresas con participación en el capital social de más del 90 por ciento de nacionalidad estadounidense.

163/ Octavio Moreno Toscano. "La estructura internacional del negocio turístico" en Comercio Exterior, op. cit., p. 251.

ALGUNAS EMPRESAS TURISTICAS EN LA RAMA HOTELERA  
CON PARTICIPACION NORTEAMERICANA EN EL CAPITAL  
SOCIAL MAYOR AL 50 PORCIENTO. 1978.

NOMBRE DE LA EMPRESA	CAPITAL SOCIAL (miles de dólares)	DE LA PARTICIPACION	EXTRANJERA
Posadas de México SA deCV	15,456.2		100.00
Hotel Playa Condesa, SAdeCV	8,142.6		100.00
Garza Blanca	2,500.0		100.00
Poltax, SA	2,500.0		93.52
Hilton Hotels International			
de México, SA	2,427.0		100.00
Rodelay de México, SA	2,200.0		97.63
Kismat, SA	2,000.0		99.80
Hoteles Sheraton	2,000.0		99.80
Holiday Inns Mexicana	1,375.0		99.97
Hilton de Acapulco, SA de CV	1,250.0		99.99
Hotel Twin Dolphin, SA de CV	1,140.0		98.07
Inversiones del Golfo de			
California, SA de CV	1,015.0		100.00
San José del Tajo	650.0		99.23
Hotelería Monterrey, SAde CV	625.0		100.00
Hoteles Braniff International	600.0		100.00
Posadas de Monterrey, SA deCV	600.0		100.00
Koa de México, SA de CV	375.0		99.99
Hostal Hacienda Jalmolonga	253.0		98.41
Impulsora Costa de Oro, SA deCV	100.0		100.00
Travelodge, SA, de CV	100.0		100.00
Hotelería Playa Dorada, SA de CV	100.0		100.00
Servitur, SA de CV	100.0		100.00
Ramada Mexico SA de CV	25.0		100.00
Ramada Inns, SA	25.0		100.00

Fuente: Sector, Dirección General de Estadísticas, Relación de Empresas Turísticas con participación de Capital Extranjero, 1978. (mimeo no publicado, s.p.) Ver anexo.

En cuanto a la renta de automóviles cabe destacar que las cinco grandes agencias que operan en México son norteamericanas y participan, asimismo, con más del 90 por ciento del capital social de dichas empresas.\*

En el rubro correspondiente a las agencias de viajes, la inversión extranjera, principalmente la norteamericana, ocupa un lugar predominante. Así, entre las principales agencias de viajes o de tours establecidas en México, encontramos American Express, Wagon-Lits, Viajes Kuoni, American Airlines, etc. Por otro lado, la inversión extranjera ha incursionado con éxito por la rama restaurantera. Baste dar los siguientes ejemplos: Burger Boy, Denny's, Restaurantes de Baja California, S.A., Pizza Hut, Restaurantes de Chihuahua, etc. (véase anexo correspondiente)

Si bien las cifras señaladas parecerían dar prueba, a primera vista, de que se trata de acciones de tipo ilegal, debemos hacer notar que la LIE, al ser tan general, deja abiertas muchas opciones para evadir las restricciones en esta materia e, incluso, abre la posibilidad, en su artículo 5, de que la inversión extranjera sea mayor al 49 por ciento:

la inversión extranjera podrá participar en una proporción que no exceda del 49 por ciento. [...] [Sin embargo] la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras podrá resolver sobre el aumento o la disminución del porcentaje anterior, cuando a su juicio sea conveniente para la economía del país. 164/

---

\* Avis, Hertz, Budget, Autos Holiday y National Car Rental System son las principales agencias arrendadoras de autos en la República Mexicana. Todas ellas tienen una participación en el capital social de la empresa del 90 por ciento. Véase, anexo correspondiente.

- 164/ Ley de Inversiones Extranjeras, op. cit., p. 5.

Más todavía, al tener que haber una relación proporcional entre la participación en el capital social y la participación en el manejo de la empresa, las cifras anteriores nos demuestran y nos hacen pensar que, posiblemente, los principales administradores y el personal calificado para manejar la empresa de los diversos servicios turísticos a ludidos, son extranjeros.

Una característica más de la inversión extranjera en el sector turístico mexicano es su localización geográfica. En este sentido, es innegable que las grandes firmas transnacionales se encuentran ubicadas en las mejores playas y en la zona fronteriza. Si bien la propia Constitución así como el artículo 7 de la LIE establecen que "los extranjeros no podrán adquirir el dominio directo sobre tierras y aguas en una faja de 100 km a lo largo de la frontera y 50 km. en las playas," <sup>165/</sup> el simple hecho de que lo que se penalice sea el dominio directo deja abierta la posibilidad de que las empresas en estas áreas geográficas se adquirieran indirectamente. De hecho, el artículo 18 de la LIE sobre los fideicomisos en fronteras y litorales, concede la facultad a la Secretaría de Relaciones Exteriores

para que autorice en cada caso la conveniencia de conceder a las instituciones de crédito, permisos para adquirir como fiduciarias el dominio de bienes inmuebles destinados a la realización de actividades industriales y turísticas en la faja de 100 km. a lo largo de la frontera o en

---

<sup>165/</sup> Ley de Inversiones Extranjeras, op. cit., p. 6.

la zona de 50 km. a lo largo de las playas del país. 166/

A pesar de los requisitos que en principio debe cumplir la inversión extranjera en México, la exigencia primera de la mexicanización se reduce e incluso desaparece en el caso de la actividad turística, debido a que, a juicio de nuestras autoridades, las empresas transnacionales son coherentes con los objetivos de la política económica global.

Por otro lado, cabe señalar que por legítimos que puedan ser los objetivos de la inversión extranjera en México, su participación tiene también aspectos negativos.

A estos costos implícitos -concentración del ingreso, - control en la toma de decisiones, salida de divisas, etc.- cabe agregar los asociados con los instrumentos de la propia política mexicana, como son las exenciones y estímulos que las autoridades mexicanas se han mostrado dispuestas a proporcionar al turismo. En este sentido, a más de los estímulos aludidos en capítulos anteriores, cabe destacar que el 20 de octubre de 1981 -dada la baja en la inversión turística- el Secretario de Hacienda y Crédito Público, David Ibarra Muñoz, indicó que "entre los estímulos fiscales

---

166/ Ibid., pp. 11-12. El mecanismo para que un proyecto sea aceptado en el caso de los fideicomisos turísticos es vincular, primero, el proyecto a alguna institución bancaria. Aceptado por ésta, Fonatur lo revisa. De tal suerte, las grandes empresas extranjeras utilizan a los bancos como mediadores y aprovechan, al mismo tiempo, los estímulos fiscales y las economías externas que se otorgan a zonas prioritarias. Tal ha sido el caso del Club Mediterráneo. Por otra parte, Jorge Cruikshank, señala la existencia de 2,720 fideicomisos en el litoral del Pacífico, 12 en la frontera y 116 en el Golfo de México. Véase, Excelsior. "Solo beneficia a transnacionales la LFT aprobada por los Senadores", miércoles 30 de diciembre de 1981, p. 4 A.

figura el 15 por ciento en Ceprofis para las actividades de turismo social así como subsidios a la hotelería para hacerla más competitiva." <sup>167/</sup>

Este proteccionismo indirecto, traducido en exenciones y estímulos que el gobierno mexicano a dado tanto a los inversionistas nacionales como a los extranjeros, muestra, así mismo, sus matices negativos. Por un lado, los estímulos han llevado a que nuestros prestadores de servicios se hagan ineficientes y, por otro lado, los estímulos y exenciones han favorecido a las grandes empresas turísticas internacionales que, en última instancia, cuentan con los medios para desarrollarse más fácilmente y abaratar sus costos. Un caso típico en el cual las exenciones fiscales (por cinco años) favorecieron al inversionista extranjero es el Club Mediterráneo, Cancún.

Otro renglón importante con relación a las empresas transnacionales en el sector turismo, es aquél correspondiente a la transferencia de tecnología. La tecnología es una aportación para la producción. Esta es adquirida por los diversos países de la siguiente manera: a) incorporada a activos físicos; b) en forma de servicios de personal calificado y; c) como información de carácter técnico y comercial. <sup>168/</sup>

De tal modo, las grandes firmas transnacionales son las que cuentan con los medios para generar una tecnología eficaz que les ayude a expanderse. En efecto, este hecho les da una ventaja competitiva frente a empresas autóctonas de países de mediano y bajo desarrollo que al tener una carencia de capital y capacidad técnica se vuelven vulnerables. -

<sup>167/</sup> El Sol de México. "En marcha un paquete de estímulos en apoyo de Sector", martes 20 de octubre de 1981, p. 5A.

<sup>168/</sup> Naciones Unidas, Efectos, op. cit., p. 72.



Por tanto, "si bien los países en desarrollo están interesados en obtener acceso amplio, rápido y fácil a una tecnología apropiada para acelerar su ritmo de progreso económico y social" <sup>169/</sup> deben darle cada vez mayor importancia a lo que se ha dado en llamar "selección de tecnología adecuada". Este, pues, deberá tomar en consideración las necesidades reales y las condiciones prevalecientes en el país huésped.

En cuanto al sector turismo puede decirse que los licenciantes que normalmente son transnacionales, venden en paquete los siguientes elementos:

sistemas de administración; selección, entrenamiento y contratación de personal; sistemas de ventas; sistemas contables y financiamiento; - publicidad y promoción; sistemas de créditos; servicios de alimentos y bebidas; diseño de construcción, amueblado y decorado; mantenimiento de inmuebles y equipo; servicios de relaciones públicas; sistemas para captar y procesar información y; el derecho de uso de nombres y marcas. <sup>170/</sup>

De tal suerte la problemática fundamental en este rubro es que se debe negociar en paquete y mediante contratación, lo que impide que se seleccione únicamente los renglones útiles para determinada empresa turística. Por otro lado, la compraventa de tecnología es una transacción complicada. En el caso de las filiales de empresas transnacionales la mayoría de los arreglos para transmisión de tecnología son implícitos. Al decir de Samuel I. del Villar:

<sup>169/</sup> Ibid., p. 73.

<sup>170/</sup> Plan Nacional de Turismo, op. cit., p. 253.

cuando la transmisión de tecnología se realiza entre polos de una misma empresa multinacional, los acuerdos informales en los que no interviene la regulación gubernamental sobre las condiciones de esa transmisión, pueden fácilmente reconstituir relaciones contractuales formales que sí están sujetas a regulación gubernamental. 171/

En cambio cuando las empresas nacionales quieren adquirir tecnología, ello se hace casi siempre mediante un arreglo contractual en forma de asesoramiento técnico y comercial. Un ejemplo claro de esto último fue la asesoría brindada por el "Club Med" a Fonatur para el establecimiento de los Clubes Mediterráneo en México. 172/ Efectivamente, en el Foro de Turismo organizado por el IEPES, Mario Moya Palencia, aseveró que si bien el 92 por ciento del capital invertido en turismo era mexicano, las principales empresas administrativas y operadoras pagan al exterior servicios de asesoría, regalías por uso de marcas y comisiones por comercialización. 173/

De tal suerte, si bien ningún país puede aspirar a ser autárquico en cuestiones de tecnología, los países en desarrollo y, particularmente México, no deben mantener una excesiva dependencia en esta materia y deben tratar de sustituir dicha tecnología por una más apegada a nuestro medio y a nuestro desarrollo económico para que tanto nacionales como extranjeros puedan obtener servicios a bajo costo.

171/ Samuel I. del Villar, op. cit., p. 362.

172/ Efectivamente, en los Clubes Mediterráneo establecidos en Cancún y Jalisco, el capital mexicano es predominante en el capital social de la empresa. Sin embargo, la organización, el nombre y el asesoramiento es fundamentalmente francés. Véase, Fonatur, Proyecto Club Mediterráneo. México: Fonatur, 1978, [s.p.] (mimeo no publicado)

173/ Excelsior. "Sólo 5 por ciento del turismo desea volver a Cancún", sábado 13 de marzo de 1982, p. 10 A.

Más aún, en el caso de los "contratos turísticos" (como los del Club Med) que se caracterizan por inscribir una relación entre empresas extranjeras y nacionales mediante el uso de marcas y nombres comerciales así como de afiliación a los sistemas internacionales de reservaciones y la adopción de técnicas sustituibles, se hace necesario incrementar la capacidad de negociación desagregando el paquete y adquiriendo sólo aquellos elementos que realmente se necesiten para desarrollar adecuadamente las empresas nacionales.

#### El proceso de comercialización del turismo en México

La fusión de compañías que manejan servicios turísticos puede ser muy beneficiosa para las empresas involucradas pero puede resultar nociva para los países huéspedes a menos de que esta integración sea nstamente nacional. En efecto, al establecerse sociedades filiales integradas en los países huéspedes, las empresas transnacionales entran en competencia abierta con las compañías locales desplazán dolas u absorviéndolas, dada la incapacidad de éstas últimas de competir en igualdad de términos por los mercados locales e internacionales. De ahí que el proceso de comercialización de los servicios turísticos sea un tema importante a estudiar.

Por comercialización debemos entender el proceso de venta o renta que incluye transportación, las organizaciones de giras turísticas y la hotelería.

La importancia del proceso de comercialización de los servicios turísticos estriba precisamente en que la combinación de los tres sectores señalados es lo que determina, en última instancia, la entrada de turistas.

Así, debemos tener presente que, si bien grandes esfuerzos por parte de nuestro gobierno se han hecho para lograr consolidar una "industria turística" nacional, la actividad turística mexicana nació pegada a las grandes empresas norteamericanas y, por tanto, se ha venido conformando en base a ésta. Mexicana de aviación, por ejemplo, surgió de los esfuerzos y visión de George Rihil y fue hasta hace poco tiempo parte de Panam; el nombre de Hilton es familiar desde 1941 y, los grandes promotores de Taxco y Puerto Vallarta fueron William Spratling, Richard Burton y Elizabeth Taylor.

#### La hotelería

De manera general se puede anotar que en los diez pasados años se ha experimentado un importante incremento en la capacidad total del alojamiento a nivel mundial. Según las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo, la capacidad hotelera en 133 países miembros fue de 16.3 millones de plazas-cama en 1977.<sup>174/</sup>

La distribución mundial de plazas-cama puede observarse en el siguiente cuadro:

---

<sup>174/</sup> Organización Mundial del Turismo, Estudio Económico, op. cit., p. 35.

## Cuadro XVIII

## DISTRIBUCION DE PLAZAS-CAMAS DE HOTEL EN EL MUNDO (1977)

REGIONES	NUMERO DE PAISES	PLAZAS-CAMAS	PLAZAS-CAMAS %
Europa	32	8,791,300	54.3
América	32	6,160,000	37.5
Asia Oriental y Pacífico	17	872,000	5.3
Africa	37	263,000	1.5
Medio Oriente	8	124,400	.7
Asia Meridional	7	113,400	.7
TOTAL	133	16,324,100	100.0

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Estudio Económico, op. cit. p. 36.

El comportamiento de la hotelería en México no es un fenómeno aislado. Forma parte del desarrollo internacional y por tanto, del proceso de transnacionalización. Esta internacionalización de la industria hotelera se ha facilitado porque, en sentido moderno, los negocios requieren además de inversión y tecnología, estudios de mercado, eficiencia y administración científica que sólo pueden proporcionar los países avanzados mediante sus grandes empresas. <sup>175/</sup>

Los avances tecnológicos, asimismo, se han reflejado sustancialmente en la mecanización y automatización de las operaciones hoteleras tales como la preparación de comidas, limpieza, lavandería y la tendeduría de libros contables. Pese a lo anterior cabe señalar que los países en desarrollo en general, y en México en particular, el sector hotelero todavía ocupa grandes cantidades de personas no calificadas.

Para 1978, 81 empresas transnacionales en la rama hotelera participaban en el mercado mundial. De éstas, aproximadamente 40 e-

<sup>175/</sup> Octavio Moreno Toscano. " La estructura ", op. cit., p. 247.

ren norteamericanas. <sup>176/</sup> En el caso de México, las cadenas estadounidenses son las prevaletientes en el sector hotelero. En efecto, el estudio sobre empresas turísticas con capital extranjero ya aludido, muestra que de 51 empresas hoteleras extranjeras 41 eran norteamericanas.

A la luz de su organización, por otra parte, existen cuatro principales categorías de empresas transnacionales hoteleras en México: 1) Cadenas hoteleras relacionadas con compañías de aviación (Camino Real con Western Airlines, Hilton con Panam); 2) Cadenas hoteleras relacionadas con organizaciones de giras turísticas (Sheraton, Marriot y Hilton con Airline Passenger Association); 3) Compañías de asesoramiento administrativo (Princess, Club Mediterráneo) y; 4) Cadenas hoteleras independientes (Hyatt).

Otra característica de estas filiales -a diferencia de lo que ocurre en el sector manufacturero- es su forma de participación en el capital. De nueva cuenta, cabe destacar que su forma de participación (aunque las estadísticas contradigan ésto) se produce mediante contratos de gestión. Esta última forma de control ha sido favorecida por las grandes empresas debido a la inestabilidad que en un momento dado pueda presentar el sector ya sea por razones de orden económico o político.

Empero, todavía persiste la tradicional forma de operación de algunos hoteles norteamericanos en México, sobre todo en aquellas zonas turísticas nuevas y, por consiguiente de menor control estatal. Tal es el caso del hotel Cabo San Lucas, pro-

---

<sup>176/</sup> Naciones Unidas. Las empresas multinacionales y el turismo, op. cit. p. 5.

piedad del estadounidense William Mattparr, de la cadena Hyatt y la inmobiliaria Costa Azul que maneja William Rockawell. <sup>177/</sup>

### La industria del transporte aéreo

Un factor que ha determinado el desarrollo del turismo internacional ha sido el transporte aéreo. Para 1978 existían a nivel mundial 199 compañías de aviación de las cuales 42 eran norteamericanas. De éstas 10 hacen diariamente su recorrido hacia algún punto de nuestro país: American Airlines, Braniff, Eastern Airlines, Western Airlines, Panam, Texas International, Hughes Air, Frontier Airlines, Bonanza Airlines y Air Central. Si bien, en este sentido, existe un convenio de aviación entre México y los Estados Unidos que contiene una cláusula donde se puntualiza que los dos países podrán utilizar las mismas rutas y número de vuelos, cabe hacer hincapié en que la problemática en este renglón tiene otro carácter.

En primer lugar, las líneas de aviación a nivel mundial han sufrido desastrosas pérdidas. Así, los servicios regulares internacionales de los transportistas miembros de la IATA arrojaron durante 1981 una pérdida de alrededor de 2,100 millones de dólares. <sup>178/</sup> En el caso de las líneas aéreas norteamericanas las pérdidas ascienden, a 355 millones de dólares. Entre algunos de los factores que han determinado este fenómeno están las huelgas de los controladores, la recesión económica, el alto precio de la gasolina, la guerra de tarifas, etc.

<sup>177/</sup> Excelsior. "Litorales de BCS en manos extranjeras", Miércoles 2 de abril de 1980, p. 1 y 9 A.

<sup>178/</sup> El Heraldó. "Las líneas aéreas en 1982", lunes 8 de febrero de 1982, p. 4F.

En México si bien no se ha hecho patente una crisis de esta naturaleza -debido, principalmente, a que nuestros dos líneas aéreas están subsidiadas- no existe la infraestructura suficiente para transportar tanto al turismo receptivo - como al nacional.

En segundo término, el actual encarecimiento de los precios por concepto de viajes aéreos ha tendido a desplazar a las líneas aéreas nacionales. Efectivamente, los aumentos del 20 por ciento en enero de 1981, del 25 por ciento en diciembre de ese mismo año y del 30 por ciento en junio de 1982, han hecho que la competitividad de las líneas aéreas mexicanas se vea menguado. Un ejemplo bastará para corroborar esto último. <sup>179/</sup> En enero de 1982 un boleto aéreo de Chicago a Cancún por United Airlines (5 horas estimadas de viaje) costaba 266 dólares, mientras que el viaje Ciudad de México-Cancún (2 horas) por Aeroméxico costaba 300 dólares. <sup>180/</sup> Esto ha llevado a señalar que "las tarifas de los vuelos nacionales e internacionales de las compañías mexicanas son las más caras del mundo." <sup>181/</sup>

Por otro lado y dada la recesión económica norteamericana, las líneas aéreas estadounidenses sufrieron grandes pérdidas durante 1981. Esto hizo que se desarrollara una -

179/ Excelsior. "Autorizan ferroneles, Aeroméxico y Mexicana para - aumentar sus tarifas", jueves 22 de enero de 1981, p. 4A y Excelsior. "Aumentos del 30 por ciento autorizan al transporte aéreo y terrestre", martes 18 de mayo de 1982, p. 5A.

180/ Excelsior. Carta Abierta al Lic. José López Portillo y al Lic. Mújica Montoya, firmada por los prestadores de servicios de Cancún, martes 5 de enero de 1982, p. 27A.-

181/ Excelsior. "Preeven mayor guerra de tarifas aéreas", viernes 2 de febrero de 1979, p. 5 A. Actualmente, a pesar de que las líneas aéreas mexicanas están subsidiadas, se ha señalado que ambas aerolíneas están sufriendo pérdidas económicas por no tener personal capacitado y por los elevados gastos en reparación de aviones. Véase, El Periódico. "CMA y Aeroméxico afirman la dependencia tecnológica", sábado 13 de marzo de 1982, p. 1B.



"guerra de tarifas" al interior de la Unión Americana y que, de nueva cuenta, pone en peligro a la industria nacional de aviación. Lo anterior aunado al aumento del 30 por ciento en las tarifas aéreas nacionales puede hacer que México salga del mercado mundial nuevamente.

En tercer lugar, México además de que no cuenta con el equipo físico adecuado en materia de aviación, carece de personal calificado y altamente capacitado lo que repercute en la ineficiencia de nuestras líneas aéreas.<sup>182/</sup>

Si a lo anterior le agregamos la ineficiencia administrativa (5 quejas promedio se reciben diariamente sobre la sobreventa de boletos) y la falta de infraestructura en la industria aérea, nos encontramos que en términos reales es sumamente difícil competir con los Estados Unidos.

Analizar, pues, con detenimiento este importante renglón del sector turístico mexicano para detectar sus necesidades básicas es urgente, de querer hacer más competitivas nuestras líneas aéreas mexicanas.

#### Las organizaciones de giras turísticas

El motor más importante de la actividad turística en el mundo contemporáneo son, sin duda alguna, las organizaciones de giras turísticas. Estas se caracterizan por ser esencialmente mayoristas e integrar el transporte, los arreglos en tierra y el alojamiento para formar un conjunto que vende a minoristas independientes; es decir a las agen

<sup>182/</sup> Enrique Pérez Castro, asesor de OACI, demandó la creación de un sistema único de información que englobe las distintas entidades del sector aéreo para agilizar los movimientos de pasajeros. Véase, Noticias, "Atrazo de 30 años de los reglamentos de aviación", martes 9 de marzo de 1982, p. 9.

cias de viajes.

Estas organizaciones son importantes para nuestro país debido a la cercanía geográfica de México con Estados Unidos, primer lugar en esta materia.

El número exacto de este tipo de empresas en México no se conoce a ciencia cierta e incluso llegan a confundirse - con las tradicionales agencias de viajes. Su identificación se ha hecho difícil debido a la Ley de Agencias de Viajes de 1978 en donde se estableció que éstas, aún siendo extranjeras, debían adoptar un nombre en castellano.

Las organizaciones de giras turísticas son, en última instancia, las que controlan el proceso de comercialización turístico y, por tanto, controlan los mercados turísticos.

El ejemplo de Airline Passenger Association (APA) es muy ilustrativo para analizar su forma de organización. Esta empresa -Asociada a la Banca Serfin Mexicana- actúa de la siguiente manera: el "gancho" para el viajero es la "rebaja" considerable que se obtiene (de un 10 por ciento de descuento) en las tarifas aéreas, alquiler de coches, hoteles, etc. al ser socio de este Club por 30 dólares al año. Así, las organizaciones que esta compañía enlaza se ven favorecidas por su propaganda.<sup>183/</sup> Sin embargo, este tipo de organización de giras turísticas no es la más usual ni la más conocida. Panams World, Getaway Tours de la TWA, el Travel Club de Eastern, American Express, son firmas más prestigiadas - que operan en México.

---

<sup>183/</sup> Véase, por ejemplo, "Find out why over 110,000 travelers carry this card" en Caminos del Aire . México : Mexicana de Aviación, mayo-junio de 1982, p. 57.

En suma, podemos advertir mediante el breve estudio del proceso de comercialización del turismo en nuestro país su importancia y características primordiales.

Las ventajas competitivas concretas, la disponibilidad de tecnología, sus prácticas de compras centralizadas y su capacidad de lograr economías de escala en sus operaciones les da, a las grandes firmas transnacionales, un grado de eficacia muy elevado. Si a esto agregamos el enorme poder financiero de las empresas multinacionales y el apoyo gubernamental que reciben de los países huéspedes tanto a nivel logístico como a nivel de economías de escala, se explica por qué pueden hacer sentir su influencia en las economías de los países de bajo y mediano desarrollo.

Controlar o minimizar el efecto de la comercialización, es una tarea importante para el sector turismo que sólo se logrará, a mi parecer, mediante la integración de nuestros servicios turísticos nacionales y el aumento en el poder de negociación frente a ellas.

Lograr servicios adecuados en todas las ramas del sector turístico mexicano es importante para lograr fomentar y captar mayores corrientes turísticas; abrirles ventajas competitivas a las grandes empresas, a la larga, resulta nocivo. Y es que, en la medida en que las empresas transnacionales se siguen expandiendo y ampliando sus redes integrales de compras, gestión y comercialización del producto turístico, las empresas locales se verán afectadas.

En suma, adoptar políticas tendientes a incrementar la afluencia turística, la estancia y la infraestructura en el sector son elementos necesarios para lograr el desarrollo de la actividad turística en México. Empero, estos factores no deben ser desligados del proceso de internacionalización del turismo y de la visión integral y sistémica de la organización turística mundial.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de esta tesis hemos tratado de señalar la necesidad de analizar la organización turística como un todo, es decir, como un sistema donde interaccionan individuos, prestadoras de servicios turísticos, gobiernos y la comunidad anfitriona. Así, hemos intentado ir más allá de las concepciones simplistas que visualizan al turismo como una industria aislada o como mero desplazamiento de personas. Y es que consideramos que sólo mediante la observación integral que comprenda el estudio de los seres involucrados, la tecnología, la información, la comunicación, las políticas en esta materia y los factores económicos, políticos y sociales que la afectan en un momento dado, el turismo, como fuente generadora de divisas y empleo, podrá tener sus efectos más positivos.

Tomando en consideración esta perspectiva, la actividad turística muestra peculiaridades importantes a considerar. De tal modo, los efectos de esta actividad económica no serán los mismos para los países desarrollados que para los de mediano y bajo desarrollo. La razón principal estriba en que mientras que los países desarrollados cuentan con una alta tecnología y financiamiento en esta materia, los países en vías de desarrollo tienen graves carencias de este tipo. De tal suerte, los países menos desarrollados para poder competir se han visto crecientemente vinculados a redes internacionales de servicios turísticos, lo que los ha llevado a ser cada vez más dependientes.

Más aún, el interés fundamental de los países en desarrollo por incrementar el turismo se basa en la noción de que esta actividad puede ser fuente complementaria de su desarrollo económico en la medida en que aporta divisas, genera empleos y coadyuva al desarrollo de otras ramas de la economía. Por su parte, los países centrales han fomentado esta actividad fundamentalmente por las ganancias que sus grandes empresas tradicionalmente han obtenido.

Una diferencia más se observa en materia de mercados turísticos. Aquí, los países de mediano y bajo desarrollo se encuentran en una posición de franca dependencia de los mercados turísticos internacionales por los cuales tienen que luchar para atraerse la afluencia turística. Esto, aunado a la dependencia tecnológica, ha llevado a que los países en vías de desarrollo no puedan competir en materia turística con las grandes firmas multinacionales. Y es que el mercado turístico, con sus principales componentes, la oferta y la demanda, están estructurados y activados por grandes corporaciones transnacionales.

La evolución del turismo internacional ha mostrado en la última década un ritmo de crecimiento ascendente. De una corriente de 259.4 millones de turistas a nivel mundial en 1978 se pasó a una corriente de 300 millones en 1980. Más aún, el ingreso mundial obtenido por concepto de turismo en 1980 fue 16.5 por ciento veces mayor que el de 1979, según datos de la Organización Mundial del Turismo.

Esto nos hace dudar de las afirmaciones que señalan que el turismo mundial se encuentra en crisis. En verdad, el que su tasa de crecimiento haya disminuido no quiere decir, de ninguna manera, que éste se encuentre en recesión. Es más, que el turismo mexicano esté pasando por un franco deterioro no es un indicador para afirmar que todo el sistema turís-

tico ha entrado en crisis. Baste observar que las corrientes turísticas, por ejemplo en España, crecieron de 37 millones a 40, en el período 1979-1980.

Por otro lado, en los últimos años del sexenio del Presidente José López Portillo el sector turístico mexicano se ha visto caracterizado por un severo estancamiento. En este sentido, esta tesis trató de evaluar las tendencias y circunstancias predominantes en materia turística que enmarcaron su recesión a partir de 1980. Efectivamente, desde 1980 las tendencias del sector turismo en México indicaban el advenimiento de una segunda recesión, mayor a la de 1975-1976. Las fuentes que habían sostenido hasta entonces su crecimiento estable estaban seriamente dañadas y se corría el riesgo de un resquebrajamiento de no llevarse al cabo las modificaciones importantes en la economía, en general, y en la organización de los servicios turísticos, en particular.

Las fuentes básicas de crecimiento a partir de 1977, año en que se inició su recuperación, fueron: la devaluación del peso de 1976, el financiamiento y los estímulos gubernamentales, el crecimiento del mercado interno, el esquema proteccionista a la inversión extranjera, y el sistema bancario que movilizó el ahorro interno. Mantener, pues, la actividad turística y las corrientes de viajeros dependió de la interdependencia de tres factores: en primer lugar, de la efectividad de los servicios turísticos para responder a los estímulos monetarios; en segundo, de que la competitividad mexicana con respecto a los Estados Unidos y otros países, no decayera; y, finalmente, de la posición financiera del estado para que el gasto público promoviera el crecimiento en esta materia económica. El problema fue que ya para 1980 estos tres elementos empezaron a mostrar serias



deficiencias.

En este sentido, el principal problema fue que hubo un aumento excesivo en el nivel de precios, alcanzando la inflación su nivel más alto en enero de 1982. Efectivamente, en un solo mes el índice nacional de precios al consumidor había crecido un 5 por ciento según datos del Banco de México. Peor aún, los servicios turísticos mexicanos se habían encarecido tres veces más en comparación con aquellos proporcionados por los Estados Unidos. Esto trajo como resultado el estancamiento del volumen de viajeros extranjeros, aunado a la corriente egresiva turística que se incrementó a paso veloz, reduciéndose, en consecuencia, considerablemente el saldo positivo en la balanza de viajeros.

A pesar de esto, el gobierno mexicano mantuvo la política de crecimiento con inflación al continuar con el excesivo gasto público mediante el endeudamiento externo, que para 1981 llegó a ser de 60,000 millones de dólares. Al mismo tiempo y a pesar del deslizamiento del peso, política adoptada 1981, la sobrevaluación se mantuvo alta debido a la creciente disparidad entre las tasas de inflación nacional y norteamericana.

A ese punto, los medios seleccionados resultaron inefectivos e insuficientes para resolver la crisis galopante de la actividad turística durante el período 1979-1981. Y es que las causas básicas de esta crisis se encontraban en factores que no fueron atacados: el rígido esquema proteccionista que cubría con subsidios la ineficiencia del aparato turístico auspiciando su crecimiento desordenado, y la política de mantener el peso sobrevaluado. Esto trajo el paulatino deterioro de los términos de intercambio turístico entre México y su primer cliente y proveedor de servicios turísticos: los Estados Unidos.

Frente a la irresolución de los elementos de fondo se estimuló un torrente de declaraciones contra las grandes - firmas transnacionales y la vigente legislación turística, que manifestaban las buenas intenciones pero que no resolvían la recesión por la que atravesaba la "industria de la hospitalidad".

Ya para 1980 se hizo evidente la crisis del sector turísmo: tanto la afluencia turística receptiva como la captación de divisas disminuyeron en forma aguda, y el turismo de egreso aumentó de forma desmedida al igual que el gasto del mexicano en el exterior.

Dado que no se implementó una política que forzara a los prestadores de servicios turísticos a mantener sus tarifas y precios, se hizo más atractivo para los estratos - más pudientes, el turismo orientado hacia el exterior. La salida de mexicanos al extranjero minó así el saldo positivo de la balanza en cuenta corriente. De tal forma, en la medida en que el peso continuaba sobrevaluado, el gobierno estaba subsidiando los viajes al extranjero de los mexicanos al abaratarles, artificialmente, sus viajes de recreo.

En suma, el gran incremento del déficit en cuenta corriente de balanza de pagos, la inflación y el tipo de cambio sobrevaluado dañaron la capacidad del sector turístico mexicano en los últimos años del sexenio del Présidente José López Portillo.

La situación de creciente fuga de capitales, desequilibrio interno y excesivo endeudamiento llevaron, a partir del 18 de febrero de 1982, a abandonar la política de deflazamiento del peso y dejar que la paridad de nuestra moneda se diera con base en el libre juego de la oferta y la demanda. De tal suerte, la política categórica de defender el peso dió un giro de 180 grados.



Así, el tipo de cambio en pocos días subió de 27 pesos por dólar a 37, 45.50 y 47 pesos por dólar lo que fomentó la especulación y la alteración de los pesos a pesar de las medidas drásticas de cerrar comercios y las multas impuestas por la Secretaría de Comercio.

Empero, la explicación de la crisis turística mexicana debe hacerse tomando en consideración una atrevida combinación de diversas motivaciones que van desde la especulación y la ambición hasta los motivos antes señalados. El problema aquí, reside en desentrañar, jerarquizar y organizar ese haz de factores que en forma simultánea han dado cuerpo al proceso inflacionario en el sector de la hospitalidad mexicana. De ahí la necesidad de estudiar al turismo como un sistema en continuo crecimiento e integración tanto a nivel nacional como internacional. De tal modo, el acelerado crecimiento de la industria turística lleva implícitas también una serie de mudanzas en la estructura turística. En este sentido, a más de los factores antes mencionados los elementos inflacionarios claves podrían haber sido los desajustes intersectoriales e intrasectoriales derivados del desordenado crecimiento y de la ausencia de decisiones encaminadas a remediar la situación.

Por otro lado, pero de igual significación, la crisis del sector turístico mexicano debe verse vinculada a la propensión inflacionaria mundial y al proceso de integración de los servicios turísticos. En este sentido, consideramos que pese al dinamismo que la devaluación pueda devolverle a la "industria sin chimeneas", el sector tendrá dos grandes tareas para poder salir adelante: en una primera instancia, deberá coordinar adecuadamente a los prestadores de servicios turísticos para lograr la estabilidad de las tarifas y precios y en una segunda instancia, México deberá

llevar al cabo una propa<sup>g</sup>anda en el exterior que fomente, de nueva cuenta, el turismo receptivo hacia nuestro país.

Reconociendo el hecho y la necesidad de la inversión extranjera en el sector turístico mexicano, a lo largo de esta tesis hemos hecho especial hincapié en la importancia de la planificación e integración turísticas así como en la necesidad de que se busque y admita a las empresas transnacionales de conformidad con los objetivos predeterminados y acordes a los planes existentes.

Dada la falta de competitividad de nuestros servicios turísticos, la política agresiva norteamericana en esta materia y la incapacidad de que nuestro país designe elevados recursos a la propa<sup>g</sup>anda y publicidad turísticas en el exterior, consideramos que la consolidación de las tareas antes mencionadas podría lograrse mediante una integración adecuada de nuestros servicios turísticos.

Para lograr este objetivo debemos utilizar y coordinar todos los organismos, sectores (hotelero, restaurantero y transportes), direcciones, departamentos y agencias en el exterior que conforman nuestro sistema turístico, mediante un órgano coordinador que actúe como motor directivo. Así, y tomando en consideración que las operadoras de viajes son el motor principal de la actividad turística, la creación de una Nacional Operadora podría ser una posible solución. Esta tendría que estar representada adecuadamente por integrantes de los diversos sectores turísticos más importantes para establecer así un diálogo y una actividad conjunta que programe paquetes turísticos a bajo precio y establezca una propa<sup>g</sup>anda conjunta tanto a nivel nacional como internacional.

De tal suerte, consideramos que Nacional Operadora debería reunir representantes hoteleros, restauranteros, de la

rama de los transportes, y debería tener a su cargo la organización y coordinación de la publicidad y el sistema nacional de reservaciones. Más aún, tendría que efectuar acuerdos con la Secretaría de Educación Pública y otros organismos dentro de la rama turística para emprender una cam  
pa  
ña de capacitación de personal a todos los niveles.

Asimismo, dentro de este nuevo esquema consideramos conveniente agregar dos nuevos organismos: una Comisión de Inversiones Extranjeras y un Centro de Información e Investigación Turísticas que mantenga contacto con Nacional Operadora. El objetivo fundamental de la Comisión sería el de dilucidar y analizar los problemas y temas más sobresalientes en materia de inversión extranjera y mercados turísticos internacionales sobre la base de una mayor información, estudios y consultas con las diversas partes interesadas; la promoción de programas de cooperación técnica; actuar como foro para la presentación e interacción de opiniones; y la realización de trabajos encaminados a la adopción de arreglos, acuerdos y/o recomendaciones concretas en determinadas esferas relacionadas con la actividad turística nacional.

Por otro lado, pero de igual importancia, se hace pa  
te  
n  
t  
e la necesidad de un Centro de Información e Investigaciones Turísticas. En este sentido, durante la elaboración de esta tesis, nos sorprendió la falta de información útil, confiable y comparable en la rama turística. Creemos que la disponibilidad de información pertinente es fun  
d  
a  
m  
e  
n  
t  
a  
l para la realización de todos nuestros programas turísticos. Por ende, creemos que es imperante la necesidad de crear este centro.

La integración, asimismo, debe englobar la otra gran tarea del sector turismo: la referente a las campañas publ  
i  
c  
i  
t  
a  
r  
i  
a  
s. En efecto, mediante la integración del sector y la

creación de un organismo publicitario al interior de la -  
Secretaría de Turismo, los altos costos que presupone una  
publicidad de alta calidad podrían abarataarse al haber una  
coordinación adecuada entre los prestadores de servicios y  
las autoridades gubernamentales.

Así, en la medida que se fortalezcan estos dos renglo  
nes la capacidad de llevar al cabo una política turística  
efectiva que impulse tanto la productividad eficiente como  
la competitividad mexicana dentro del sistema turístico in  
ternacional, se sentarán las bases reales para pensar en  
una sólida recuperación del sector turístico mexicano.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros

- Arenas Cosío, No. de la Luz . . . et al. Importancia del desarrollo de proyectos turísticos integrales: el caso de Ixtapa-Zihuatanejo. México: tesis para obtener el grado de Licenciado en Economía, Universidad Anáhuac, 1980.
- Cobb, William. "Tourism as a positive factor in the Mexican Economy and in Mexican foreign Relations" en Mexico and the United States. New Jersey: Prentice Hall, 1981.
- Deepak, Lal. Appraising foreign investment in Developing Countries. London: Heinemann, 1975.
- Grosven, Erdmann. et al. El turismo como factor de desarrollo regional en México. Mainz: Geographisches Institut der Johannes Gutenberg Universität, 1977.
- Herrerías, Armando. Una visión al futuro turístico y otros ensayos. México: /s.e./, 1969.
- Kadt, Emanuel de. Tourism. Passport to Development? Oxford: University Press, published for the World Bank and Unesco, 1979.
- Lanfant, Marie Françoise. et al. Sociologie du Tourisme: positions et perspectives dans la recherche internationale. Paris: Centre National de la Recherche Scientifique, Centre d'Etudes Sociologiques, 1978. (diffusion limitée)
- Mc Intosh, Robert Gupta Shaskikant. Tourism: Principles, practices, Philosophies. Columbus, Ohio: Gud Publishing Inc., c 1980.
- Mattelart, Armand. La cultura como empresa multinacional. México: Serie Popular Era, 1979.
- Moreno Toscano, Octavio. Turismo: una interpretación. México: Tesis para optar por el grado de Licenciado en Relaciones Internacionales, El Colegio de México, 1969.
- Organización Mundial del Turismo. Efectos del turismo en la Economía. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1980.
- Organización Mundial del Turismo. Estudio económico del turismo mundial. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1980.

Organization for Economic Cooperation and Development. The Impact of Tourism on the Environment. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development, 1980.

Ojeda, Mario. Alcances y límites de la política exterior mexicana. México: El Colegio de México, 1976.

Torre Padilla, Oscar de la. El turismo, fenómeno social. México: Fondo de Cultura Económica, 1980.

Sepúlveda, Bernardo y Antonio Chumacero. La inversión extranjera en México. México: Fondo de Cultura Económica, 1973.

Sepúlveda, Bernardo. et al. Las empresas transnacionales en México. México: El Colegio de México, 1976.

Naciones Unidas. Efectos de las Empresas multinacionales en el desarrollo y las relaciones internacionales. Nueva York: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 1974.

#### Artículos

Bueno, Gerardo. "El peso está sobrevaluado" en Razones, 27/12.25, enero de 1981.

Bugnicourt, Jacques. "La otra cara del turismo: sus efectos culturales" en Comercio Exterior. México: Banco de Comercio Exterior, mayo de 1980.

Del Villar, Samuel I. "El sistema mexicano de regulación extranjera: elementos y deficiencias generales" en Foro Internacional 59, México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 1973.

Hake, Bruno. "Defending a direct investment from antibusiness nationalism" en Develop. Basel: Basler Zeitung, 3, 1981.

Héivik, Tord y Turid Heiberg. "Turismo entre centro y periferia y la autosuficiencia" en Revista Internacional de Ciencias Sociales, XXIII, Paris: Unesco, 1981.

Ingolf, Otto. "La crisis del turismo" en Económica, año 4, v.10, no. 183, enero 1 de 1982.

Lanfent, Marie Françoise. "El turismo en el proceso de internacionalización" en Revista Internacional de Ciencias Sociales, XXIII, Paris: Unesco, 1981.

Moreno Toscano, Octavio. "La encrucijada de la actividad turística" en Comercio Exterior, México, mayo de 1970.

\_\_\_\_\_. "Las limitaciones en el desarrollo turístico" en Comercio Exterior, 30, no. 4, marzo de 1975.

- Juá, Donald. "Tourism and Economic Growth in Mexico since 1950" en Intern-American Economic Affairs, 28, 1, summer 1974.
- Moreno Toscano, Octavio. "La estructura internacional del negocio turístico" en Comercio Exterior, XX, no. 3, México: Banco de Comercio Exterior, marzo de 1970.
- \_\_\_\_\_. "Infraestructura básica y turismo" Porc Internacional 45, México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, julio-septiembre de 1971.
- Mexicana de Aviación. Camino del Aire. México: mayo-junio de 1982.
- Nacional Financiera. "Reglamento a empresas transnacionales" en Mercado de Valores. año XL, no. 27, julio 7 de 1980.
- Papson, Stephen. "El turismo una industria ilimitada" en Perspectivas Económicas, 29, México: 1980.
- Palomo, Figuerola. "Elementos de una teoría económica del turismo y métodos cuantitativos" en Travel Research Journal, 1, Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1980.
- Roman, Gerardo. "Entrega del turismo a formas y capital externo para atraer visitantes" en Proceso, 162, 9 de noviembre 1981.

#### Documentos

- Banamex. Estadísticas básicas de turismo 1970-1980. México: Departamento de Estudios Económicos del Banco Nacional de México, 1981.
- \_\_\_\_\_. Estadísticas básicas de turismo 1970-1976. México: Departamento de Estudios Económicos del Banco Nacional de México, 1977.
- Banco de México. Encuestas sobre turismo receptivo. México: Cuadernos del Banco de México, 1976-1977.
- Fonatur. Principales indicadores económicos. México: Fondo Nacional de Turismo, 1981.
- \_\_\_\_\_. Nuevos estímulos fiscales al turismo. México: Fondo Nacional de Turismo, 1979.
- \_\_\_\_\_. Boletín Informativo. México: Fondo Nacional de Fomento al Turismo, año 2, 1975.
- Instituto de Estudios Económicos y Sociales. Primer Seminario de Estudios de los problemas de la inversión extranjera en México. México: IEPES, diciembre de 1972.
- Organización Mundial del Turismo. World Travel. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1981.
- Organización de Naciones Unidas. Consejo Económico y Social. Comisión de Empresas transnacionales. Las Empresas transnacionales en el turismo internacional. Nueva York: Informe de la Secretaría, 8 de abril de 1980.

- México. Gobierno de México. Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera, México: Diario Oficial de la Federación, 9 de marzo de 1973.
- México. Secretaría de Gobernación. Directorio de Hoteles de la República Mexicana. México: Departamento de Turismo de la Secretaría de Gobernación, 1941-1942.
- México. Secretaría de Programación y Presupuesto. Datos básicos sobre la población mexicana 1980-2000. México: SPP, 1980.
- México. Secretaría de Turismo. Documento Base que fundamenta la exposición de la C. Secretaría de Turismo, Dra. Rosa Luz ante la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. México: Sectur, noviembre de 1981.
- \_\_\_\_\_ . Plan Nacional de Turismo. México: Sectur, 1979.
- \_\_\_\_\_ . Estadísticas y pronósticos para 1981. México: Dirección General de Estadística, Sectur, 1981 (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Apuntes de la Dirección de Programación y Presupuesto. México: Sectur, 1978 (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Estadísticas y cuadros sobre Turismo en México. México: Sectur, 1978, (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Filosofía política de JLP. México: Sectur, 1978 (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Reunión sectorial de turismo. Informe presentado al Presidente José López Portillo. México: Sectur, enero de 1979.
- \_\_\_\_\_ . Lineamientos programáticos del sector turismo. México: Sectur, 1979 (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Ley Orgánica de Bentur. México: Sectur, 1981.
- \_\_\_\_\_ . Relación de empresas turísticas con participación extranjera. México: Sectur, 1978 (mimeo no publicado).
- \_\_\_\_\_ . Documento Constitutivo de Fonatur. México: Sectur, 16 de abril de 1974.
- ✓ United States Department of Commerce. Recap of international travel to and from the United States. Washington: United Travel Office, July 1981.
- ✓ \_\_\_\_\_ . International travel to and from the United States. Outlook. Washington: Department of Commerce, December 10, 1981.



- National Tourism Policy Act. Washington: Energy and Commerce Committee, House Report 97-107, October 1981.
- Mexican Border Crossing Survey. Principal Findings. México: Datos para Decisiones, July 1980.
- Mexican travel beyond the USA border zone. Washington: US travel Service, February 1981.
- United States Government. Nineteenth Mexico- United States Interparliamentary Group. Report of the Senate Delegation on the XIX Meeting held at Mexico City. Washington: Government Printing Office, January 1980.

### Periódicos

Excelsior  
 El Heraldó de México  
 Novedades  
 Ovaciones  
 El Periodico  
 El Sol de México  
 Últimas Noticias  
 Uno más uno

## SECRETARIA DE TURISMO

Decreto por el que se reforma diversos artículos de la Ley Federal de Turismo.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Presidencia de la República.

**JOSE LOPEZ PORTILLO**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente

## DECRETO:

"El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, decreta:

## SE REFORMA DIVERSOS ARTICULOS DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO.

**ARTICULO PRIMERO.**—Se reforman los Artículos 1o. 2, fracción II, 12 fracciones XX, XXI y XXII, el Título III que contiene los artículos 35, 36, 38 y 40. El Título IV con Capítulo Único artículo 44, así como los artículos 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53. El Título V, Capítulo II, 62, 71, 72, 75 fracciones IV, V, 76, 78, 84, 97, 101 y 104;

**ARTICULO SEGUNDO.**—Se adiciona el artículo 14 Bis fracciones I y II, y el Título 17 Bis Del Financiamiento de la Demanda y a la Oferta Turística con un Capítulo I. Del Financiamiento a la Actividad Turística y otro Capítulo II De los Fideicomisos. Al Artículo 75 se le agrega una fracción 1o. Prima.

**ARTICULO TERCERO.**—Se derogan los artículos 63, 64, 65, 66, 67, 68 y el Capítulo II del Título IV de y a la propia Ley para quedar como sigue:

**ARTICULO 1.**—Las disposiciones de esta Ley rigen en toda la República, son de orden público e interés social y su aplicación corresponde al Ejecutivo Federal en los términos que la misma establece.

**ARTICULO 2.**—

II.—La promoción y desarrollo de la demanda interior y exterior, así como el fomento y desarrollo de la oferta en materia turística.

**ARTICULO 12.**—

Corresponde a la Secretaría de Turismo:

XX.—Establecer, escuchando la opinión de los prestadores de servicios turísticos organiza-

dos en forma representativa, y en su caso, modificar, en los términos de esta Ley y sus Reglamentos, las categorías y, en razón de éstas, los precios y tarifas máximos correspondientes a las instalaciones y los servicios turísticos a lo que se refiere el artículo 69, en función de los que, a su vez, se refieren en la propia Secretaría justifique los prestadores y se fijen así para la categoría superior, así como establecer los requisitos, condiciones y modalidades que deban satisfacer y las sanciones por su incumplimiento.

XXI.—En los términos de la fracción undécima anterior registrar anualmente los precios de los servicios y tarifas turísticas principales conexos, con excepción de las tarifas de transportes de pasajeros. El registro hará las veces de autorización.

XXII.—Vigilar, mediante las quejas y denuncias de los usuarios la calidad de las instalaciones y servicios turísticos conforme a las disposiciones legales aplicables, en los términos autorizados por su clasificación y registro respectivos, y en la forma en que hayan sido contratados.

**ARTICULO 14 Bis.**—

Corresponde a la Secretaría de Comercio:

I.—Controlar en las instalaciones y servicios turísticos, los precios y tarifas oficiales que vieren fijados. Lo mismo harán las demás autoridades, respecto de los precios y tarifas de competencia.

II.—Aplicar las sanciones en los términos de esta Ley, sus reglamentos y otras disposiciones legales.

**Título III.**—

De la Promoción y Desarrollo de la Demanda.

**CAPITULO UNICO.**

**ARTICULO 35.**—La Secretaría de Turismo realizará las acciones de promoción y desarrollo turístico, en base a políticas y prioridades que quiera la generación de una demanda creciente y equilibrada.

**ARTICULO 36.**—En la ejecución de las acciones de promoción y desarrollo de la demanda la Secretaría de Turismo promoverá la coordinación que corresponda con las autoridades federales, estatales o municipales y apoyará y estimulará las inversiones de los sectores público, estatal y privado.

**ARTICULO 38.**—La Secretaría de Turismo podrá asesorar a los particulares en las actividades de promoción y desarrollo de la demanda que realicen, cuando así lo soliciten, y les proporcionará la información correspondiente y podrá apoyarlos en sus promociones mediante campañas participativas.

**ARTICULO 40.**—La Secretaría de Turismo participará del tiempo del Estado en radio y televisión y para el efecto presentará su solicitud a las autoridades competentes.

La Secretaría de Turismo podrá asimismo solicitar la colaboración de las autoridades competentes para la elaboración de los programas de promoción y desarrollo de la demanda, o de la publicidad que en materia de turismo efectúe por sí misma, o conjuntamente con otras dependencias oficiales o sectores organizados de prestadores de servicios turísticos.

En la utilización de los tiempos en radio y televisión, a que se refiere este artículo, se evitará inducir al turismo, por cualquier medio o forma, en favor de determinadas empresas, mas no podrá hacer respecto de zonas que interese promover.

#### TITULO IV.—

##### Del Fomento y Desarrollo de la Oferta

#### CAPITULO UNICO

**ARTICULO 44.**—La Secretaría de Turismo en coordinación con las dependencias responsables del fomento de la cultura, del deporte, del espectáculo, de las artesanías, del folclore y de la preservación y utilización del patrimonio monumental, promoverá la formulación y operación de programas dirigidos a divulgar y fortalecer esas actividades, para que el turismo se desarrolle y alcance una justa dimensión social.

En todas aquellas actividades de planeación, promoción y utilización turística del patrimonio monumental histórico y arqueológico de la Nación, la Secretaría se coordinará con la Secretaría de Educación Pública a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

#### TITULO IV Bis.—

Del Financiamiento a la Demanda y a la Oferta Turística.

#### CAPITULO I.—

Del Financiamiento a la Actividad Turística.

**ARTICULO 47.**—La Secretaría de Turismo inducirá la utilización preferente de los servicios

del Banco Nacional de Turismo, S. A., en todo lo relacionado con el cumplimiento de esta Ley y sus Reglamentos.

#### CAPITULO II.—

##### De los Fideicomisos.

**ARTICULO 48.**—El Ejecutivo Federal podrá establecer fideicomisos con objeto de asesorar, llevar a cabo o financiar los planes y programas de promoción, fomento y desarrollo de la actividad turística.

**ARTICULO 49.**—En los fideicomisos del Sector Turismo que se establezcan, el fideicomitente solicitará la opinión de la Secretaría de Turismo respecto a la determinación de los planes y programas a desarrollar dentro del propio Sector.

**ARTICULO 50.**—En todos los Fideicomisos constituidos por el Gobierno Federal fungirá como fiduciario el Banco Nacional de Turismo, S. A.

**ARTICULO 51.**—En todos los fideicomisos constituidos por el Poder Ejecutivo, el Titular de la Secretaría de Turismo fungirá como Presidente de los Comités Técnicos. Para casos específicos podrá designar representante conforme a la Ley Orgánica de la propia Secretaría.

Los Comités Técnicos estarán integrados por representantes de cada una de las siguientes actividades:

- a) Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- b) Secretaría de Programación y Presupuesto;
- c) Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial;
- d) Banco Nacional de Turismo, S. A.

**ARTICULO 52.**—Corresponderá a la Secretaría de Turismo designar a los Directores Generales de los Fideicomisos quienes tendrán el cargo de Delegado Fiduciario.

**ARTICULO 53.**—El Fideicomiso Fondo Nacional de Fomento al Turismo, operará de conformidad con las disposiciones de esta ley y las de su contrato constitutivo.

#### TITULO V.—

##### De los Organismos Especiales

## CAPITULO II.—

De los Comités de Planeación y Desarrollo Estatal.

ARTICULO 62.—La Secretaría de Turismo participará en los Comités de Planeación y Desarrollo Estatal, de acuerdo con los convenios que al efecto se celebren con los Gobiernos de cada Entidad Federativa.

ARTICULO 63.—Se deroga.

ARTICULO 64.—Se deroga.

ARTICULO 65.—Se deroga.

ARTICULO 66.—Se deroga.

ARTICULO 67.—Se deroga.

ARTICULO 68.—Se deroga.

## TITULO VI.—

De la Regulación y Operación de los Servicios Turísticos.

## CAPITULO I.

De los Prestadores de Servicios Turísticos

ARTICULO 71.—Los prestadores de servicios turísticos deberán registrar para su autorización por la Secretaría de Turismo, sus precios y tarifas anualmente, en los términos de la fracción XX del artículo 12, acompañando a su solicitud los documentos que señalen los reglamentos respectivos.

ARTICULO 72.—Los guías y guías-choferes contarán con un fondo de ahorro para la obtención de un seguro de vida individual. El fondo se integrará con la sobrecuota que fije la Secretaría de Turismo en las tarifas de los servicios que presten, y que será retenida y entregada para su administración al Banco Nacional de Turismo, S. A., por los prestadores de servicios turísticos que directa o indirectamente utilicen los servicios de guías o guías-choferes.

Con el importe del fondo se pagará con cargo a cada titular, la prima de un seguro de vida y el remanente, si lo hubiere, se le entregará al final de cada año.

ARTICULO 75.—Son obligaciones de los prestadores de servicios turísticos:

I.—(PRIMA) Organizarse en forma representativa para los efectos de esta Ley y en los términos de sus reglamentos.

IV.—Presentar el registro anual de los precios y tarifas a la Secretaría de Turismo.

V.—Respetar las tarifas y precios autorizados conforme a esta Ley y sus Reglamentos hechos del conocimiento del público por escrito, en lugar exterior al establecimiento, en una fácilmente visible.

VI.—Presten los servicios, sin distinción de nacionalidad, sexo o posición social de los turistas.

## CAPITULO II

Del Registro Nacional de Turismo

ARTICULO 76.—La clasificación y el Registro Nacional de Turismo, estarán a cargo de la Secretaría de Turismo, y en él deberán inscribirse los prestadores de servicios turísticos a que refiere el presente título.

ARTICULO 78.—Sólo se otorgarán la clasificación, el Registro Nacional de Turismo, las autorizaciones de precios o tarifas o el permiso de operación, en su caso, a los prestadores que cumplan los requisitos que determinen los reglamentos.

ARTICULO 84.—La Secretaría de Turismo promoverá la participación de los prestadores de servicios turísticos y de instituciones públicas y privadas para inducir la organización participativa de la demanda y lograr una oferta razonable y proporcional de conjuntos de servicios o paquetes, así como de planes y circuitos turísticos individuales, familiares o grupales, base de orientación, cuotas, facilidades y tarifas reducidas.

Los prestadores de Servicios Turísticos deberán proporcionar por lo menos el 10% de instalaciones para promover el turismo social de conformidad con los acuerdos que los prestadores celebren con la Secretaría de Turismo.

## TITULO VIII

De las Infracciones, Sanciones y del Régimen de Revisión

## CAPITULO UNICO

ARTICULO 97.—Los Secretarías de Turismo y de Comercio, para cumplir con las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos, podrá visitar, conforme a sus respectivas facultades, a fin de verificar a partir de las quejas o denuncias de los usuarios, las que deberán motivar e imponer las sanciones que por el presente procedimiento administrativo procedan.

ARTICULO 101.—Las Secretarías de Turismo y Comercio, según corresponda, a

ner las sanciones, tomarán en cuenta la gravedad de la infracción, las condiciones económicas del infractor y la reincidencia, si la hubiere.

**ARTICULO 104.**—Las resoluciones que se dicten con fundamento en esta Ley y sus reglamentos, podrán ser recurridas en revisión por escrito ante el Titular de la Secretaría de Turismo o de Comercio, según el caso, dentro de los 15 días hábiles siguientes al de la fecha de su notificación.

La interposición del recurso de revisión producirá el efecto de suspender la resolución, hasta en tanto ésta se revoque, confirme o notifique. El recurso deberá interponerse a nombre propio y cuando no sea así, deberá acreditarse la personalidad de quien lo promueva. El interés fiscal en su caso, deberá garantizarse conforme a la Ley.

#### TRANSITORIOS

**ARTICULO PRIMERO.**—El presente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**ARTICULO SEGUNDO.**—A partir del establecimiento del Banco Nacional de Turismo, S. A., la Secretaría de Hacienda y Crédito Público encomendará o gestionará la transferencia de los fideicomisos del Sector Turismo a dicha Institución, con el carácter de fiduciario.

**ARTICULO TERCERO.**—Se derogan las disposiciones que se opongan al presente Decreto.

**ARTICULO CUARTO.**—El Ejecutivo Federal expedirá los Reglamentos de esta ley en un término de 180 días hábiles a partir de la vigencia de este Decreto.

México, D. F., a 29 de diciembre de 1961.—  
Marco Antonio Aguilar Cortés, D. P.—Blas Chumacero Sánchez, S. P.—Silvio Lagos Martínez, D. S.—Luis León Aponte, S. S.—Rúbricas.

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la ciudad de México, Distrito Federal, a los veintinueve días del mes de diciembre de mil novecientos ochenta y uno.—José López Portillo.—Rúbrica.—La Secretaría de Turismo, Rosa Luz Alegría.—Rúbrica.—El Secretario de Comercio, Jorge de la Vega Domínguez.—Rúbrica.—El Secretario de Hacienda y Crédito Público, David Ibarra Muñoz.—Rúbrica.—El Secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana.—Rúbrica.

Ley que crea el Banco Nacional de Turismo, S. A.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Presidencia de la República.

**JOSE LOPEZ PORTILLO**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente

#### DECRETO:

“El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, decreta:

#### LEY QUE CREA EL BANCO NACIONAL DE TURISMO, S. A.

**ARTICULO 1o.**—Esta Ley crea a la Institución Nacional de Crédito, denominada Banco Nacional de Turismo, S. A., Institución de Banca Múltiple.

**ARTICULO 2o.**—La duración de la sociedad será indefinida, tendrá su domicilio legal en el Distrito Federal y podrá establecer sucursales y agencias en la República Mexicana y en el extranjero, previas las autorizaciones respectivas.

**ARTICULO 3o.**—El capital social del Banco será el que fije su escritura constitutiva y estará representado por el correspondiente número de acciones, de igual valor, divididas en cuatro series, con las siguientes características:

I. Serie “A”, compuesta por acciones nominativas de las que sólo podrá ser titular el Gobierno Federal y cuyo monto en ningún caso será inferior al 51% del capital social.

II. Serie “B”, compuesta por acciones al portador que podrán ser suscritas por el público y cuyo monto no podrá exceder al 19% del capital social.

III. Serie “C”, compuesta por acciones nominativas que sólo podrán ser suscritas por las entidades de la Administración Pública Federal Parastatal y cuyo monto no deberá exceder al 20% del capital social.

IV. Serie “D”, compuesta por acciones nominativas que podrán ser suscritas por los gobiernos de los Estados, por los municipios y del Distrito Federal, o por sus entidades parastatales y cuyo monto no deberá exceder al 10% del capital social.

Las acciones de las series “C” y “D” no serán transmisiones, ni podrán ser usadas como garantía sin previa autorización del Consejo de Administración.

Ninguna persona extranjera, física o moral, podrá tener participación social alguna o ser propietario de acciones del Banco. Si alguna persona de esa condición llegara, por cualquier medio, a adquirir una participación social o a ser propietaria de una o más acciones, tal adquisición será nula y carecerán de valor tanto la participación de que se trate como los títulos que la representen, en cuyo caso, el capital social será reducido en una cantidad igual al valor de la participación cancelada.

El párrafo anterior deberá constar en las acciones.

**ARTICULO 4o.**—El Ejecutivo Federal designará tanto a la persona que comparecerá al otorgamiento de la escritura constitutiva, como a la persona o personas que ejercerán las facultades correspondientes al Gobierno Federal, en su carácter de accionista del capital social del Banco.

**ARTICULO 5o.**—El Banco tendrá por objeto:

I. Promover y financiar el desarrollo de la actividad turística, así como el crecimiento sistemático de la infraestructura y de los servicios y actividades relacionadas con el sector.

II. Apoyar la expansión de la demanda turística en el ámbito nacional mediante la aportación de recursos crediticios y de aquellas acciones que para la consecución de sus objetivos se juzguen convenientes.

III. Efectuar las operaciones de banca múltiple, con sujeción a lo dispuesto por la presente Ley, la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y las demás disposiciones aplicables.

IV. Contribuir al proceso de planeación y programación de la actividad turística, fomentando la oferta y demanda del sector, para conservar los recursos de uso turístico y aprovechar mejor los servicios.

V. Vincular sus acciones financieras a la política turística del país.

VI. Consolidar el apoyo a las entidades parastatales del sector, procurando orientar los recursos hacia las zonas turísticas consideradas como prioritarias en los planes y programas de desarrollo integral del país.

VII. Financiar instalaciones y servicios turísticos de interés sociocultural fomentando de manera especial la creación de empresas de propiedad social, apoyando para ello a las organizaciones de trabajadores, ejidos, comunidades indígenas y cooperativas.

VIII. Promover el turismo sociocultural favoreciendo la participación conjunta de los empresarios y los trabajadores apoyando creativamente a las organizaciones de los trabajadores para ampliar y establecer centros de recreación para el uso de los propios trabajadores y familias.

IX. Contratar en forma directa, créditos exterior con instituciones gubernamentales, tergubernamentales o privadas, previa aprobación y de conformidad con las disposiciones dictadas en su caso, la Secretaría de Hacienda Crédito Público, apendados a lo establecido en la Ley General de Deuda Pública.

X. Efectuar operaciones y prestar servicios acordados con la función crediticia del Banco, y las modalidades que autorice la Secretaría Hacienda y Crédito Público.

XI. Emitir, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, toda clase de títulos de crédito en serie, dentro del país, moneda nacional y fuera del país en moneda nacional o extranjera; títulos que se registren conforme a las disposiciones de esta Ley y de la Ley General de Deuda Pública. Asimismo emitir, su calidad de fiduciario, toda clase de certificados de participación mobiliarios o inmobiliarios según que los bienes fideicomitidos, materia la emisión, sean muebles o inmuebles, y expón bonos turísticos, previa autorización de la Comisión Nacional de Valores.

XII. Tomar a su cargo o garantizar emisiones de valores y de títulos de crédito en serie emitidos o garantizados por las entidades de Administración Pública Federal, del Distrito Federal, de los Estados y de los municipios, y que emita el propio Banco en el ejercicio de atribuciones fiduciarias, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

XIII. Adquirir toda clase de bienes inmuebles que le sean permitidos de conformidad con la fracción V del Artículo 27 Constitucion

XIV. Suscribir y conservar acciones y participaciones de intereses en empresas, sociedades y acciones mercantiles, tanto dentro del propio turismo como en empresas dedicadas a actividades conexas al mismo.

XV. Promover la organización, transición o fusión de toda clase de empresas o sociedades mercantiles que se encuentren en riesgo o que contribuyan al desenvolvimiento de la actividad turística.

No se concederán, en ninguna circunstancia, créditos a empresas con mayoría de capital extranjero en su capital social.

**ARTICULO 6o.** El Banco será administrado por un Consejo de Administración.

ARTICULO 70. El Consejo de Administración estará integrado por el número de consejeros propietarios y suplentes que determine la Asamblea General de Accionistas, el que en ningún caso podrá exceder de 21 ni ser menor a 13.

ARTICULO 80. El Secretario de Turismo será el Presidente del Consejo. El Gobierno designará a la mayoría de los miembros propietarios y suplentes del Consejo de Administración.

Los accionistas de las series "B", "C" y "D", designarán por mayoría de votos a los restantes 6 a 10 consejeros, según sea el caso.

ARTICULO 90. El Consejo de Administración se reunirá por lo menos una vez al mes y funcionará válidamente con la asistencia de más de la mitad de los consejeros. Serán los miembros presente quienes tomen las resoluciones por mayoría simple de votos, teniendo el Presidente voto de calidad en caso de empate.

ARTICULO 10. El Consejo de Administración tendrá amplias facultades para administrar los negocios de la institución, podrá llevar a cabo todos los actos que fueren necesarios conforme a su naturaleza y objeto y en consecuencia podrá:

I. Aprobar el programa de actividades, el programa financiero y el presupuesto de la institución;

II. Representar legalmente a la institución en todos los actos judiciales y administrativos, con facultades de dominio, administración, pleitos y cobranzas y para suscribir títulos de crédito, incluyendo las facultades que conforme a la Ley vigente requieran cláusula especial, las que delegará en los términos de la presente Ley, en favor del Director General o comisiones o comités que establezca. También estará facultado para otorgar poderes generales y especiales con todas las facultades, aun conforme a las que la Ley requieran cláusula especial, revocarlos y substituirlos;

III. Autorizar los programas de adquisición y enajenación de bienes muebles y autorizar las operaciones con inmuebles, en los términos previstos por la Ley;

IV. Establecer y suprimir, previas las autorizaciones respectivas, sucursales y agencias del Banco en cualquier lugar de la República y del extranjero;

V. Delegar algunas de las facultades en comités o comisiones de su seno o en el Director General, señalando las normas para que las ejerzan en las ramas de la actividad económica correspondiente;

VI. Aprobar los reglamentos interiores y el tabulador de sueldos de la Institución;

VII. Aprobar las solicitudes y condiciones de suscripción de acciones representativas del capital autorizado, para proponerlas a la Asamblea de Accionistas.

VIII. Cuidar de la ejecución de los acuerdos que dicte la Asamblea General de Accionistas.

IX. Aprobar la emisión de títulos de crédito, an masa y en serie;

X. Nombrar y remover al Secretario del Consejo y a los Delegados Fiduciarios;

XI. Desempeñar todas las atribuciones comprendidas en el objeto de la sociedad y que no figuren expresamente reservadas por esta Ley o por los estatutos, a la Asamblea General de Accionistas;

XII. Realizar las demás que requiera para el cumplimiento de las anteriores y en general, del objeto de la institución.

ARTICULO 11.— Dentro de un plazo de tres días hábiles contados a partir de la fecha en que reciba la comunicación respectiva, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público podrá vetar las resoluciones de la Asamblea General de Accionistas o del Consejo de Administración, cuando considere que pongan en peligro la estabilidad financiera o el prestigio de la Institución, o bien, que sean contrarias a la política monetaria o crediticia del Gobierno Federal.

Transcurrido dicho plazo sin que se haga manifestación alguna, las resoluciones podrán llevarse a la práctica.

ARTICULO 12.— El Director General, será designado por el Presidente de la República y tendrá las siguientes facultades:

I. Llevar la firma social,

II. Representar legalmente a la institución y en el desempeño de su cargo gozará de las más amplias facultades de un mandatario general para actos de administración, de dominio y para pleitos y cobranzas, inclusive aquellas que requieran cláusula especial conforme a la Ley, en los términos del artículo 2554 del Código Civil para el Distrito Federal, incluyendo la facultad para suscribir títulos de crédito en cualquier concepto. Podrá presentar denuncias y querrelas penales, otorgar perdón y desistirse del amparo.

Podrá asimismo sustituir total o parcialmente estos poderes y revocarlos, excepción hecha de las facultades de dominio, para lo que requiere autorización expresa del Consejo de Administración;

III. Administrar los bienes y negocios del Banco, cobrar los conventos y ejecutar los actos que requiera la marcha ordinaria de la Institución;

IV. Ejecutar las resoluciones del Consejo y en su caso, de los Comités del Consejo de Administración que así lo requieran y tendrá además el carácter de Delegado Fiduciario General;

V. Establecer y organizar las oficinas del Banco y nombrar y remover en su caso a los funcionarios y empleados en los términos autorizados por el Consejo de Administración;

VI. Participar en las sesiones del Consejo, con voz pero sin voto;

VII. Ejercer las demás que la Asamblea de Accionistas o el Consejo de Administración le asignen.

**ARTICULO 13.**—La vigilancia del Banco estará a cargo de un Comisario propietario y un suplente que designarán en votación conjunta los accionistas de las series "A" y "D"; así como de un Comisario propietario y un suplente que designarán en votación conjunta los accionistas de las series "B" y "C".

**ARTICULO 14.**—La escritura constitutiva determinará las reglas a que deberán sujetarse: las emisiones de valores y de títulos de crédito en serie, la convocatoria y funcionamiento de las Asambleas, la disolución y liquidación de la sociedad, así como las normas que rijan otros aspectos del funcionamiento del Banco.

**ARTICULO 15.**—En todo lo no previsto por esta Ley, regirán las disposiciones contenidas en la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y, en su caso, las de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

#### TRANSITORIOS

**ARTICULO PRIMERO.**—Esta ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**ARTICULO SEGUNDO.**—Durante el inicio de las actividades del Banco Nacional de Turismo, S. A., y en tanto sea necesario para el desarrollo integral de sus operaciones, el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S. A. y Nacional Financiera, S. A., apoyarán mediante su propia infraestructura y con el otorgamiento de recursos crediticios el funcionamiento de esta nueva institución bancaria.

México, D.F., 29 de diciembre de 1961.—Mariano Antonio Aguilar Cortés, D.F.—Blas Cuauacero Sánchez, S.P.—Silvio Lagos Martínez, D.E.—León León Aponte, S.S.—Rúbricas".

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y para su debido cumplimiento y observancia, expido el presente Decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la ciudad de México, Distrito Federal, a los veintinueve días del mes de diciembre de mil

novecientos ochenta y uno.—José López Portillo.—Rúbrica.—La Secretaría de Turismo, Ros Luz Asegura.—Rúbrica.—El Secretario de Hacienda y Crédito Público, David Ibarra Muñoz.—Rúbrica.—El Secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana.—Rúbrica.

## SECCION DE AVISOS

### Avisos Generales

S. W. DE MEXICO, S. A.

#### AVISO

En cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 90. de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se hace saber que la asamblea general extraordinaria de accionistas de S. W. de México Sociedad Anónima, celebrada el 30 de septiembre de 1961, acordó reducir el capital social en la cantidad de \$3,000,000.00 (TRES MILLONES DE PESOS 00/100 M. N.), para quedar fijado en lo sucesivo con la suma de \$1,000,000.00 (UN MILLON DE PESOS 00/100 M. N.).

Ing. Hector Spencer Arenas,  
Director General.

8, 18 y 28 enero. (R.—3092)

### GRUPO INDUSTRIAL BALDER, S. A.

#### AVISO

Los Accionistas de "GRUPO INDUSTRIAL BALDER" S. A., en Asamblea General Extraordinaria celebrada el día 22 de Octubre de 1961 acordaron cambiar la denominación de la Sociedad de "Grupo Industrial Balder", por la "BALDER EDIFICACIONES", así como transformarlos de S. A. a S. A. DE C. V. para cambiar el nombre de "BALDER EDIFICACIONES", S. DE C. V., y disminuir el capital social de la suma de \$10,000,000.00 a la suma de \$5,000,000.00 sin derecho a retiro.

Se hace saber lo anterior, para los efectos de los Artículos 90., 223 y 228 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

México, D. F., a 11 de diciembre de 1961

Ing. Gustavo Roberto Fernández Díaz de Icaza  
28 diciembre; 8 y 18 enero (11.—



EMPRESAS MEXICANAS CON PARTICIPACION DE CAPITAL MAJORITARIAMENTE EXTRANJERO

1978

Nombre de la empresa	Capital social (en miles de dólares)	% de Participación Extranjera	Principal inversionista	Nacionalidad
<u>Hoteles y hoteles</u>				
Comercial Hotelera, S.A.	125,000	99.80	Autemar Padilla y Rodríguez	Belgiana
Centro Real, S.A.	115,000	5.00	Western International Hotels	Estadounidense
Impulsora de Resecondero, S.A.	69,830	99.99	Club Pierre Marquis, S. A.	De Bélgica
CJA, Hotelera de Oaxtala para, SA	40,000	2.50	American African Finance Corp.	Suecisa
Hotel Alameda	38,500	-03	José Bravo Davila	Española
Hoteles Costa Alegre, S.A. de CV	38,000	10.08	Fonudas de México, S.A. de C.V.	Estadounidense
Hoteles y Condominios, S.A.	30,000	3.33	American African Finance Corp.	Suecisa
Hoteles Camino Real, S. A.	25,000	46.58	Western International Hotels	Estadounidense
Hotelera Heratión, S.A. de C.V.	22,000	6.81	Fonudas de México, S.A. de C.V.	Estadounidense
Explozadora Royal Iris de Tijuana, S. en C. Por A.C. V.	20,000	15.00	Fotela Investment Company	Canadiense
Hotel Cabo del Sol, S.A.	19,000	48.94	Solid State Corp.	Estadounidense
Villa del Caribe, S.A. de C.V.	16,500	12.61	Thomas y Marilyn Field	Estadounidense
Cabo San Lucas, S.A.	15,890	100.00	Global Exploration & Mining Co.	Panameña
Reservas de México, S.A. de C.V.	15,456	100.00	Iris of the Americas Inc.	Estadounidense
Vacacionistas Internacionales, S.A. de C.V.	11,250	49.00	Vacation Internationale Ltd.	Estadounidense
San Miguel Regla, S.A. de C.V.	9,700	99.65	Bassona, S.A.	Panameña
Quecabra Abanaí, S.A. de C.V.	9,000	13.80	Forward Nec Fadden	Estadounidense
Hotel Playa Condessa, S.A. de C.V.	8,142	100.00	Flagship International Inc.	Estadounidense
Quecabra El Green, S.A. de C.V.	8,000	49.00	Clymore Corporation	Panameña
Reservas La Quinta Colonial, S.A.	7,532	48.99	Lucy Croo de Hancock	Estadounidense
C S I, S.A. de C.V.	6,359	94.35	Cruceviere Services International, S.A.	Panameña
Hotel Finiserra, S.A.	6,006	44.95	Alberto Rivera, Walter Eberhardt	Estadounidense
Técnica Hotelera de Acapulco, S.A.	5,000	62.50	Sheldon Wilson	Estadounidense
Resco Mex, S.A. de C.V.	3,750	69.50	Banco Inc.	Estadounidense
Corza Blanca, S.A.	2,500	100.00	Thomas Alexander, Robert Higgins	Estadounidense

Estado de la Empresa	Capital Social (mil millones de dólares)	% de Participación de la Empresa	Principal Inversorista	Nacionalidad
Avilas, S.A.	2,500	93.32	Sommat Volk	Estadounidense
Hilton Hotels International de México, S.A.	2,427	100.00	Hilton International Co.	Estadounidense
Rotosey de México, S.A.	2,200	97.63	International Management Consultants	Estadounidense
Operadora Mexicana de Hoteles, S.A.	2,000	49.00	Flaphip International Inc.	Estadounidense
Villa Montaña, S.A.	2,000	49.00	Philippe Henri de Polinet	Francesa
Kismet, S.A.	2,000	99.80	Reva Teacoe, S.A. de C.V.	Estadounidense
Recreo Sheraton, S.A. de C.V.	2,000	59.80	Sheraton International Inc.	Estadounidense
Industrias Turísticas de Mazat- lán, S.A.	1,500	45.00	Alfredo Puchi Hijar	Estadounidense
Holiday Inn Mexicana, S.A.	1,375	99.97	Holiday Inn Inc.	Estadounidense
Hilton de Zapicho, S.A. de C.V.	1,250	99.99	Conrad N. Hilton	Estadounidense
Hotel Twin Dolphin, S.A. de C.V.	1,100	98.07	Twin Dolphin Inc.	Estadounidense
Reclara Bahía de las Palmas, S.A.	1,100	95.90	David Randall	Estadounidense
Inversiones del Golfo de Cali- fornia, S.A. de C.V.	1,075	100.00	Stuart Bartleson y Robert Dan- tley	Canadiense
Marrict Mexicana, S.A. de C.V.	1,000	100.00	Marrict Corporation	Estadounidense
Restaurante Casapollita, S.A.	1,000	100.00	Buffalo Bill & Steak Village	Estadounidense
Canadian Pacific Hotels	1,000	100.00	Canadian Pacific Hotels Ltd.	Canadiense
Reclera Melba Puerto, S.A.	750	65.00	Nelia International Hotels, SA	Paraguaya
San José del Tajo	650	99.23	Harold Fineburg	Estadounidense
Reclera Monterrey, S.A. de C.V.	625	100.00	Rosada Inns Inc.	Estadounidense
Hoteles Braniff International, S.A. de C.V.	600	100.00	Braniff International Hotels	Estadounidense
Rosadas de Monterrey, SA de C.V.	600	100.00	Rosadas de México, S.A. de CV	Estadounidense
Operadora Hilton, S.A. de C.V.	400	100.00	Hilton of Panama, S.A.	Panamense
Hilton de Guadalupe, S.A. de C.V.	400	100.00	Hilton of Panama, S.A.	Panamense
Rea de México, S.A. de C.V.	375	99.99	The Austin Company Inc. Kemp grounds of America Inc	Estadounidense
Proveedurías Turísticas Mar de Cortez, S.A. de C.V.	296	48.98	Harry Bartleson	Estadounidense
Hotel Hacienda Jalisco, S.A. de C.V.	253	98.41	Johanna Anticuetta de Kentzer	Estadounidense

Nombre de la empresa	Capital social (millones de dólares)	% de participación Extranjera	Principal Inversionista	Nacional
Ingeniería Costa de Oro, S.A. de C.V.	100	100.00	R. B. Gooden Securities Co.	Estadouni- Estadouni-
Travelodge, S.A. de C.V.	100	100.00	Travelodge International Inc.	Estadouni-
Hotelera Playa Turista, S.A. de C.V.	100	100.00	Playalip International Inc.	Estadouni-
Seavitor, S.A. de C.V.	100	100.00	Playalip International Inc.	Estadouni-
Princess Hotels de México, S.A. de C.V.	25	84.00	Princess Properties Interna- tional Inc.	Británico
Ranada México, S.A. de C.V.	25	100.00	Ranada International Inc.	Estadouni-
Servicios Hoteleros de México, S.A. de C.V.	25	88.00	Hyatt International Corp.	Estadouni-
Ranada Inns, S.A.	25	100.00	Ranada Inns Inc.	Estadouni-
<b>ALQUILER DE AUTOMÓVILES</b>				
Volvoagen Rent, S.A.*	16,000	99.98	Avis Rent -A- Car System Inc	Estadouni-
Avis de México, S.A. de C.V.	12,043	94.83	GM in Automaile Rental Corp.	Estadouni-
GM in Rent a Car, S.A.	10,000	99.98	Hertz International Ltd.	Estadouni-
Hertz de México, S.A. de C.V.	4,000	100.00	budget Rent a Car Corp. of Australia	Estadouni-
Budget, S.A.	2,075	88.00		
Grupo Nacional de Arrenda- miento, S.A.	2,000	49.00	California Truck Car Line Inc.	Estadouni-
Autos Rental, S.A. de C.V.	25	100.00	Pasadas de México, S.A. de C.V.	Estadouni-
National Car Rental System de México, S.A. de C.V.	25	100.00	National Car Rental System Inc.	Estadouni-

\* Con fecha 27 de febrero de 1974 la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras autorizó la fusión de Volvoagen Rent, S.A. con GM Rent a Car, S.A., designándose la primera.

AGENCIAS DE TURISMO Y VIAJES

Centro la Paz, S.A.	31,000	25.00	Asela Compañía de Inver- siones, S.A.	Lusemburgo
Bahía del Hincón, S.A. de C.V. Auto-Tren de México, S.A.	14,107 10,000	100.00 24.00	Bahía de Baja Sur, S.A. Auto Train Corp.; Potter International Co.	Estadouni. Estadouni.
T.D.S. de C. por A. de C.V.	7,500	98.50	Twin Dolphin Hotel Part- nership	Estadouni.
Hacienda del Hincón, S.A. de C.V. Cartopostación Comax, S.A.	4,631 3,000	100.00 90.00	Hacienda de Baja Sur, S.A. Paul Compad	Estadouni. Estadouni.
Viajes Nollia, S.A.	2,000	49.00	Viajes Nollia, S.A.	España
America Express Company -Mexico- Constructores Pioneros de México	1,750 1,250	100.00 55.20	America Express Company Joseph H. Hartger; Jack Spine	Estadouni. Estadouni.
Texas International Airlines de México, S.A. de C.V.	1,000	99.98	Texas International Airlines	Estadouni.
Roberto de Baja, S.A.	1,000	40.00	Lois Gilliland de Guinell	Estadouni.
Promotora Internacional Mayorista	1,000	49.00	Alain Berce Chabert Rollot	Francia
Frontier Airlines de México, S.A.	1,000	49.00	Frontier Airlines Inc.	Estadouni.
Exprinter de México, S.A.	1,000	24.00	Exprinter Uruguay de Turiz- mo, S.A.	Uruguay
Wagon Lits Mexicana, S.A.	1,000	99.70	Cto. Internationale des Wagon-lits et de Tourisme	Bélgica
Panapina Transportes Mundiales	1,000	100.00	Panapina Wairtransport, A.G.	Suiza
Viajes Kooni de México, S.A.	1,000	90.00	Busoni Travel Ltd.	Estadouni.
America Airlines de México, S.A.	1,000	100.00	American Airlines Inc.	Estadouni.
Turismo Transatlántico-Globetrottern- S.A. de C.V.	900	51.00	Turismo de México, S.A.	Estadouni.
Pan American Airways de México	750	99.60	Pan American World Airlines	Estadouni.
Agencias Generales Harfjims, S.A.	600	100.00	Asesoría Empresarial, S.A.	Estadouni.
Japan Airlines de México, S.A. de C.V.	600	91.66	Japan Air Lines Co. Ltd.	Japón
Alitalia de México, S.A.	600	25.00	Alitalia Linea Aerea Italia, S. P. A.	Italia
Costasol, S.A. de C.V.	600	60.83	Christopher Murray Stewart	Estadouni.
Organización Mexicana de Viajes y Excursiones, S.A.	600	60.00	Rafilo Jimenez Pascual	España



Kentucky Fried Chicken de México, S.A. de C.V.	5,922.8	48.99	Kentucky Fried Chicken Corp.	Estados Unidos
Estadero de México, S.A. de C.V.	5,000	49.00	Sociedad Inver Inver	Alemania
Dunlop Pape, S.A. de C.V.	5,000	100.00	Forral, S.A.	Francia
Restaurantes Sandoz, S.A.	4,300	43.60	Sandoz Limited	Japón
Restaurante de Baja California, S.A.	3,750	99.94	Redita Res Base	Estados Unidos
Restaurantes Polinvest, S.A. de C.V.	3,600	5.90	John G. DeLeon Trustee	Estados Unidos
Restaurantes Gloria, S.A.	3,000	9.40	David Hochman	Estados Unidos
Impulsora Turismo, S.A.	3,000	50.00	José Luis Ruiz del P. Solares	España
Restaurante Saucy's, S.A. de C.V.	2,500	3.20	David Free; Peter Funt; Christl van Lynn Brooks	Estados Unidos
Bolsa-Ara, S.A.	2,025	50.00	Consejeros	Canadá
Cocino de 1 Aire, S.A.	2,000	100.00	Interamericana Servicios, Ltd.	Canadá
Restaurante Suter's Pizzeria, S.A. de C.V.	2,000	1.60	Interamericana Servicios, Ltd.	Canadá
Pizza Hut del Distrito, S.A. de C.V.	1,687.5	100.00	Andrews Milling	Canadá
Empresas del Caribe, S.A.	1,000	99.00	Pizza Hut Inc.	Estados Unidos
Clb. Operadora de Restaurantes y Cafeterías, S.A.	1,000	95.00	Representaciones del Caribe, S.A.	Venezuela
Baldano de México, S.A.	1,000	100.00	Interamericana Servicios Ltd.	Canadá
Operadora Suter's Pizzeria, S.A. de C.V.	1,000	10.00	Yonibana of Tokio, Inc.	Estados Unidos
Baldan, S.A.	1,000	49.00	David Jones	Estados Unidos
Orange Milling de México, S.A.	625	100.00	Dunay's, S.A. de C.V.	Estados Unidos
El Rencoso de Vallarta, S.A. de C.V.	600	45.00	Orange Milling of America Inc.	Estados Unidos
Dunay's B. II S.A.	600	100.00	Alton Paper; Alton Papper Press Paper	Canadá
Osari-heat, S.A. de C.V.	600	100.00	Dunay's, S.A. de C.V.	Estados Unidos
Empresas del Caribe de Acapulco, S.A.	500	99.20	Papier Candy Company	Estados Unidos
Carnicos del Mex. S.A.	500	98.40	Empresas del Caribe, S.A.	Venezuela
Dunay's B. 15, S.A.	400	100.00	Richard Kautzner; David O'Conner	Estados Unidos
Dunay's B. 5, S.A.	400	100.00	James Milling	Estados Unidos
Dunay's B. 8, S.A.	400	100.00	Dunay's, S.A. de C.V.	Estados Unidos
Carib, S.A.	200	49.00	Dunay's, S.A. de C.V.	Estados Unidos
Restaurante de Colombia, S.A.	200	98.00	R.D., S.A. (Dunay's, S.A. de C.V.)	Estados Unidos
Restaurante de Cuba, S.A.	200	98.00	Kentucky Fried Chicken de México, S.A. de C.V.	Estados Unidos
Escalibar, S.A. de C.V.	200	99.97	Kentucky Fried Chicken de México, S.A. de C.V.	Estados Unidos
			The Pizza Inn Inc.	Estados Unidos

Confiscatorio Mireno, S.A. de C.V.	150	39.00	Compañía Pacific Hotels (México) S.A. de C.V.	Canadiense
Pizza Hut de San Angel, S.A. de C.V.	125	100.00	Pizza Hut del Distrito, S.A. de C.V.*	Estadounidense
Pizza Hut de Guadaluajara, S.A. de C.V.	125	100.00	Pizza Hut del Distrito, S.A. de C.V.*	Estadounidense
Pizza Hut de Monterrey, S.A. de C.V.	125	100.00	Pizza Hut del Distrito, S.A. de C.V.*	Estadounidense
Pizza Hut de Saltillo, S.A. de C.V.	125	100.00	Pizza Hut del Distrito, S.A. de C.V.*	Estadounidense

ESQUEMA DE INTEGRACION TURISTICA EN MEXICO

