Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx www.derecho.unam.mx

ACTUALIDADES Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN MÉXICO *

Lic. Pedro Joaquín Coldwell **

Agradezco el honor que se me ha conferido, al invitarme a participar en el seno de la prestigiada Facultad de Derecho, para exponer ante ustedes nuestra visión de las "Actualidades y Perspectivas del Turismo en México".

El turismo como el desplazamiento voluntario del hombre a un sitio distinto de su lugar de residencia o de trabajo con fines de recreación o esparcimiento.

La esencia de la acción de hacer turismo, exige, como condición básica, independencia y libertad. La *decisión del viaje es, fundamentalmente*, un producto del libre ejercicio de la voluntad de un individuo o de un conjunto de individuos, y la posibilidad de ejercer estas acciones requiere, en primer término, de un contexto de libre tránsito en su propio país y hacia otras naciones.

El turismo, como fenómeno económico y social, es un producto típico de la segunda mitad del siglo XX, en el cuál se conjuntan dos factores fundamentales: las sociedades de mayor desarrollo relativo producen un tipo de hombre nuevo, cuya actividad no se limita al trabajo y a la subsistencia; sino que es un hombre que goza ya de tiempo libre y percibe un nivel de retribución por su trabajo, *mayor del necesario* para alimentarse, vestirse y tener un techo; es un hombre con ingreso económico disponible.

El tiempo libre e ingreso disponible, son los dos elementos que configuran la posibilidad del fenómeno turístico.

Pero existe un tercer elemento, de carácter *tecnológico; la revolución* de los medios de transporte, especialmente el transporte aéreo, cuya tec-

* Conferencia Magistral. Auditorio "Jus Semper Loquitur", Facultad de Derecho, UNAM, 25 de mayo de 1992.

** Secretario de Turismo.

nología recibió un impulso gigantesco durante la Segunda Guerra Mundial, generando posteriormente la aparición del avión jet comercial.

Por otra parte, de las amargas cenizas de la Segunda Guerra Mundial, surge fortalecida la libertad. La derrota del totalitarismo nazifacista es la victoria de las sociedades democráticas y la coalición mundial de los aliados, triunfando sobre el eje nazifacista.

La Convención de Chicago, posterior a la Segunda Guerra Mundial, establece de manera definitiva las reglas del transporte aéreo internacional, como consenso de todas las naciones del planeta. La convención de Varsovia define la esencia del contrato de transporte aéreo y establece un modelo jurídico equivalente para todos los países del mundo.

Estos dos hechos, de naturaleza social y jurídica, son la base legal sobre la cual se desarrolla el espectacular crecimiento de la aviación civil internacional, la que en nuestros días, es uno de los elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística.

El turismo como debiera se ha convertido en uno de los grandes fenómenos de nuestro tiempo. Según cálculos de la Organización Mundial de Turismo, durante 1991 se registraron 450 millones de personas realizando viajes, que generaron un volumen de ingresos a nivel mundial de 278 mil millones de dólares. Ello, a pesar de la Guerra del Golfo Pérsico y la recesión económica en los principales países emisores de turistas.

Citando a la misma fuente, las aportaciones del turismo a la economía mundial equivalen al 12 por ciento del producto nacional bruto del mundo, representan el 15 por ciento de las ventas efectuadas por el sector de los servicios a nivel internacional. Además, constituye una de las mayores fuentes de empleo en la mayoría de los países, ocupando a 101 millones de personas, lo que supone que 1 de cada 16 trabajadores se dedica a la actividad turística. Representa el turismo casi el 7 por ciento de la inversión de capital que se efectúa en el mundo y aporta a los erarios públicos unos 166 mil millones de dólares en concepto de impuestos.

Durante 1989, el 8.8 por ciento del comercio exterior realizado en bienes y servicios correspondió al turismo, que hoy forma una de las tres primeras partidas del comercio internacional, junto con el petróleo y la industria automotriz.

Las previsiones de la misma organización, estiman que para el año 2000, el mundo registra 637 millones de viajeros cuya derrama en la economía internacional será de 627 mil millones de dólares.

Para el caso de nuestro país, el turismo representa hoy uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional.

Durante 1991, participó con el 7 por ciento del producto interno bruto y el personal ocupado en esta actividad ascendió a 2 millones de mexicanos. México recibió a 6.5 millones de visitantes extranjeros que dejaron divisas por 3.8 millones de dólares, contribuyendo a mantener la balanza turística con un superávit de casi 2 mil millones de dólares. Con esta aportación del sector a la economía nacional, se podría financiar el 46 por ciento de la importación de los bienes de capital, que requiere el país.

Además se movilizaron 37.4 millones de viajeros nacionales, cuya derrama en gastos ascendió a 23.8 billones de pesos, manteniendo un 55 por ciento de ocupación de nuestra planta hotelera, clasificada ya en el séptimo lugar mundial y el segundo en el Continente Americano.

El presidente Carlos Salinas de Gortari ha declarado al turismo como una actividad prioritaria de la economía nacional, porque está comprobada su capacidad para generar empleos productivos y bien remunerados, para aportar las divisas necesarias al financiamiento del desarrollo y por su contribución al equilibrio regional a través de sus inversiones en determinadas zonas geográficas del país. El turismo ha dejado de ser una actividad frívola y practicada sólo por las élites, para convertirse en una eficaz herramienta del desarrollo nacional.

Deseo explicarles cuáles son las políticas fundamentales en las que se sustenta el sector turístico, así como el grado de avance que registramos en nuestros programas.

Los cuatro ejes de la política turística del Gobierno Federal son:

1. El cambio estructural en el sector de las comunicaciones y transportes. 2. La reorganización y el incremento de la promoción y publicidad turística. 3. El fomento de la inversión privada para mejorar la oferta turística del país y darle mayor diversidad y, 4. Adopción del concepto de calidad total en los destinos turísticos de México.

En materia de comunicaciones y transportes, comenzamos por cancelar los distintos puntos de vista que separaban a este sector del propiamente turístico, para reconocer que el turismo debe estar sustentando en un sistema de transporte aéreo suficiente y competitivo y en una red carretera eficiente, moderna y segura.

El Convenio Bilateral de Transporte Aéreo que firmamos hace unos cuantos meses con los Estados Unidos, es el más abierto en la historia de nuestros dos países; en él, se sustituyó el sistema de asignación recíproca de rutas por un sistema de oferta global de aeropuertos internacionales a ambos lados de la frontera, entre los que las líneas aéreas de los dos países pueden volar sin restricciones de frecuencia, tarifa o número de asientos, permitiéndose la doble designación de líneas aéreas mexicanas o norteamericanas en rutas cuya demanda lo requiera.

Aeroméxico y Mexicana han modernizado su flota y ampliado sus servicios y mercados, ocupando ya los más elevados índices internacionales en eficiencia, puntualidad, seguridad y comodidad.

Como consecuencia de la liberalización del régimen de concesiones y permisos, se ha multiplicado considerablemente el número de empresas aéreas regionales que suman 18 aerolíneas, las cuales operan modernos equipos jet y turbohélice.

Asimismo, se derogaron todos los obstáculos que se oponían al desarrollo de vuelos de fletamento nacionales e internacionales lográndose que el volumen internacional de este tipo de vuelos se cuadruplicara. Se formaron líneas aéreas mexicanas especializadas en vuelos de fletamento como Taesa, Aerocancún, Mexicana Charters y recientemente Aeromextours. Se produjo el fenómeno del charter nacional con singular eficacia en la creación de un nuevo mercado de viajes aéreos de tarifas reducidas.

La desreglamentación del transporte aéreo ha propiciado un clima de intensa competencia entre líneas aéreas, que genera muchas y más variadas opciones para el consumidor. Por ello, aún en un año de recesión económica como el de 1991, el número de viajeros aéreos a los centros turísticos mexicanos creció en un 7 por ciento, aumentando el número de viajeros nacionales en un 8.2 por ciento y el de internacionales en un 6.7 por ciento con respecto al año anterior.

Si bien es cierto que en algunos destinos turísticos de playas de México, aún se requiere de una mayor oferta de asientos de avión, el hecho real es que, en el periodo 1988-1991, la oferta total de asientos aéreos a los destinos turísticos de México ha crecido en promedio de un 48 por ciento; correspondiendo un 52 por ciento a vuelos nacionales y un 37 por ciento a vuelos internacionales. La evolución de la oferta de asientos hacia México ha significado un incremento del 29 por ciento de los vuelos procedentes de América del Norte, 42 por ciento desde Europa y 35 por ciento de América Latina.

En materia de transporte terrestre, el gobierno del presidente Salinas de Gortari ha iniciado el programa de autopistas más importantes en la historia del país. Se están construyendo 4 mil kilómetros de nuevas autopistas de cuatro carriles, lo cual significa el doble de lo construido en los veinticinco años anteriores.

Muchas de estas carreteras poseen una enorme vocación turística, como las de la ciudad de México-Acapulco; San José-Cabo San Lucas; Nogales-Guaymas-Culiacán-Mazatlán; Mérida-Cancún; Nuevo Laredo-Monterrey; Guadalajara-Manzanillo; Reynosa-Monterrey, Plan de Barrancas y Tepic-San Blas.

Se ha desreglamentado el transporte terrestre de pasajeros, creándose el concepto de autotransporte exclusivo de turismo en varias modalidades. Con ello, se logró poner fin a monopolios surgidos al amparo del viejo Sistema de Concesiones Exclusivas, que habían deteriorado considerablemente la calidad del transporte turístico en México.

Como resultado, han nacido nuevas empresas de autotransporte y otras ya existentes que operan con autobuses de lujo, servicios plus y ejecutivos que han ido obteniendo la preferencia del público mexicano y han sido bien recibidos por la prensa especializada en el extranjero.

En el campo internacional, las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Turismo de México, firmamos un convenio con el departamento de transporte de los Estados Unidos, estableciendo, por primera vez en la historia de nuestros dos países, permisos para que autobuses fletados (charters) de aquel país penetren a México y lo recorran sin tener que cambiar a autobuses mexicanos al cruzar la frontera. A esta acción trascendental, han seguido reglas migratorias, aduanales y de seguros, que facilitan y permiten este tipo de tráfico turísticos carretero hacia México.

Ello hace prever para 1993 la apertura de un gran mercado hacia nuestros destinos, basados en las negociaciones establecidas con la National Tour Association, la United Bus Owners of America y la American Bus Association.

El segundo eje de la política turística de México se enfocó a una profunda reorganización de las estrategias de promoción y publicidad.

Los largos y difíciles años de la crisis económica pasada, provocaron un serio deterioro del monto de dinero destinado a la publicidad de la imagen turística de México.

Sin embargo, una de las decisiones fundamentales del presidente Salinas en este campo, fue el restituir la capacidad publicitaria del México

turístico. En el presente año, Sectur invertirá alrededor de 57 millones de dólares (americanos) en publicidad institucional, lo cual representa un 283 por ciento de incremento, con respecto al presupuesto de 1988.

Esto ha permitido cubrir las necesidades de difusión en Norteamérica; ampliar la publicidad en Canadá, reanudar campañas en Europa y proveer de material publicitario a nuestros clientes de América Latina, además de intensificar las campañas nacionales. México fue uno de los pocos países del mundo que no retrocedió en materia de ingresos por turismo en el año difícil de 1991, en el cual la Guerra del Golfo Pérsico y la recesión americana tuvieron un efecto devastador en los destinos turísticos mundiales.

Mucho de ello se debió a las campañas emergentes lanzadas por Sectur en los momentos más críticos del doble impacto negativo de carácter *bélico* y *económico*.

Por otra parte, la imagen de las playas de México turístico se mantuvo en los mercados tradicionales, pero se rediseñó la imagen global de nuestro país atendiendo a toda nuestra variedad de climas, playas, ciudades coloniales, joyas arqueológicas, grandes ciudades, regiones de especial atractivo ecológico, gastronomía, música, moda, costumbre y herencia cultural, en lo que destacó la gran exposición itinerante de 30 Siglos de Esplendor Cultural de México presentada en Nueva York, San Antonio y Los Ángeles.

La mejor publicidad es la que se realiza en el luyar donde se prestan los servicios. Si el turista regresa a su lugar de origen con malas experiencias nunca volverá, pero si tuvo ocasión de apreciar los verdaderos valores de México y de los mexicanos, él será nuestro mejor propagandista, difundirá sus gratas experiencias y se convertirá en un entrañable amigo de este país *bello* y *misterioso*.

Dentro de un entorno internacional de oferta turística cada vez más segmentado y más preciso en sus productos, no consideramos suficiente cubrir sólo el nivel de múltiple imagen nacional, sino que atendimos un segundo nivel de publicidad de destinos específicos que dirigen su oferta a sus mercados naturales. Para ello, se crearon los fondos mixtos de publicidad en los que logramos un triple objetivo de descentralización de las estrategias publicitarias, concertación con los empresarios turísticos y autoridades locales y especialización tanto de la oferta por destino o región y modalidades de sus mercados naturales.

Contamos ya con 14 fondos mixtos que operan en los siguientes destinos turísticos: Acapulco, Puerto Vallarta, Cancún, Mazatlán, Ixtapa-

Zihuatanejo, Ciudad de México, Los Cabos, Veracruz, Mundo Maya, Cozumel, Tijuana, Rosarito, Ciudades Coloniales y La Paz. Durante 1991, estos fondos comprometieron recursos para la realización de sus campañas por un monto de 47 millones de dólares.

Este también es el sentido de la creación del tianguis especializado para compradores europeos que hemos denominado Eurobolsa, cuya primera edición en 1991, en la ciudad de Mérida, tuvo un gran éxito, aumentando la corriente de visitantes europeos, hacia nuestro país.

El tercer eje de la política turística de México es el fomento a la inversión privada, nacional y extranjera, para ampliar la superestructura turística y apoyar y consolidar la planta hotelera.

La hotelería mexicana es particularmente sólida y diversificada. En las últimas dos décadas ha crecido sistemáticamente, sin experimentar ninguna reducción anual, pasando de 4 765 establecimientos hoteleros, con 132 701 cuartos en 1970 a 8 234 hoteles con aproximadamente 340 mil cuartos en 1991, lo que representa un 260 por ciento de aumento en dos décadas.

Operan en el país más de 40 cadenas hoteleras nacionales y extranjeras, algunas producto de la fusión de operadores mexicanos y extranjeros.

Al lado de las grandes cadenas tenemos el orgullo de observar el desarrollo de un nuevo producto, el de los pequeños grandes hoteles, cuyo reducido número de cuartos es inversamente proporcional a la extraordinaria calidad de sus instalaciones y servicios.

Por su parte, la rica y variada oferta de la hotelería independiente representa la creatividad del empresario mexicano y recoge la tradición y el carácter hospitalario de las distintas regiones de México.

En apoyo a las nuevas inversiones internacionales o coinversiones con capital nacional, se reformó el Reglamento de Inversión Extranjera, aceptando ciento por ciento de inversión externa en empresas turísticas y libre repatriación de utilidades teniendo como resultado que en 1991 más de 855 millones de dólares de inversión proveniente del exterior se canalizará hacia el sector turismo, lo que equivale al 40 por ciento de la inversión extranjera, no financiera, que ingresó a México en ese lapso.

Hemos promovido la inversión en el nuevo concepto de megaproyectos, en los cuales, se liga el negocio hotelero con los bienes raíces y, de golpe, se ofrece al mercado tanto el establecimiento hotelero, como todos los subproductos turísticos: marinas, campos de golf, zonas comerciales, condominios, residencias, tiempo compartido, spa's, centros de convenciones y demás.

Los megaproyectos están diseñados para lograr un doble efecto: ofrecer un mayor número de atractivos al visitante y mayor rentabilidad para los inversionistas.

El concepto se concreta exitosamente. En Baja California se emplazan Real del Mar y Baja Mar. En Baja California Sur, a lo largo del corredor de Los Cabos, se construyen Palmillas, Cabo Real y Cabo del Sol.

El desarrollo de varios campos de golf permitirá que muy pronto cuente Los Cabos con los campos de golf más atractivos del mundo. En Mazatlán los grupos de inversión inician la construcción de la marina exterior y el puerto interior del estero del Sábalo.

En Nuevo Vallarta-Nayarit, en la propia costa de la hermosa Bahía de Banderas, muy cerca de Puerto Vallarta, surge un megaproyecto de gran calidad turística; en Jalisco se desarrolla Puerto Careyes; Acapulco Punta Diamante tiene ya hoteles de gran calidad en construcción como VIDAFEL y Camino Real; en Ixtapa-Zihuatanejo, se suman Marina Ixtapa, Punta Ixtapa y Azul Ixtapa en un explosivo renacer de la dinámica de este centro turístico.

En Huatulco ya se prevé el desarrollo de Puerto Chahue, en Cancún se suman tres megaproyectos: Puerto Cancún, Malecón Cancún (San Buenaventura) y Aoki-Ruinas del Rey, que representan la culminación de este exitoso centro turístico.

En el corredor Cancún-Tulum, crece Puerto Aventuras y se desarrolla Playa Car. Dentro del concepto de megaproyectos y volviendo al Pacífico, se construye el Puerto Marino Isla de Navidad muy cerca de Manzanillo.

Los cruceros han tenido en estos años un crecimiento extraordinario. Operan hacia puertos mexicanos 22 líneas marítimas que visitan nueve puertos turísticos de México, y sólo en 1991 recibimos 1 940 cruceros con 1 millón 630 mil visitantes, lo que representó un incremento de más del 30 por ciento con respecto a 1990.

El cuarto eje de la política turística, se basa en el concepto de calidad total, entendida no sólo como calidad en el transporte, alojamiento y servicios turísticos, sino también la calidad del entorno de todo el destino turístico, incluyendo la calidad de vida, servicios públicos, medio urbano y natural, preservación del patrimonio cultural, así como los elementos de seguridad al visitante.

El programa de calidad turística mexicana está poniendo especial énfasis para elevar los índices de higiene en el manejo de alimentos y bebidas de nuestros principales centros turísticos.

Para tal efecto, con el apoyo de la Comisión Nacional del Agua, del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos y de los propios gobiernos estatales, hemos puesto en marcha un ambicioso programa denominado "Agua Limpia", para mejorar los sistemas de potabilización del agua y la renovación de las plantas de tratamiento de aguas residuales.

Igualmente las Secretarías de Turismo y de Salud, trabajamos ya en la capacitación masiva de todas las personas que manejan alimentos y bebidas en 15 centros turísticos con el objeto de que México alcance en este aspecto el rango de país de excelencia sanitaria. Hemos impartido ya 154 cursos de manipulación higiénica de alimentos a 885 personas de nivel operativo, 600 de mandos medios y altos y a 133 capacitadores. En el transcurso del presente año, invertiremos 500 millones de pesos para aumentar la cobertura de capacitación higiénica.

En los últimos años los hoteleros mexicanos y el Gobierno destinaron cuantiosas inversiones a infraestructura y a la edificación de una de las plantas hoteleras más competitivas del mundo. La nueva estrategia mexicana del turismo declara ahora a la formación de recursos humanos tan importante como el equipamiento de los hoteles, porque sólo a través de una adecuada formación de recursos humanos, podemos elevar la calidad de nuestros servicios turísticos.

En lo que va de la administración del presidente Salinas, hemos impartido más de 1 500 cursos, para todos los subsectores de la actividad en todos los niveles y en ellos han participado cerca de 40 mil trabajadores que de esta manera han perfeccionado sus habilidades y reafirmaron su actitud de servicio.

La Secretaría de Turismo ha suscrito un Convenio de Colaboración con el Colegio Nacional de Educación Profesional. Técnica, CONALEP, que permitirá diseñar carreras en función del perfil del profesional técnico que requieran los empleadores turísticos, a través de una cuidadosa planeación y una estrecha comunicación con el sector productivo.

Ello permitirá prestar atención tanto a la formación en las aulas como a las prácticas supervisadas en las propias instalaciones turísticas, para generar técnicos en turismo totalmente compenetrados con el desenvolvimiento de cada uno de los negocios turísticos.

Los programas específicos de la Secretaría han asimilado el estrecho y necesario vínculo entre la calidad de un destino turístico y su protección ecológica. El Mundo Maya, por ejemplo, plantea la creación de circuitos ecoturísticos en las zonas donde se desarrollaron las culturas

maya y olmeca, que además de tener un importante patrimonio arqueológico, ofrecen grandes atractivos naturales y reservas ecológicas.

Con la participación de los empresarios turísticos de los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, además del concurso de las naciones vecinas de Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador, se ha avanzado en el diseño de los sistemas de información en el establecimiento de corredores y circuitos turísticos dentro del Mundo Maya.

La respuesta de las líneas aéreas ha sido muy positiva. A partir del anuncio del programa se han establecido 25 nuevos vuelos nacionales e internacionales en la región maya.

El programa Mundo Maya más que un mero circuito turístico, tiene como principal objetivo elevar el nivel de vida de miles de indígenas que habitan el sureste de México y que actualmente viven en la desesperanza que engendra la marginación social. Mundo Maya contempla el rescate de zonas arqueológicas y centros históricos incorporando la mano de obra campesina.

Destacó el inicio de obras de restauración arqueológicas y colonial en el centro histórico y religioso de Izamal en el estado de Yucatán, una de las zonas rurales más deprimidas del país, el rescate colosal emprendido por el Gobierno de Veracruz en la maravilla arqueológica de Tajín e igualmente la restauración de la olvidada y esplendorosa zona arqueológica del río Bec en el sur de Campeche, una de las joyas más prominentes de la cultura maya; en estos proyectos se utiliza mano de obra indígena, se les adiestra en trabajos especializados de restauración de edificios históricos, contribuyendo así a su mejoramiento cultural.

Por otra parte, se integró el circuito ecoturístico Mar de Cortés-Barranca del Cobre, constituyéndose el consejo para tal efecto; se integrará el Fondo Mixto de Promoción con la participación conjunta de los estados de Chihuahua, Sinaloa, Sonora, Baja California y Baja California Sur, así como con el sector privado nacional y extranjero.

El programa de ciudades coloniales constituye un nuevo segmento turístico que ahora ofertamos de manera organizada: está formada por un conjunto de ciudades de onda raigambre histórica, arquitectónica, musical, gastronómica y cultural. Es el segmento del país intermedio entre la antigüedad indígena y la modernidad actual.

A sus bellezas arquitectónicas y pictóricas se agregan poblaciones que tuvieron orígenes mineros, agrícolas, artesanales y ganaderos, que han conservado su manera de ser, sentidos particulares de vivir la vida, a la que muchos extranjeros quieren sumarse, por ello han crecido cerca de

estas ciudades, colonias de residentes de otros países que disfrutan los días movidos por el sonido de campanas ancestrales y rodeados de gente amable cuya vida transcurre sin prisa, encontrando en el trato humano la llave de la felicidad y la fructífera existencia.

Se determinó impulsar el desarrollo del programa ciudades coloniales a través de dos vertientes principales: la promoción nacional e internacional de sus atractivos turísticos, y la coordinación de esfuerzos con autoridades federales, estatales y municipales, con el fin de realizar proyectos de mejoramiento urbano turístico.

Se constituyó el Fondo Mixto de Promoción y se inició la primera Campaña Internacional de las Ciudades Coloniales Mexicanas en Estados Unidos y Canadá.

En el aspecto del mejoramiento urbano turístico, iniciamos la obra de rescate del Centro Histórico de la ciudad de Oaxaca, una de las más bellas del continente americano, las obras incluyen nuevas calles peatonales, alumbrado oculto y remodelación de fachadas.

Con el Gobierno del Estado de Guerrero contemplamos también acciones de revitalización de la señorial ciudad de Taxco, para conservarla como uno de los orgullos más legítimos de la arquitectura virreinal mexicana.

Señoras y señores:

México está apostando a la industria turística como una de las vías para llevar al porvenir.

El turismo está permitiendo corregir muchas deformaciones dentro de nuestro desarrollo nacional, que por muchos años se concentró en el altiplano y ahora se despliega en las costas y en lugares que fueron tradicionalmente pobres.

Se está dando una auténtica descentralización de la vida nacional.

Nuevas ciudades están surgiendo en torno de Cancún, Huatulco, Ixtapa y Los Cabos, donde hace 20 años no había prácticamente nada.

Otros centros turísticos como Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán, Manzanillo y Cozumel, muestran una vitalidad creciente. Los centros arqueológicos son más visitados. Están mejor cuidados y encuentran nuevas fuentes de financiamiento para la investigación arqueológica y antropológica. Y para la manutención de las comunidades campesinas de sus vecindarios. Las grandes ciudades se preparan para recibir en número creciente el turismo de hombres de negocios.

El turismo en México tiene y seguirá teniendo, entonces, un peso equilibrador de la economía y en la vida social, pero también es un elemento regenerador de la ecología y mejorador de la calidad de vida.

El turismo, que cada día tiene una importancia económica crecida se convierte en un elemento que exige la preservación de los recursos ecológicos: la limpieza de las playas, la pureza del agua de mar y la de consumo humano.

La preservación de los arrecifes, de la fauna y de la flora marina y terrestre, el cuidado de la calidad del aire, de la eficiencia de los servicios médicos y de seguridad pública, constituyen hoy un imperativo de carácter económico y social. Exige permanentemente y en cualquier lado un mejor intercambio humano que subraya la amabilidad, la cortesía y estimula vínculos de afecto, amistad y cariño recíprocos.

El turismo es una de las actividades más humanas y humanitarias por excelencia; próspera donde la sociedad mejora y fracasa donde las comunidades descuidan su entorno físico, económico, político y social.

El turismo necesita de la libertad de desplazamiento, pero también de las libertades de expresión, de manifestación de las ideas y de un intercambio humano. Por eso el turismo tiene una vocación y un aliento profundamente democráticos.

El turismo en los próximos años dependerá de la vitalidad económica del mundo; de la capacidad para crear mayores ingresos y distribuirlos entre la población; para incrementar la franja de tiempo libre y de sostener el espíritu de libertad y la democracia en la mayor parte del planeta.

Honorable comunidad universitaria:

El Gobierno del presidente Salinas ha impulsado la renovación en distintas esferas de la vida nacional, destacando entre ellas las reformas del Estado mexicano y sus repercusiones en el marco jurídico nacional. Uno de los propósitos ha sido propiciar una mayor concurrencia de los particulares y los grupos sociales a la actividad económica, dando paso a la desregulación y la desburocratización de las relaciones entre los distintos sectores de la sociedad, que ha beneficiado particularmente a la actividad turística nacional.

Ha sido mi intención precisamente, mostrar a ustedes un amplio panorama de cómo estas acciones de gobierno inyectaron dinamismo e impulso a un sector que hoy contribuye con divisas, con empleos y con inversiones al equilibrio regional y al desarrollo general del país.

Les agradezco sinceramente el favor de su atención, y en especial aprecio la invitación del doctor Máximo Carvajal Contreras, director de esta prestigiada Facultad de Derecho, por haberme dado la oportunidad de dirigirme a tan selecto auditorio de universitarios.

Mil gracias.