



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO
EN URBANISMO.**

**DESARROLLO INMOBILIARIO TURÍSTICO COMO
INDUCTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO EN ZONAS CON
POTENCIAL. CASO DE ESTUDIO: BAHÍA DE KINO, SONORA MÉXICO.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN URBANISMO**

**PRESENTA:
ARQ. HUGO RICARDO PÉREZ MALDONADO.**

MÉXICO D. F.

2009.





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DIRECTOR DE TESIS:

Dra. Esther Maya Pérez.

SINODALES PROPIETARIOS:

Dra. Eftychia D. Bournazou Marcou.

Mtra. Rosario Inés Luna Cabrera.

Ing. Eduardo M. Ramírez Favela.

Ing. Juan Antonio Gómez Velázquez.

DEDICATORIAS

A la memoria de mi querida abuela Carolina Gutiérrez Izaguirre.

A mi abuelo Antonio Ricardo Maldonado Castro y a mi madre Judith Maldonado Gutiérrez por su amor y apoyo incondicionales que han sido determinantes para alcanzar esta meta.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México, la principal institución nacional en materia de educación superior, de investigación científica y humanística por darme el privilegio de formarme en sus aulas en las que se me ha inculcado la búsqueda del conocimiento y la verdad.

A la Dra. Esther Maya Pérez por su valiosa asesoría en la elaboración de esta tesis gracias por su paciencia, por sus comentarios constructivos, certeros y su buena disposición.

A todos mis maestros por su compromiso con la excelencia académica y por haberme dado una metodología de análisis basada en el pensamiento libre y crítico.

A los compañeros con los que compartí esta importante etapa de mi vida, que han enriquecido mi perspectiva con ideas encaminadas a encontrar solución a los desafíos actuales.

Hugo Ricardo Pérez Maldonado

| | Página. |
|--|-----------|
| I.- Introducción. | 1 |
| II.- Turismo. | 5 |
| 2.1.- Concepto de turismo. | 5 |
| 2.2.- Importancia del sector turístico mexicano en materia económica. | 5 |
| 2.3.- Problemática del sector turístico mexicano. | 7 |
| 2.4.- Eje de acción del Plan nacional de desarrollo. | 8 |
| 2.5.- Plan Nacional de desarrollo 2007-2012 y el turismo. | 9 |
| 2.6.- Programa Sectorial del Turismo 2007-2012. | 10 |
| 2.7.- El Plan Maestro Mar de Cortés. | 32 |
| 2.8.- Proceso de transición en el sector turístico mexicano. | 32 |
| III.- Viabilidad y propuesta: Desarrollo inmobiliario turístico campo de golf Bahía de Kino | 33 |
| 3.1.- Objetivo y metodología del proceso de planeación desarrollo inmobiliario. | 33 |
| 3.2.- Factores determinantes en la planeación del desarrollo inmobiliario. | 33 |
| 3.3.- Reserva territorial. | 34 |
| 3.4.- Condiciones naturales u oferta primaria. | 37 |
| 3.5.- Ocupación actual del territorio Bahía de Kino. | 40 |
| 3.6.- Factibilidad de desarrollo inmobiliario turístico. | 41 |
| 3.7.- Factibilidad legal del terreno. | 41 |
| 3.8.- Factibilidad en materia ambiental. | 42 |
| 3.9.- Infraestructuras existentes. | 42 |
| 3.14.- Contexto urbano. | 44 |
| 3.15.- Estudio de Mercado. | 57 |
| 3.17.- Construcción de escenarios. | 64 |
| 3.18.- Definición y mezcla de productos. | 67 |
| 3.19.- Análisis de inversión y estructura financiera. | 72 |
| IV.- Conclusiones. | 82 |
| Bibliografía. | 85 |



I.- INTRODUCCION.

El turismo se incorporó al desarrollo de México hace apenas cincuenta años. En este lapso es posible distinguir dos etapas: una primera en que el crecimiento mundial de la actividad turística tomó el país por sorpresa, sin la suficiente preparación y otra en la que el gobierno y la iniciativa privada han buscado aplicar acciones y estrategias con la finalidad de encauzar el crecimiento del sector.

La importancia del turismo comienza a notarse en los años sesenta, cuando la observación y el análisis de lo que pasaba en otras partes del mundo permitió descubrir que el turismo podía ser una herramienta para solventar la urgencia de divisas. Desde aquel momento se reconoció que, además de este beneficio, el turismo tenía una serie de fuertes ventajas adicionales que no habían sido percibidas y valoradas suficientemente.

En primer lugar se comprobó que la actividad turística era de rápida implantación, y que requería menor inversión por unidad productiva que en otros sectores económicos. Asimismo, quedó demostrada su amplia capacidad para generar empleos bien remunerados; se constató que resultaba relativamente fácil y menos costoso incorporar al mercado laboral abundante mano de obra de forma inmediata pues ocupa personas de ambos géneros, de diferentes edades y niveles de capacitación. Además se observó que contribuía a la desconcentración demográfica, ya que su emplazamiento podía tener lugar en varias regiones, donde se encontraba una enorme riqueza natural, muy poco aprovechada hasta ese momento.

Tales evidencias mostraron que el desarrollo inmobiliario turístico es una actividad que requiere de la colaboración tanto del sector público como el privado para proporcionar los bienes y servicios demandados para su funcionamiento.

Por otro lado el sector turístico pudiese contribuir al desarrollo económico de una zona lo cual incluye intereses mayores como mejoramiento de la calidad de vida que incluye criterios de disponibilidad de productos, longevidad, bienestar y sanidad, educación servicios y oportunidades de empleo para una determinada región o país.

La nueva planeación del desarrollo inmobiliario turístico debe basarse en un enfoque integral del desarrollo, considerando una interrelación equilibrada y armónica de las variables económicas, sociales, urbanas y ambientales, ya que el desequilibrio entre estas genera un alto costo tanto económico como social que a largo plazo termina revirtiéndose negativamente contra la propia actividad turística.

De esta manera el nuevo enfoque del desarrollo inmobiliario turístico incorpora criterios de mercado, y rentabilidad financiera para hacerlo atractivo a la inversión, pero al mismo tiempo atiende a las necesidades del desarrollo económico para mejorar las oportunidades y condiciones de los pobladores y trabajadores del lugar además de preservar el equilibrio ecológico como principal activo del turismo.



De esta manera el presente trabajo tiene como objetivo general determinar los principios del nuevo desarrollo inmobiliario turístico que induzcan el crecimiento y consecuentemente el desarrollo económico en zonas con potencial turístico como Bahía de Kino en el estado de Sonora, México.

Específicamente se esquematizara la introducción de un desarrollo inmobiliario turístico tomando en cuenta las condiciones físicas de la zona, la ocupación del territorio, las infraestructuras existentes, así como la oferta actual y proyecciones del mercado para evaluar el comportamiento de la inversión necesaria para llevar a cabo el desarrollo inmobiliario.

La importancia del desarrollo inmobiliario en el sector turístico radica en que en los últimos 25 años el gasto de los visitantes creció a una tasa promedio anual cercana al 6% y las proyecciones de la Organización Mundial del Turismo indican que a pesar del difícil momento actual, para el año 2025 México seguirá ocupando un sitio importante entre los líderes globales en materia turística como Francia, España y los Estados Unidos.

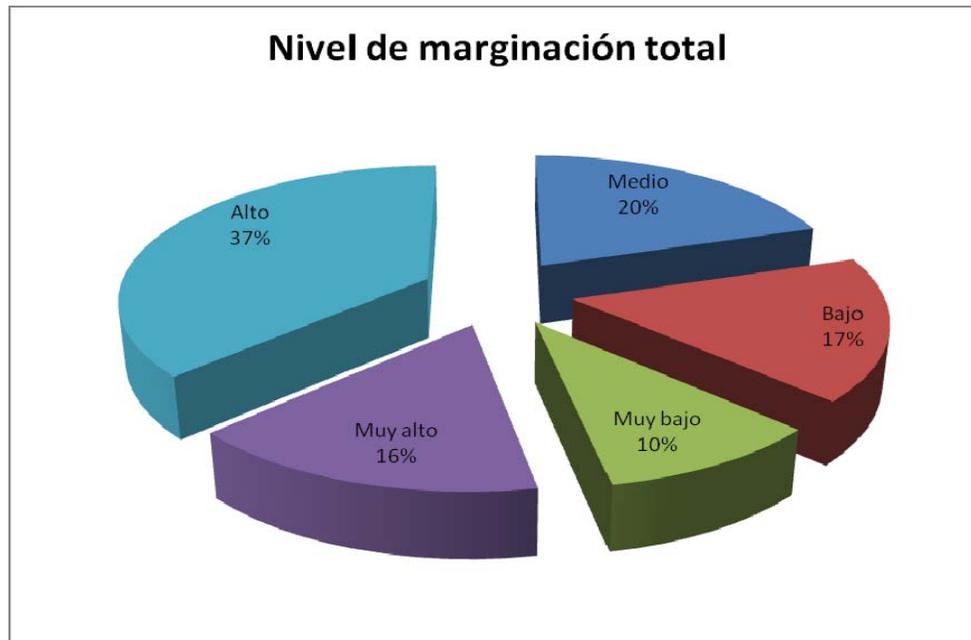
El turismo también busca contribuir al rescate y la conservación del patrimonio arqueológico e histórico y al fortalecimiento de la cultura e identidad nacional, además las acciones emprendidas para el desarrollo del sector favorecen a la conservación y al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

En las regiones de escaso potencial para el desarrollo de otras actividades, esta industria se ha convertido en motor de su economía.

Otro factor a considerar es el impacto positivo que puede presentar en el plano económico y social. Las remuneraciones por persona empleada son superiores en un 32% al promedio nacional, lo que se traduce en una mejor calidad de vida para los trabajadores, por ejemplo en Quintana Roo el turismo contribuye con un 85% de su actividad económica impulsando al Estado al cuarto lugar en ingreso per cápita del país, en tanto que Baja California Sur ocupa el octavo lugar.

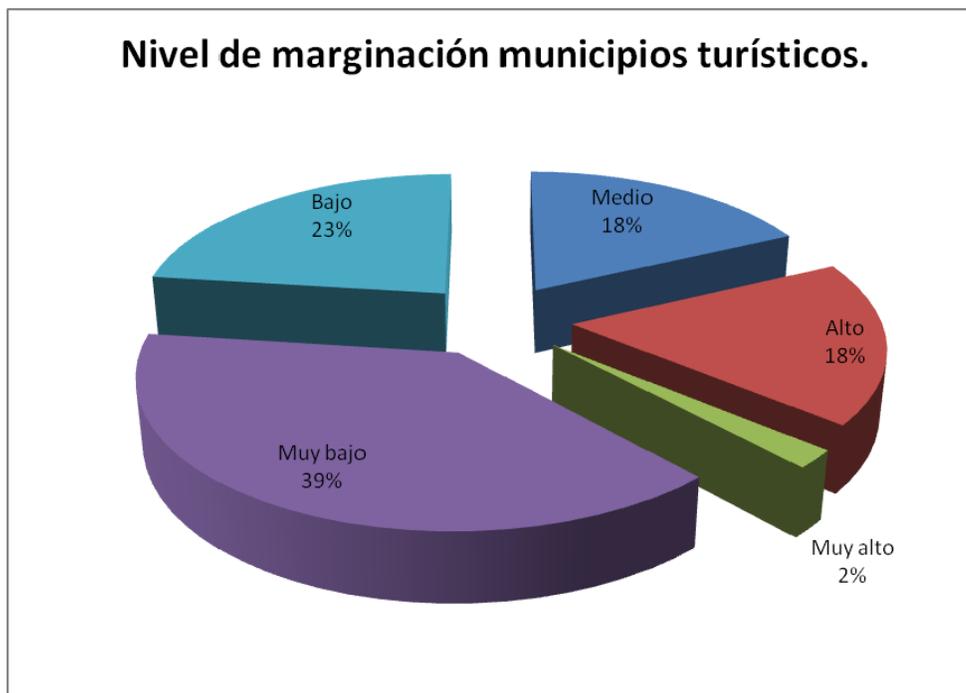
Según clasificaciones del Consejo Nacional de Población CONAPO 2007, mientras 53% de los municipios del país tienen un nivel de marginación entre alto y muy alto, 80% de los municipios turísticos presentan un nivel de marginación de medio a muy bajo. El grado de marginación se determina con base en el nivel de educación de los habitantes del municipio, los servicios básicos que poseen en la vivienda, sus ingresos y el tamaño del poblado donde residen.

A continuación se exponen algunas graficas relacionadas al nivel de marginación de los municipios.



Fuente: CONAPO 2007

El nivel de marginación total en los municipios del país es 37% alto, 16% muy alto, 20% medio, 17% bajo y muy bajo tan solo el 10%



Fuente: CONAPO 2007

El nivel de marginación en municipios turísticos es: 39% muy bajo, 23% bajo, 18% medio, 18% alto y tan solo 2% muy alto.



La organización mundial de turismo (OMT) ha formulado escenarios sobre el comportamiento futuro del sector y en todos se confirma que continuará desarrollándose de forma dinámica, a tasas de crecimiento superiores a las de la mayoría de los demás sectores económicos. La OMT prevé que para el 2020 el turismo mundial alcance 1,600 millones de viajeros y que el gasto turístico ascienda a dos billones de dólares. Ante esta perspectiva México es un competidor privilegiado por sus atractivos naturales y a su riqueza cultural, los cuales le permitirán posicionarse de forma cada vez más competitiva en el contexto del turismo mundial.

Se han formulado diversos escenarios para la actividad turística local y todos coinciden en que habrá un incremento sustancial a largo plazo. Este marco de acuerdo con los resultados previstos por el Programa Nacional de Turismo vaticinan que para el 2025 el turismo contribuirá con:

- 35,400 millones de dólares en divisas al año, el triple del gasto actual de los visitantes internacionales a México.
- 3.6 millones de empleos (el doble de la cifra actual) seguros y bien remunerados que permitirán elevar la calidad de vida a los trabajadores del sector.
- 10.5 % de aportación al PIB nacional frente a cerca del 8% en la actualidad, incrementando su participación en el desarrollo económico del país.
- 49.4 millones de turistas internacionales cerca de 2 veces y media la cantidad registrada actualmente.
- 92.5 millones de turistas nacionales duplicando el tamaño del mercado interno.

Según proyecciones de CONAPO de poco más de 42 millones de personas que hoy registra la población económicamente activa pasará a 64 millones en el 2020, lo que hace necesario que el país se prepare para crear los puestos de trabajo que se requerirán dentro de la economía formal para satisfacer la demanda de más de un millón y medio de empleos por año.

Ante el panorama anteriormente expuesto se formula la siguiente hipótesis ¿Cuáles son los principios que el nuevo enfoque del desarrollo inmobiliario turístico debe seguir para utilizarlo como una herramienta que induzca el desarrollo económico de las regiones con potencial turístico.

II.- TURISMO.

2.1.- Concepto de turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

2.2.- Importancia del sector turístico mexicano en materia económica.

El turismo tiene una gran importancia para México y podría ser la principal fuente de divisas externas del país a largo plazo incluso para sustituir en su momento la exportación de petróleo que paulatinamente ha ido mermando su capacidad de extracción, es una de las actividades económicas más dinámicas y con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial.

De acuerdo con cifras del Banco de México (Banxico) durante el año 2008 la captación de divisas que dejaron los visitantes que se internaron en México fue de 13 mil 289 millones de dólares. Esta aportación de divisas solo fue superada por la exportación de petróleo que sumó en el mismo periodo 50 mil 639 millones de dólares una cifra sin precedentes que se explicó por el precio promedio de exportación del barril de petróleo nacional, que fue de 84.35 dólares, y por las remesas que aportaron 25 mil 145 millones de dólares.

Para tener una comparación del crecimiento histórico de los flujos de divisas que capta la actividad turística internacional, hay que señalar que en 2004 el ingreso de divisas fue de 10 mil 795 millones de dólares. Las cifras nos indican que de 2004 a 2008 el crecimiento del flujo de divisas que captó México por turismo fue de 23.1%

Por otro lado, el número de visitantes internacionales de México lo ubica dentro de los primeros diez destinos mundiales y entre el lugar 14 y 17 por la captación de divisas.

En 2008 cifras de la Secretaría de Turismo (Sectur) señalan que recibimos 22 millones 637 mil visitantes internacionales. Con respecto al turismo nacional Sectur informó que en 2008 el número de turistas nacionales que llegó a un hotel fue de 62 millones 20 mil personas por 61 millones 141 mil de 2007 y 55 millones 996 mil personas del 2006.

A su vez hay que señalar que durante el 2008 el turismo captó inversiones por 4 mil 641.16 millones de dólares de los cuales 2 mil 411.85 fueron de capital nacional y los restantes 2 mil 229.31 fueron inversión extranjera, de esta última el 46.59% fue de origen estadounidense, 42.86% español y el porcentaje restante de diversos países. En el 2007 la cifra fue de 3 mil 464 millones de dólares.

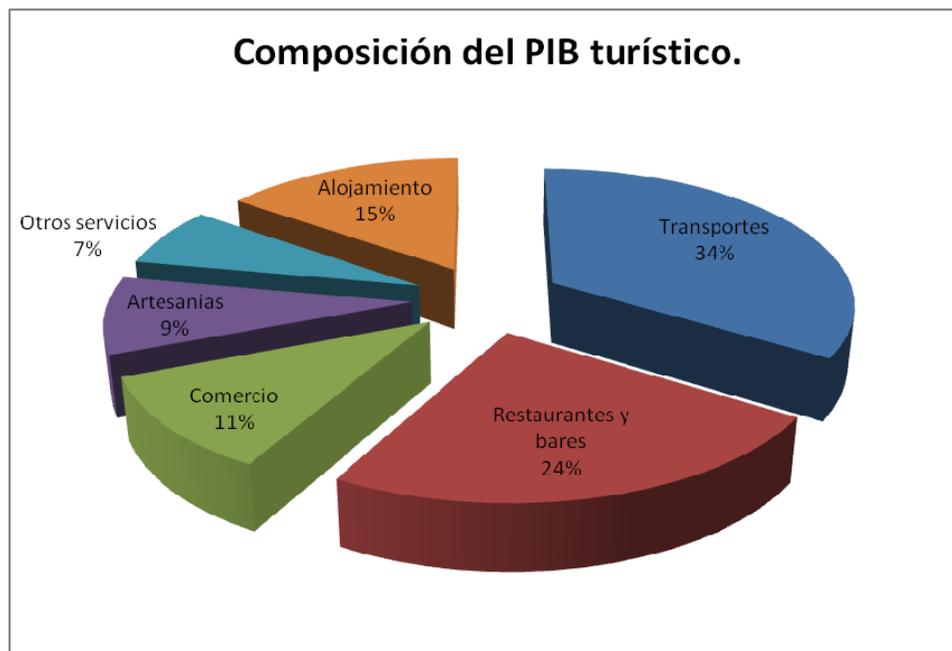


Por tanto la aportación del sector turístico mexicano en materia económica en términos macro y micro es contundente. En términos de participación en el producto interno bruto (PIB), representa el 8% del total que según cifras del Fondo Monetario Internacional en el año 2008 ascendió a 1.961.473 millones de dólares.

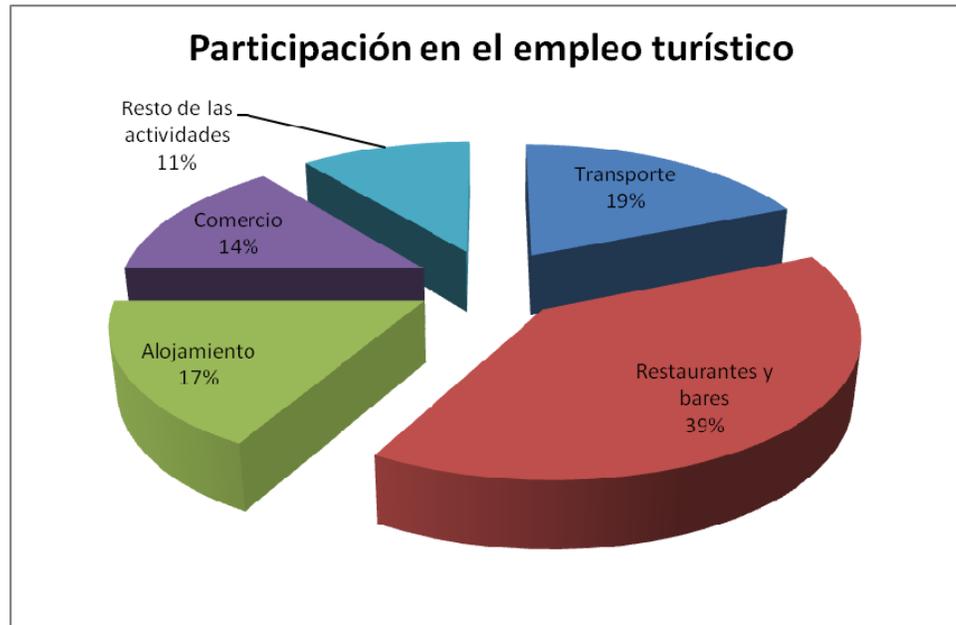
Cabe mencionar que el sector turístico ocupa el 6% de la planta laboral formal lo que representa aproximadamente 1.8 millones de empleos.

Los estimados indican que la inversión privada en el sector hotelero asciende a 50,000 millones de dólares y en este momento la Secretaría de Economía tiene registradas 5427 empresas de capital foráneo con actividades relacionadas al turismo.

En los últimos 25 años el gasto de los visitantes internacionales creció a una tasa promedio anual cercana al 6%.



El transporte genera el 34% del PIB sectorial, los restaurantes y bares generan 24%, el alojamiento el 15%, el comercio tiene un porcentaje del 11%, las artesanías el 9% y el restante 7% lo integran otros servicios.



El transporte ocupa al 18.7% del personal, los restaurantes y bares ocupan 39.4%, el alojamiento ocupa 16.9%, el comercio al 14 y el restante 11% corresponde a otras actividades.

2.3 Problemática del sector turístico mexicano.

Durante los años setentas y ochentas la visión del turismo en México se estableció suponiendo que las variables económicas se mantendrían estables en el tiempo formulando así pronósticos lineales, sin embargo las situaciones que antes se mantenían estables comenzaron a cambiar, dichas transformaciones se presentaron a una velocidad vertiginosa caracterizada por una apertura global en la economía, comercio, tecnología, y por cambios demográficos que modificaron los patrones de consumo y la dinámica de la pirámide poblacional tanto en países desarrollados como en los que estaban en vías de desarrollo.

Otras de las barreras que enfrenta el turismo son:

- Insuficiente gasto público destinado a este sector.
- Compleja normatividad de la administración pública que dificulta el oportuno ejercicio presupuestal.
- Rigidez legislativa que complica sumar el capital privado y social a la realización de infraestructura y servicios así como establecer mecanismos de programación presupuestal de mediano y largo plazo que garanticen la continuidad de los proyectos.



- Limitación para obtener financiamiento de la banca de desarrollo internacional que cuenta con programas y condiciones de crédito aprovechables para el beneficio del país.

Las consecuencias de no actuar para remover esos obstáculos son la pérdida de la competitividad y por tanto de la capacidad para crear condiciones que permitan captar capital privado, el cual como es previsible reserva su participación a proyectos de bajo riesgo, con adecuado margen de utilidad y atractivo retorno de la inversión.

2.4 Eje de acción del Plan Nacional de Desarrollo.

El Plan Nacional de Desarrollo es el máximo instrumento del que emanan los objetivos fundamentales para conducir el desarrollo de la nación y al que responden los programas de los sectores que conforman la administración pública federal.

El gran objetivo del Plan Nacional de Desarrollo para el sector turístico nacional es: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”

Se han planteado seis estrategias nacionales para el Sector:

1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos incluyendo: turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral, así como orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social en coordinación con el sector privado.
3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista, a su vez desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.



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

5. Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados. La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros. Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

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

Estas estrategias del Plan Nacional de Desarrollo, son el sustento de los objetivos, acciones y programas específicos contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

2.5.- El Plan Nacional de desarrollo 2007-2012 y el turismo.

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

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

La Secretaría de Turismo, (SECTUR), sus entidades sectorizadas, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el órgano desconcentrado Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), toman esta premisa con toda la seriedad y responsabilidad que la nación exige.



2.6.- Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

2.6.1.- Punto de partida

El marco normativo y jurídico dentro del cual se inscribe la planeación urbano turística está constituido por el Programa Nacional del Turismo que proporciona los objetivos y estrategias a los que deben apegarse los programas y acciones de desarrollo del sector.

Los tres grandes ejes que sintetizan la política turística 2007-2012 son: Competitividad, Sustentabilidad y Diversificación,

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

El Programa Sectorial de turismo asume que la finalidad última de las acciones del sector es la de contribuir al Desarrollo Humano Sustentable en el País. De esta forma, el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 se orienta a los temas específicos relacionados con el turismo nacional e internacional, pero también a contribuir al logro de otros objetivos estratégicos del Programa como son los de: crecimiento económico; nivel de ingreso; empleo; competitividad; infraestructura; equidad entre regiones e igualdad de género.

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

Sin embargo las preferencias de la demanda cambian. Las tendencias mundiales de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) plantean una mayor división de los mercados entre nuevos competidores como China, Grecia y Turquía. El desarrollo de nuevas formas de turismo, especialmente las relacionadas con la naturaleza y la cultura, han cobrado un auge sin precedente. Ello ha conducido a la creación de nuevos programas de viaje organizados de distinta forma a los tradicionales.

Esta situación es favorable para México dadas las características de su patrimonio cultural y natural, la estabilidad de su economía, las vinculaciones comerciales y de inversión con los principales mercados emisores de turismo, así como la existencia de un mercado turístico doméstico amplio.

No obstante para potenciar las condiciones favorables México necesita resolver problemáticas internas que no han permitido un mayor crecimiento del turismo y sobre todo, de los beneficios directos e indirectos que implica.

Uno de los mayores retos es la concurrencia de las políticas públicas ya que la falta de coordinación, la duplicidad de esfuerzos, así como los vacíos de regulación jurídica, son



temas que es necesario resolver. En esta problemática también se incluye a estados y municipios, a la iniciativa privada y al sector social.

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

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

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

2.6.2.- Demandas al Programa.

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

En lo general:

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

En lo particular:

- Organización, eficiencia y efectiva concurrencia de las políticas públicas que inciden en el sector.

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



- Regionalización en la aplicación de los instrumentos de la política turística: inversión pública en infraestructura, fomento a la inversión privada y social, promoción, coordinación, información, y capacitación mediante planes maestros de desarrollo turístico regionales y de destino, de largo plazo y con carácter de obligatoriedad.
- Creación de productos y servicios turísticos para segmentos y nichos, acompañada de las inversiones en infraestructuras, equipamientos y tecnologías, así como de sistemas eficientes de financiamiento, asistencia técnica y comercialización orientados a resultados concretos y capaces de ser medidos.
- Creación de un marco legal que dé cabida efectiva a la concurrencia entre dependencias del gobierno federal y entre órdenes de gobierno y sectores, que dé certidumbre jurídica a través de una mejora regulatoria moderna, ordenada y competitiva.
- Innovación en sistemas de planificación, asistencia técnica, financiamiento, comercialización, tecnologías, sistemas de información estratégica e investigación para el desarrollo de una oferta competitiva, la diversificación de mercados y el desarrollo de las comunidades receptoras.
- Formación de cuadros técnicos y profesionales para el sector mediante una mejor coordinación con autoridades educativas, instituciones académicas y empleadores.

2.6.3.- Objetivos del Programa.

El Objetivo del Programa Sectorial Turismo en México es convertir la actividad turística en una actividad estratégica e integrada a la vida económica, social, cultural y política del país, basada en una estrecha colaboración y alta participación de todos los sectores locales, con ofertas altamente diferenciadas, capaces de atender –sin menoscabo de la calidad del patrimonio natural y cultural– una amplia gama de segmentos de mercado, a partir de una gestión empresarial e institucional competitiva y socialmente responsable que actúe en los mercados nacionales e internacionales.

Para lograr tal fin se han planteado ocho objetivos sectoriales:

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



Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|---|--|---|
| Subíndice de ambiente para negocios e infraestructura del fondo económico Mundial | Posición 57 del indicador de ambiente para negocios e infraestructura. | Posición 50 del indicador de ambiente para negocios e infraestructura |

Estrategia: Garantizar la concurrencia de políticas públicas.

1.1.- Líneas de acción:

1.1.1- Integración de la Mesa de Concurrencia para el ejercicio del presupuesto público y acciones del gobierno federal, bajo la coordinación directa del Secretario de Turismo y un secretario ejecutivo que tendrá como única tarea la Integración de expedientes técnicos, el seguimiento de acuerdos, verificación de cumplimiento de obras, inversiones, equipamientos y metas acordadas.

1.1.2- Subir al más alto nivel de coordinación interinstitucional y de coordinación entre federación, estados y municipios el tema de turismo con reuniones periódicas de análisis y revisión de temas de concurrencia y transversalidad.

1.1.3- Fomentar y fortalecer los mecanismos de coordinación y gestión, con las diferentes dependencias del Gobierno Federal, que participan en el desarrollo y consolidación de los programas y acciones que impulse la Secretaría y sus órganos sectorizados y desconcentrado.

1.1.4- Creación de un fondo sectorial para la investigación aplicada en el sector turismo con la concurrencia de las entidades públicas federales vinculadas al desarrollo del turismo en México, en sus diferentes aspectos.

1.2. Instrumentos:

1.2.1. Ley Federal de Turismo y disposiciones asociadas; Consejo Consultivo de Turismo, Comisión Ejecutiva de Turismo, Consejos y Comités Regionales, Comités Estatales y Municipales de Turismo en sus diversas modalidades, incluyendo a los Comités Locales de Cruceros y de Agenda XXI.



1.2.2. Convenios de Coordinación y de Reasignación de Recursos; COPLADE y COPLADEM o sus equivalentes en cada entidad y Municipio. Red de Funcionarios Estatales y de Presidentes de Municipios Turísticos.

1.2.3. Promover en el gabinete de Infraestructura y Turismo la discusión y la propuesta de soluciones a los temas de importancia para el turismo como:

- a) Infraestructura aeroportuaria.
- b) Infraestructura carretera.
- c) Infraestructura portuaria.
- d) Infraestructura urbana.
- e) Ordenamiento territorial y medio ambiente.

1.2.4. Convenios de colaboración con dependencias y entidades del gobierno federal para el desarrollo de productos turísticos tradicionales y especializados.

1.2.5. Agendas de transversalidad entre la SECTUR y las entidades de la Administración Pública Federal relacionadas con la accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y la sustentabilidad ambiental, económica y social que incidan en el desarrollo de una oferta turística rentable y productiva.

2. De desarrollo regional. Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|--|--|---|
| Índice de competitividad de la industria del turismo del foro económico mundial | Posición 49 en el Índice de competitividad de la industria del turismo del foro económico mundial | Posición 39 en el Índice de competitividad de la industria del turismo de acuerdo a sus componentes competitivos y tendencias |
| Inversión pública detonada mediante convenios de coordinación y reasignación de recursos | 3456 millones de pesos en el periodo 2001-2006 | 6000 millones de pesos en el periodo 2007-2012 sujeta al presupuesto autorizado. |
| Inversión pública y privada en turismo para los estados con nivel de pobreza patrimonial mas diez puntos porcentuales superior al promedio nacional. | 3350 millones de dólares de inversión pública y privada en el periodo 2001-2006 en los ocho estados en estas condiciones | 5802 millones de dólares de inversión pública y privada en los ocho estado con estas condiciones. |



Estrategia: Orientar la política turística hacia el desarrollo regional.

2.1.-Líneas de acción:

2.1.1.- Vinculación transversal de todas las acciones de planeación del desarrollo en las instancias de la SECTUR, FONATUR, CPTM y CESTUR para la reingeniería de sus funciones; que: asigne y optimice presupuestos; fortalezca las estructuras operativas y que intervenga para favorecer el desarrollo regional.

2.1.2.- Revisión de las estrategias regionales de los Centros Integralmente Planeados y de nuevos centros turísticos, incluyendo estrategias de lanzamiento, fortalecimientos y diversificación, con criterios de desarrollo regional.

2.1.3.- Identificación y priorización de inversiones y acciones de política pública con criterios regionales de fortalecimiento y diversificación.

2.1.4.- Identificación y priorización de inversiones y acciones de política con criterios regionales de impulso a zonas marginadas.

2.1.5.- Actualización y ampliación del Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, mediante la evolución de la metodología de indicadores y el desarrollo de la capacidad de respuesta in situ para el seguimiento, verificación del cumplimiento de metas y su integración a los planes de desarrollo de los destinos turísticos.

2.1.6.- Promoción de acciones de adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático en los destinos turísticos principalmente en las costas.

2.1.7.- Participación en los programas de investigación, sobre las causas y efectos de los fenómenos naturales, el perfeccionamiento de monitoreo y alerta de la población y los turistas en los destinos turísticos más vulnerables del país.

2.1.8.- Perfeccionar los criterios de operación de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos, de manera que se apoyen proyectos que obedezcan a esquemas de Planeación o de Prioridades Estratégicas regionales.

2.1.9.- Fomentar que se generen las sinergias con FONATUR, para evaluar y en su caso rediseñar sobre la base de su evolución, cobertura geográfica y desempeño en los mercados, los programas regionales.

2.2. Instrumentos:

2.2.1. Programas regionales de desarrollo con criterios geográficos, sociodemográficos, económicos y de accesibilidad: centros de distribución, complementarios, áreas de excursión de un día e integración de corredores principales y complementarios; y



considerando las diferentes modalidades de transporte: carretero, náutico, aéreo, y las diferentes combinaciones de interés para los mercados.

2.2.2. Ley Federal de Turismo y disposiciones asociadas; Consejo Consultivo; Comisión Ejecutiva de Turismo, Consejos y Comités Regionales, Estatales y Municipales de Turismo en sus diversas modalidades.

2.2.3. Convenios de Reasignación de Recursos SECTUR entidades federativas, dando cabida a la dimensión regional (interestatal e intermunicipal) y bajo criterios de potenciación de recursos estatales y municipales, así como con otras fuentes; selección estratégica de los proyectos a apoyar, en congruencia con los objetivos de la política sectorial del país; permanencia en el tiempo, dividiendo en etapas los proyectos para hacer factibles su concreción.

2.2.4. Programa de Trabajo de FONATUR en su vertiente de asistencia técnica a regiones, estados y municipios.

2.2.5. Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano.

2.2.6. Manual de criterios, estrategias de capacitación y divulgación con recomendaciones de Protección Civil para prestadores de servicios turísticos y turistas ante situaciones de emergencia.

2.2.7. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente desarrollo regional e impactos del turismo.

2.2.8. Programas especializados sobre impactos de fenómenos naturales.

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



Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|---|---------------------------------|---|
| Subíndice del marco regulatorio del foro económico mundial que considera: Marco normativo, regulación ambiental, seguridad, salud, higiene y turismo como prioridad | Posición 48. | Posición 40 del índice de marco de regulatorio IMR por acciones directas al indicador de seguridad. |
| Índice de regulación ambiental del foro económico mundial que considera: exigencia en la aplicación y claridad en las normas y percepción sobre la prioridad del Estado en materia de turismo sustentable | Posición 47 en tres indicadores | Posición 45 del índice de regulación ambiental de acuerdo a las mejoras propuestas. |

Estrategia: Fortalecer la concurrencia legal y normativa e impulsar la cultura de la legalidad en el sector.

3.1.- Líneas de acción:

3.1.1.- Modificación al Marco Legal: Ley General de Turismo.

3.1.2.- Participación en la revisión y elaboración de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM).

3.1-3.- Participación en la revisión y elaboración del marco legal y normativo vinculando disposiciones legales que incidan en el desarrollo turístico del país.

3.1.4.- Desarrollo del Proyecto Nacional de Normalización Turística.

3.1.5.- Desarrollo del Proyecto Nacional de Facilitación Turística.

3.1.6.- Desarrollo de acciones preventivas y correctivas, para impulsar el cumplimiento de la legislación y normativa turística federal.



3.1.7.- Revisión de los instrumentos jurídicos vigentes en materia de descentralización de facultades de verificación a los gobiernos estatales, así como el diseño de nuevos mecanismos.

3.1.8.- Desarrollar ventanillas únicas que faciliten y promuevan proyectos productivos, micros, pequeños y medianos a nivel regional.

3.1.9.- Establecer un programa de mejora de la gestión del sector turismo.

3.1.10. Fomentar la ética en la prestación de los servicios turísticos estableciendo programas preventivos y educativos referentes a la trata de personas en el turismo, especialmente la que afecta a los menores de edad, en coordinación con otras dependencias y con los tres órdenes de gobierno, involucrando la participación del sector empresarial y de la sociedad civil.

3.2. Instrumentos:

3.2.1. Mesa de trabajo con el H. Congreso de la Unión y los sectores público, privado y social para impulsar los criterios de la política turística nacional con visión de largo plazo, la reingeniería institucional, el fortalecimiento de los instrumentos y programa del sector y a la creación de nuevos instrumentos y programas pertinentes.

3.2.2. Consejo Consultivo de Turismo y Comisión Ejecutiva de Turismo.

3.2.3. Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística.

3.2.4. Comités consultivos de normalización de otras entidades de la administración pública federal.

3.2.5. Acuerdos de descentralización en materia de verificación que incluyan nuevos mecanismos de coordinación entre la Federación y los Gobiernos Estatales, así como asignación de recursos para la verificación y vigilancia de los prestadores de servicios turísticos.

3.2.6. Convenios de Reasignación de Recursos: seguimiento y verificación del cumplimiento de los proyectos contemplados en los convenios.

3.2.7. Programas preventivos y educativos referentes a la trata de personas y participación del sector empresarial y de la sociedad civil, en la Comisión Intersecretarial para la Prevención y Combate a la Trata de Personas.



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

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|--|--|---|
| Inversión total privada en el sector turístico. | 12,833 millones de dólares en el sexenio 2006-2012. | 20 mil millones de dólares en inversión privada en el periodo 2006-2012. |
| Índice sobre normas y políticas de regulación del foro económico mundial que considera: restricciones a la propiedad extranjera, protección a los derechos de propiedad, reglas para la inversión extranjera directa requerimientos de visa y apertura de acuerdos bilaterales aéreos. | Posición 33 en tres indicadores 31, 60, 38, 15 y 21 respectivamente. | Posición 30 sobre las normas y políticas de regulación de acuerdo a las acciones relacionadas con la propiedad y la inversión extranjera directa. |

Estrategia: Rediseñar los instrumentos de política hacia el fomento productivo.

4.1.- Líneas de acción:

4.1.1.- Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.1.2.- Impulsar la integración de circuitos y rutas temáticas y regionales donde se integren las diversas categorías de productos en las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.1.3.- Vinculación transversal de todas las acciones de planeación y desarrollo de oferta competitiva en las instancias de la SECTUR, FONATUR, CPTM y CESTUR.

4.1.4.- Integración de programas, acciones e instrumentos de fomento a la oferta como los programas tecnológicos, de asistencia técnica y financiamiento.

4.1.5.- Sistematización y socialización de la información estratégica sobre el desarrollo turístico del país, su evolución, perspectivas y competitividad entre otros.

4.2. Instrumentos:

4.2.1. Programas para el desarrollo de las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural –que incluye el Programa Pueblos Mágicos–, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.2.2. Clubes de producto por categorías y regiones.

4.2.3. Bases y convenios de colaboración con las instancias federales relacionadas con las categorías de producto.

4.2.4. Fondo de Apoyo para el Desarrollo de Ofertas Competitivas, que incorpore los programas de Asistencia Técnica y de Financiamiento (MIPyMEs), con reglas de operación congruentes con las orientaciones y prioridades de la política turística nacional.

4.2.5. Clubes de Producto como mecanismos de acceso al Fondo de Apoyo.

4.2.6. Certificación País de productos turísticos.

4.2.7. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente desarrollo de tecnologías, mejoras de proceso y desarrollo empresarial y sistemas de información estratégica.

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

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|---|--|--|
| Registros nuevos por año de trabajadores asegurados en el sector turismo. | 2, 220, 000 trabajadores asegurados del sector turismo en el año 2006, registros administrativos de trabajadores asegurados permanentes y eventuales en el IMSS. | Registro de 125,000 nuevos trabajadores asegurados en el sector turismo. |
| Porcentaje de mujeres ocupadas en el sector turismo | INEGI censos económicos 46.8% | 50% |



Estrategia: Impulsar el empleo de calidad.

5.1.- Líneas de acción:

5.1.1.- Promover la creación del sistema nacional de educación y capacitación turística, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS), con criterios regionales y de especialización, para favorecer la competitividad del capital humano del sector turismo, de acuerdo con las prioridades de la política turística nacional y las necesidades del mercado laboral.

5.1.2.- Incorporar al sistema de educación y capacitación turística, programas de actualización para ejecutivos y directivos de empresas turísticas y de organismos públicos.

5.1.3.- Propiciar la vinculación de las instancias de educación media superior y superior relacionados con el turismo a los programas de fomento al empleo y otros de naturaleza similar de los gobiernos federal, estatal y municipal.

5.1.4.- Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral del sector turismo.

5.1.5.- Incorporar el concepto de género en los sistemas de información estadística del empleo en el Sector.

5.1.6. Promover la acreditación y/o certificación de instituciones de enseñanza turística, planes y programas de estudio, competencias laborales de prestadores de servicios turísticos, y de profesionales del turismo.

5.1.7.- Promover la prevención y condena de la explotación sexual en los centros de trabajo relacionados con el Sector Turismo.

5.2 Instrumentos:

5.2.1. Mesa de coordinación con el sector laboral y privado.

5.2.2. Programa de estímulos al empleo en zonas prioritarias de desarrollo turístico.

5.2.3. Certificación de condiciones de trabajo y de equidad de género.

5.2.4. Bases de coordinación con la SEP y la STyPS.

5.2.5. Bases de coordinación con instancias como la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior (ANUIES) y la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL) y otras que incidan en la formación y certificación educativa de capacitación.



5.2.6. Sistema Nacional de Educación y Capacitación Turística y los programas específicos aplicados con criterios acordes a los establecidos en la política turística nacional.

5.2.7. Bases de colaboración entre organismos públicos (DIF, INAMI, SER y PGR) cámaras, asociaciones y sindicatos para prevenir la explotación sexual en los centros de trabajo vinculados con el sector turismo.

5.2.8. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente condiciones laborales y competitividad sectorial.

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

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|--|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Gasto medio de los turistas internacionales a México. | 447.7 dólares americanos por turista. | 472 dólares americanos por turista. |
| Gasto medio de los turistas de internación hacia México. | 710 dólares americanos por turista. | 822 dólares americanos por turista. |
| Número de turistas domésticos. | 140.6 millones de turistas. | 165.8 millones de turistas. |
| Número de turistas internacionales. | 21 millones 353 mil turistas por año. | 28.9 millones de turistas. |

Estrategia: Desarrollar oferta competitiva.

6.1.- Líneas de acción:

6.1.1.- Creación de cajones y líneas de financiamientos para el desarrollo de la oferta en los términos de las orientaciones y prioridades del sector.

6.1.2.- Organización de los programas de apoyo al turismo en las diferentes instancias y órdenes de gobierno.

6.1.3.- Ampliación de las capacidades de respuesta de la ventanilla única para inversionistas incorporando proyectos privados y sociales.



6.1.4.- Integración de programas de cultura turística para fortalecer la gestión competitiva de empresas y destinos, de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

6.1.5.- Colaboración en el fortalecimiento de la competitividad de destinos y regiones turísticas, a través de la identificación, diseño y desarrollo de nuevos productos y circuitos turísticos para enriquecer la oferta turística, de acuerdo con los criterios de la política turística nacional.

6.1.6.- Consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo.

6.1.7.- Fortalecimiento de las acciones de mantenimiento de centros turísticos.

6.1.8.- Atracción de inversión turística para el desarrollo de nueva oferta.

6.1.9.- Contribución con transferencia de tecnología al desarrollo de la oferta turística en regiones, estados, municipios, empresas privadas y sociales y otros actores relacionados.

6.2. Instrumentos:

6.2.1. Fondo de Apoyo para el Desarrollo de Ofertas Competitivas con reglas de operación que privilegien proyectos privados y comunitarios con mayor atractivo para los segmentos de mercado que tengan una mejor relación costo-beneficio (mayor gasto medio, empleos mejor remunerados, accesos a sectores marginados de la población y desarrollo regional).

6.2.2. Programa de mantenimiento de los centros turísticos integralmente planeados.

6.2.3 Programa de FONATUR para el desarrollo de nuevos centros turísticos.

6.2.4. Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística de FONATUR.

6.2.5. Acuerdos interinstitucionales para hacer operativa la ventanilla única ante inversionistas.

6.2.6. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente impacto de programas y acciones de fomento y gasto público en el desarrollo de la oferta competitiva.

6.2.7. Programa de Investigación Turística.

6.2.8. Programas de sensibilización para motivar el buen trato al turista, la calidad de los servicios y el cuidado del patrimonio turístico.

6.2.9. Programa de apoyo a la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) turística.



6.2.10. Programa de Calidad Moderniza (Distintivo M) y Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos (Distintivo H).

6.2.11. Implementación del Sistema de Apertura Rápida de empresas con orientación turística (SARES Turísticos).

6.2.12. Inventario Nacional de Atractivos y Productos Turísticos de México.

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

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|---|--|---|
| Incremento de la eficiencia publicitaria Internacional: Inversión publicitaria por turista internacional. | 42.84 pesos por turista internacional. | 39.2 pesos por turista internacional equivalente a mejorar 8.4% la eficiencia publicitaria en el periodo 2007-2012. |
| Incremento de la eficiencia publicitaria nacional: Inversión publicitaria por turista domestico. | 2.60 pesos por turista domestico. | 2.38 pesos por turista domestico equivalente a mejorar en 8.4% la eficiencia publicitaria en el periodo 2007-2012. |

Estrategia: Integrar eficazmente los instrumentos de promoción y comercialización sobre la base de las fortalezas de México.

7.1.- Líneas de acción para nuevos mercados:

7.1.1.- Creación de canales de comercialización para acceso a mercados de la oferta de turismo de naturaleza y cultural.

7.1.2.- Asistencia técnica para la comercialización de destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias en nichos de naturaleza y cultural.

7.1.3.- Acciones especializadas de promoción mediante catálogos especializados que sean incorporados en los canales de venta de los mercados nacionales e internacionales.

7.1.4.- Medición de resultados mediante el Sistema de Indicadores.



7.2. Instrumentos:

7.2.1. Programas de Mercadotecnia y Promoción para los nichos de naturaleza y cultura.

7.2.2. Clubes de Producto de Naturaleza y Cultura.

7.3.- Líneas de acción para mercados existentes:

7.3.1.- Creación de canales de comercialización para acceso a mercados, incluyendo el rediseño del Tianguis Turístico de México y la estrategia de participación en ferias y eventos de Internet, catálogos, telemarketing y otros aplicables.

7.3.2.- Comercialización de circuitos y rutas temáticas de acuerdo a las categorías de producto de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural –que incluye el Programa Pueblos Mágicos–, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

7.3.3.- Asistencia técnica para destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias para la comercialización de la oferta.

7.3.4.- Sinergia de acciones de promoción y relaciones públicas.

7.3.5.- Creación del sistema nacional de información al turista in situ y en la Red nacional de servicios de atención y seguridad para los turistas.

7.3.6.- Reforzar la promoción del país, como un destino turístico seguro y atractivo para los visitantes nacionales e internacionales.

7.4. Instrumentos:

7.4.1. Programas de mercadotecnia y promoción del CPTM que incluyan los mecanismos de comercialización vinculados con clubes de producto.

7.4.2. Clubes de Producto incluyendo circuitos temáticos.

7.4.3 Red Nacional de Información y seguridad al Turista in situ.

7.4.4. Sistema de evaluación de las acciones de Mercadotecnia y Promoción del CPTM aprobado por la Auditoría Superior de la Federación, que incluye la medición del retorno de la inversión publicitaria.



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

Indicador y meta:

| Indicador | Situación 2006 | Meta 2012 |
|---|----------------------------|-----------------------------|
| Ingreso anual de divisas por turistas internacionales. | 9,559 millones de dólares. | 13,641 millones de dólares. |
| Ingresos anuales de divisas por turistas de internación. | 8,954 millones de dólares. | 12,700 millones de dólares. |
| Ingreso anual de divisas por gasto de los turistas fronterizos. | 605 millones de dólares. | 941 millones de dólares. |
| Consumo por derrama de consumo domestico. | 697,010 millones de pesos. | 918, 000 millones de pesos. |
| Crecimiento anual del PIB turístico. | 2.2% | 5% |

Estrategia: Sostener y diversificar la demanda turística doméstica e internacional con mejores relaciones consumo (gastos del turista) – beneficio (valor de la experiencia, empleos mejor remunerados y desarrollo regional)

8.1.- Líneas de acción:

8.1.1.- Identificación de segmentos de mercado nacionales e internacionales no atendidos y/o emergentes, así como sus necesidades de accesibilidad por infraestructuras, equipamientos y de financiamiento al consumo.

8.1.2.- Mapeo y monitoreo de segmentos y nichos de mercado convencionales y especializados; actuales y emergentes, nacionales y extranjeros con criterios de tipologías de prácticas de consumo con mejor relación costo-beneficio.

8.1.3.- Organización de la investigación de mercados y su socialización para apoyar la toma de decisiones entre entidades públicas, privadas y sociales.

8.1.4.- Consolidación de las acciones de sistematización de la información estadística sectorial en su vertiente de mercados.

8.1.5.- Crear mecanismos para ampliar la práctica del turismo en el mercado doméstico.



8.1.6.- Impulsar programas de turismo para segmentos especializados del turismo doméstico: adultos mayores, jóvenes, estudiantes, discapacitados y otros que se consideren pertinentes.

8.1.7.- Fomentar programas de financiamiento a la demanda de turismo doméstico, incluyendo equipamiento especializado para la accesibilidad de los discapacitados.

8.2. Instrumentos:

8.2.1. Ampliar el Sistema de Información e Investigación de Mercados y de Inteligencia Comercial existente para mercados emergentes, actuales y potenciales actualizando los trabajos existentes de perfil y grado de satisfacción de los turistas, estudios de segmentos, trackings publicitarios y otros de naturaleza similar, y en su caso desarrollando nuevos estudios.

8.2.2. Esquemas cooperativos de investigación de mercados: federación-estados-destinos-empresas, vinculados a los convenios de publicidad cooperativa.

8.2.3. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente estudios de mercado.

8.2.4. Programa de financiamiento al consumo del turismo doméstico, incluyendo instancias como FONACOT y otros similares.

8.2.5. Consejo Nacional y Consejos Estatales de un Turismo para Todos.

8.2.6. Convenios de colaboración con dependencias de los sectores de desarrollo social y educativo, para fomentar la práctica del turismo como una alternativa de utilización positiva del tiempo libre.

2.6.4.- Política turística del Programa.

Existe implícita una filosofía de gobierno que se traduce en criterios de política que deben incidir en todas las acciones de gobierno en materia turística, convirtiéndose en referentes fundamentales para jerarquizar y discriminar decisiones:

1. Fomentar la competitividad integral de la oferta turística.
2. Maximizar equilibradamente los beneficios económicos, ambientales y sociales.
3. Impulsar el carácter horizontal, colaborativo y participativo de las iniciativas de gobierno en sus tres órdenes –federal, estatal y municipal– partiendo de realidades locales y regionales.



La naturaleza misma de las actividades vinculadas con el turismo implica transversalidad de las estrategias y acciones para el logro de los objetivos: una misma estrategia puede contribuir al logro de uno o varios objetivos; una misma acción contribuye para lograr diversos objetivos.

Por ello, en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, se plantean un conjunto de acciones vinculadas entre sí y que conforman programas instrumentales en diversos ámbitos, en algunos casos se propone la continuidad de los programas que se han venido realizando, con algunos ajustes, en otros casos son nuevos planteamientos que atienden nuevas realidades.

Son programas instrumentales:

- a) Mejora Regulatoria.
- b) Inversión Pública en Infraestructura y Equipamiento.
- c) Financiamiento y Asistencia Técnica.
- d) Regionalización de Acciones e Instrumentos.
- e) Evaluación: Gestión para Resultados.
- f) Establecer la estructura básica del Sistema de Evaluación del Desempeño (SED).

Las características de los Programas Instrumentales son:

- a) Mejora Regulatoria.

Este programa se estructura sobre la base de los diagnósticos y avances existentes en las actividades de la Secretaría de Turismo –Proyecto Nacional de Facilitación Turística– y quedará vinculado a los procesos de revisión y eventual publicación de una nueva Ley General de Turismo y los cambios que implica a otras disposiciones legales y normativas aplicables.

- b) Inversión Pública en Infraestructura y Equipamiento.

Este Programa reconoce la responsabilidad del Fondo Nacional de Fomento al Turismo y se vincula con el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012, pero no se limita a él. El Programa implica la consolidación del diagnóstico de necesidades de infraestructura y equipamiento, de acuerdo con los objetivos de desarrollo regional e integración de oferta competitiva.

- c) Financiamiento y Asistencia Técnica.

El Programa Instrumental de Financiamiento y Asistencia Técnica integrará los recursos disponibles para el desarrollo del turismo, en las entidades públicas nacionales, de cooperación internacional, organismos privados y otras organizaciones no gubernamentales. El Programa establecerá las reglas de operación considerando las



orientaciones del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y con apego a los criterios de fomentar la competitividad integral de la oferta turística; la maximización equilibrada de los beneficios económicos, ambientales y sociales.

d) Regionalización de Acciones e Instrumentos.

El Programa de regionalización de acciones e instrumentos será el referente para la reingeniería de las instancias federales de turismo. Este Programa atenderá el criterio de impulsar el carácter horizontal, colaborativo y participativo de las iniciativas de gobierno, partiendo de realidades locales y regionales. El Programa quedará a cargo de la Secretaría de Turismo.

e) Evaluación: Gestión para Resultados.

Este Programa se vincula con los criterios establecidos por la Presidencia de la República, para el ejercicio del gasto público. Las definiciones para avanzar en este propósito son:

a) Impulsar la estrategia de la Gestión Pública para Resultados.

b) Definir e implantar las bases para el Presupuesto basado en Resultados, como un instrumento que permita:

I. Vincular los programas presupuestarios y los objetivos estratégicos de las dependencias y entidades con el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y sus programas.

II. Implantar la matriz de indicadores como una herramienta de planeación estratégica para los programas presupuestarios que genere los indicadores, estratégicos y de gestión, que permitirán evaluar el logro de los resultados.

III. Mejorar la programación para orientarla a resultados.

IV. Incentivar una nueva dinámica organizacional al interior de las dependencias y entidades, vinculando las unidades y áreas responsables de la planeación, programación, presupuesto y evaluación, con las unidades administrativas encargadas de los programas presupuestarios.

f) Establecer la estructura básica del Sistema de Evaluación del Desempeño (SED) y sus principales componentes:

I. Evaluación para resultados de las políticas públicas y programas presupuestarios.

II. Promover la eficiencia y eficacia institucional mediante un programa de mejoramiento de la gestión pública de mediano plazo, para modernizar y mejorar la prestación de los servicios públicos. De acuerdo a lo dispuesto por la Presidencia de la República y las entidades globalizadoras de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Turismo y



sus entidades sectorizadas deberán observar la administración por resultados, para cumplir con oportunidad y eficiencia las metas y objetivos previstos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y sus respectivos programas presupuestarios anuales. Para ello, el proceso de programación-presupuestación se deberá realizar bajo el enfoque de Gestión para Resultados que: Usa información del desempeño para mejorar la toma de decisiones e incluye herramientas de planeación estratégica, uso de modelos lógicos, monitoreo y la evaluación de los resultados.

Los principios en que se basa la Gestión para Resultados se aplican a cualquier nivel: nacional, sectorial, regional, institucional, de programa, de proyecto y actividades del sector público, bajo los cinco principios siguientes:

a) Centrar las decisiones en los resultados: que el foco de atención y la toma de decisiones se mantengan siempre en los resultados en todas las etapas del proceso presupuestario: planeación, programación, presupuestación, ejercicio, control, seguimiento, evaluación y rendición de cuentas.

b) Alinear la planeación estratégica, la programación, el monitoreo y la evaluación con los resultados: estos elementos deben diseñarse y alinearse dinámicamente para apoyar el logro de los resultados.

c) Mantener la medición e información sencillas: los sistemas de información y de indicadores deben estar orientados a resultados, ser factibles de recopilar, susceptibles de comparar, oportunos, de bajo costo y sencillos de utilizar.

d) Gestionar para, no por, resultados: significa concentrarse en los resultados y efectos deseados, y no solamente en los insumos y procesos requeridos para su consecución. Lo anterior implica un cambio en la visión de cómo debe realizarse la gestión pública.

e) Usar la información de resultados para el aprendizaje, la toma de decisiones y la rendición de cuentas: la información y experiencia adquirida deben utilizarse de manera sistemática en la toma de decisiones para el mejoramiento continuo de los programas y la gestión pública, la asignación de recursos y el logro de resultados. La información de resultados será el elemento fundamental para la rendición de cuentas y la transparencia.

En este marco, el Presupuesto basado en Resultados es un instrumento de la Gestión para Resultados y consiste en un conjunto de actividades y herramientas que permitirá que las decisiones involucradas en el proceso presupuestario incorporen, sistemáticamente, consideraciones sobre los resultados obtenidos y esperados de la aplicación de los recursos públicos, y que motiven a las dependencias y entidades a lograrlos, con el objeto de mejorar la calidad del gasto público federal y la rendición de cuentas.

El Presupuesto basado en Resultados pretende que las definiciones de los programas presupuestarios se deriven de un proceso secuencial alineado con la planeación programación, estableciendo objetivos, metas e indicadores en esta lógica, a efecto de hacer

más eficiente la asignación de recursos, considerando la evaluación de los resultados alcanzados y la manera en que las dependencias y entidades ejercen los recursos públicos.

Por ello es indispensable que se desarrolle un proceso de reingeniería de las instancias públicas federales del sector turismo para que se puedan poner en práctica la Gestión para Resultados y su reflejo en el Presupuesto basado en Resultados.

La responsabilidad de este programa de Evaluación es de la Secretaría de Turismo, a través de la Unidad Técnica de Evaluación, con el apoyo de las áreas de innovación y calidad, así como de las instancias sectorizadas. Un instrumento de este programa será el Comité Técnico de Estadísticas del Sector Turismo, que se constituye en un proveedor fundamental de insumos para la evaluación de los resultados y las actividades que realiza el área de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo.

2.6.5.- Impacto esperado del Programa.

El impacto del Programa está enfocado en lograr acuerdos de manera que los sectores público, privado y social se comprometan y colaboren para lograr un cambio cualitativo que modifique la ecuación turística actual e incremente el ingreso turístico atrayendo viajeros internacionales con una mayor capacidad de gasto y simultáneamente apoyar el desarrollo del turismo nacional.

La aplicación de políticas y programas se utiliza para reencauzar el turismo receptivo de México como un destino de alto valor, que aprovecha las oportunidades que se le abren en el plano mundial y las ventajas que tiene el país para aumentar la penetración en nuevos mercados y para diversificar los segmentos con la finalidad de elevar el gasto y la estadía. A su vez se pretende fomentar el turismo interno, impulsando y diversificando los atractivos dirigidos a los viajes familiares, educativos y culturales.

Las condiciones del mercado muestran la necesidad de desarrollar nuevos productos que consoliden y enriquezcan la oferta actual, y efectuar proyectos orientados a segmentos especializados para nichos de mercado que demandan una elevada calidad en el servicio, es decir efectuar un cambio cualitativo que le permitirá a México avanzar en su posición dentro de los primeros países en el mundo en cuanto al número de llegadas internacionales que generarán un incremento sustancial del gasto medio y del ingreso turístico. Para lograr lo anterior se deberá intensificar la promoción para atraer nuevos segmentos de mercado que gustan del turismo especializado. También se deberá estimular e incentivar la actividad vacacional del turismo nacional, a través de mecanismos eficaces que permitan tarifas atractivas.

Este programa considera al gobierno como promotor para conducir el desarrollo, actuando como enlace con otros sectores, como coordinador y coadyuvante para que empresarios y prestadores de servicios trabajen en conjunto, así como contribuir como promotor en el incremento de infraestructura física.



2.7.- El plan maestro Mar de Cortés.

El plan maestro del mar de Cortés es un proyecto del gobierno federal y de los estados de Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora, que busca fomentar un desarrollo turístico regional integral, dicho plan maestro contempla tres programas que son:

- I.-Escalas náuticas.
- II.-Regiones turísticas integrales.
- III.-Mejoramiento de localidades de la costa.

El plan maestro del Mar de Cortés pretende promover esta región en favor de nuevas oportunidades para las comunidades, a través de la captación de nuevos segmentos del mercado por medio de una adecuada mezcla de productos, el uso adecuado de los recursos y la preservación del medio ambiente.

Bahía de Kino necesariamente está ligada al desarrollo de la región en la que se encuentra inserta y su futuro se ve ligado con el ecosistema, por lo que el cuidado y ordenamiento del mismo es vital para el desarrollo, debiendo buscarse el equilibrio entre las actividades productivas y recreativas con su conservación.

2.8.- Proceso de transición en el sector turístico mexicano.

La economía mexicana atraviesa por una etapa difícil, ya que se han presentado desequilibrios en la economía mundial que tienen una repercusión en el sector turístico.

Ante estas perspectivas, y dada la importancia que tiene el turismo en materia económica para el país es indispensable que los actores que intervienen en los ámbitos gubernamental, empresarial, intelectual y académico, enfoquen los esfuerzos en el impulso de programas y estrategias que impidan el estancamiento del sector así como alcanzar consensos en temas como:

- Ahorro privado y social en la construcción de infraestructura física para el desarrollo del sector turístico.
- Crecimiento acelerado, sostenido, que impulse la generación de empleos y políticas de redistribución justas.
- Desarrollo de capital humano y social.
- Nuevas políticas presupuestales como parte de una reforma de la administración pública.

Es necesario reconocer que el turismo constituye un instrumento eficaz para contribuir a enfrentar los retos nacionales en la actualidad, y que su correcto desempeño debe jugar un rol central en las estrategias necesarias para mejorar la situación económica actual.



III.- VIABILIDAD Y PROPUESTA DEL DESARROLLO INMOBILIARIO TURISTICO CAMPO DE GOLF EN BAHIA DE KINO.

3.1.- Objetivo y metodología del proceso de planeación del desarrollo inmobiliario.

La finalidad del proceso de planeación turística es la identificación de sitios y regiones con potencial para satisfacer las demandas existentes, así como la elección de los productos turísticos que respondan a las tendencias actuales del mercado de manera que su realización induzca el desarrollo económico en dicha zona o región.

El proceso sugerido para la planeación de nuevos desarrollos turísticos incluye dos fases:

En la primera fase se identifica el sitio que por sus características cuenta con potencial de desarrollo.

La segunda fase se realiza una evaluación con mayor profundidad lo cual implica un estudio de mercado así como la elaboración de presupuestos de inversión basados en costos paramétricos, la proyección de escenarios y la realización de corridas financieras considerando indicadores de rentabilidad adecuados.

3.2.- Factores determinantes en la planeación del desarrollo inmobiliario.

Los factores determinantes brindan información fidedigna sobre las cualidades y diversidad de atractivos en la oferta, sobre el nivel de desarrollo de la actividad turística, su dinámica y posicionamiento en los mercados nacional e internacional que servirán para determinar el potencial de desarrollo turístico del sitio.

En esta fase es importante tomar en cuenta los siguientes factores:

- Reserva territorial.
- Condiciones naturales.
- Ocupación actual del territorio.
- Factibilidades.
- Infraestructuras.
- Contexto urbano.
- Mercado potencial y actual.
- Oferta actual de servicios de alojamiento.
- Construcción de escenarios.
- Definición y mezcla de productos.
- Análisis de inversión y corrida financiera.



3.3.- Reserva territorial.

La adquisición de la reserva territorial es un evento crucial dentro de la primera fase del proceso de planeación. La disponibilidad de una extensión con amplio potencial de y viabilidad de desarrollo turístico en condiciones de plena seguridad en la propiedad de la tierra constituye la base para avanzar en la segunda etapa del proceso de planeación.

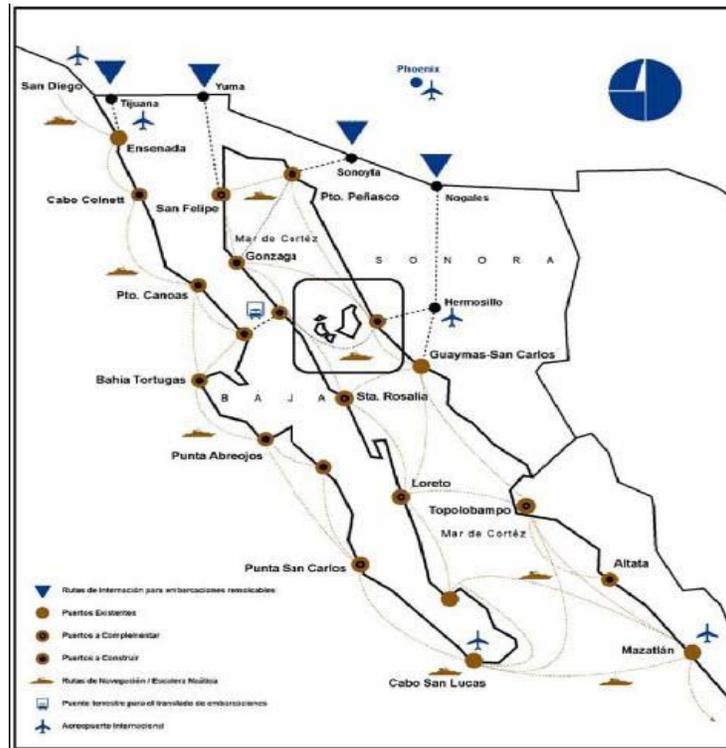
Esta tarea debe realizarse en forma meticulosa por dos razones fundamentales: Primero porque normalmente conlleva la aplicación de importantes recursos y segundo porque una condición indispensable es garantizar que la reserva cuente con plena seguridad en su régimen de propiedad.

3.3.1.- Localización geográfica Bahía de Kino.

El Poblado Bahía de Kino es una localidad que forma parte del Municipio de Hermosillo se encuentra a tan solo 107 kilómetros de la capital del estado. Se localiza en la región costera del Estado de Sonora, colindando al norte con los Municipios de Pitiquito y Carbó, al sur con la costa de Guaymas, al este con el Poblado de Miguel Alemán y al oeste con el Mar de Cortés. Se estima que toda la región de la Costa, ocupa una extensión de 5,643 Km² aproximadamente. Es considerada como localidad turística y de servicios.



Localización dentro de la República Mexicana.



Localización dentro del estado.

Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo SECTUR 2008.

En la imagen es importante destacar los aeropuertos internacionales que existen en la zona así como la ventaja que presenta la cercanía de Bahía de Kino al aeropuerto internacional de Hermosillo capital del estado de Sonora. También en la imagen es posible observar los Aeropuertos de estados aledaños como Baja California y Sinaloa.

3.3.2.- El terreno.

El terreno específico del presente estudio se localiza en el centro del litoral sonorense, en la localidad de Bahía de Kino, municipio de Hermosillo, Sonora. El centro del terreno de 210 has. de extensión se localiza, aproximadamente, a los 28° 50' 55'' de latitud N y los 111° 58' 21'' de longitud W. Se trata de un terreno alargado en forma de trapecio con orientación NW – SE.

Los 4 polígonos que conforman el predio tienen las siguientes dimensiones:

- 1.- 87 ha.
- 2.- 63 ha.
- 3.- 20 ha.
- 4.- 40 ha.



Imagen de los 4 polígonos que conforman el terreno.

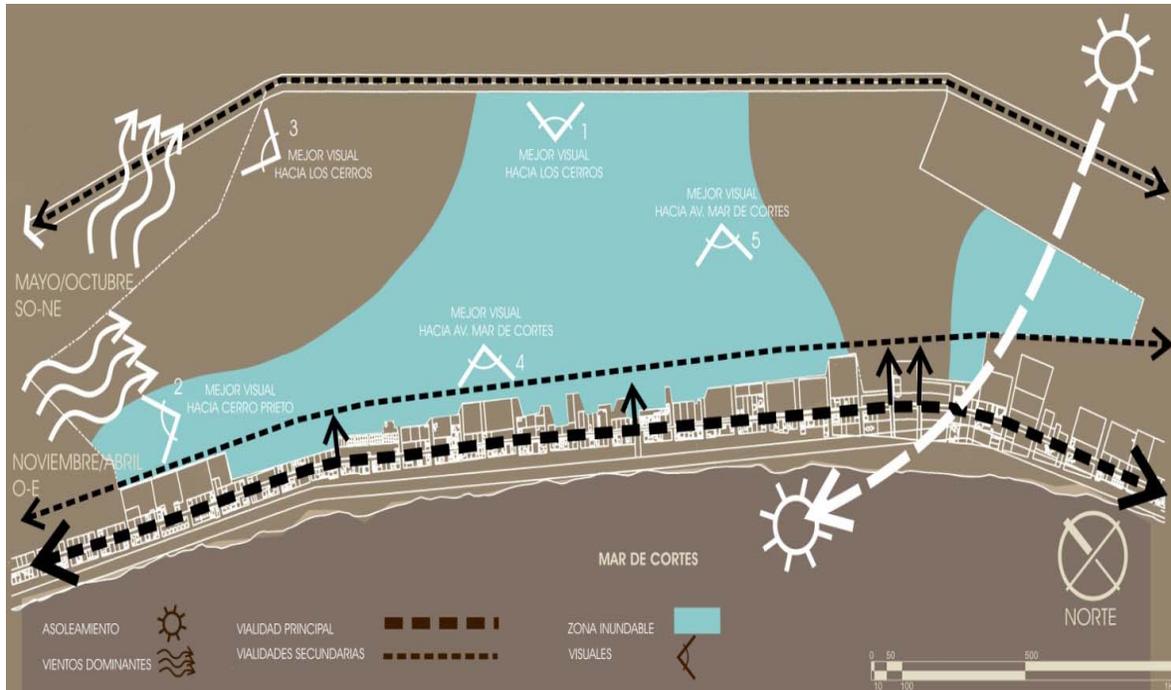
El frente del predio se extiende de forma paralela tanto al boulevard Mar de Cortés como al litoral. El lindero frontal es muy irregular (determinado por el trazo catastral de los predios con frente al boulevard), mientras que el lindero posterior es completamente recto. El polígono tiene la apariencia de un trapecio, siendo el frente que da hacia el litoral el de mayor amplitud.



Vista aérea de la zona.



Su área de influencia comprende la ciudad de Hermosillo, parte de la región de San Carlos, Guaymas, las islas de Alcatraz, San Esteban, Patos, la Isla del Tiburón y el pueblo Seri.



La imagen muestra la orientación del predio, las vistas y el rumbo de los vientos dominantes.

3.4.- Condiciones naturales u oferta primaria.

La evaluación de las condiciones naturales está orientada principalmente a determinar el potencial de aprovechamiento del predio, el clima y el nivel de vulnerabilidad de la zona por lo que destaca el estudio de la orografía e hidrografía general del sitio, de sus valores paisajísticos asimismo el análisis debe incluir los riesgos como ciclones, sismos, inundaciones y deslaves, esto conduce a una calificación sobre el potencial de desarrollo del sitio elegido.

3.4.1.- Clima.

La clasificación climática se denomina seco semi-cálido, caracterizado por lluvias en verano. La temperatura media es de 15°C y una mínima de 13 °C. con nubosidad generalmente escasa, distribuida a través del año. La insolación, es de 10 a 14 horas. La precipitación media anual es de 202.9 mm, siendo el periodo más lluvioso de Julio a Septiembre. En el mes de Marzo y Abril se presentan escasas precipitaciones.



Imagen de la isla tiburón, parte del atractivo natural del sitio.

3.4.2.- Topografía.

La Zona de estudio se encuentra en una planicie con suaves pendientes hacia el mar. Cuenta con algunos cerros y lomas en las cercanías que son:

- Cerro Prieto: 100 mts. Altura.
- Cerro de la Cruz: 100 mts. Altura.
- Eucla: 370 mts. Altura.
- Torolijo: 480 mts. Altura.
- Cerro de San Nicolás: 330 mts. Altura.



Imagen que muestra las cerranías aledañas a la zona de estudio.

3.4.3.- Hidrografía.

Esta región es considerada árida con 200 mm de precipitación media anual, con un coeficiente de escurrimiento del 5-10 % provocando que no se tenga corrientes superficiales importantes. El manto acuífero de mayor importancia en la región se localiza en la planicie costera de Hermosillo.



A pesar de ser una zona árida existen zonas de encharcamiento moderado por saturación del suelo.

3.4.4.- Flora.

En la zona predomina la vegetación de carácter desértico, y es común encontrar especies como el sahuaro, mezquite, palo verde, arbustos como la lantana, angelita daisy, hesperaloe y bugambilia.



La zona se caracteriza por tener amplia variedad de cactáceas.

3.5.- Ocupación actual del territorio Bahía de Kino.

En la década de 1930 un grupo de pescadores se estableció y fundó lo que hoy se conoce como Kino Viejo, un asentamiento humano donde se encuentra la huella del pueblo Seri, que hasta ahora mantiene viva su tradición y cultura, de esta forma en la estructura actual del poblado se identifican dos modalidades de ocupación del territorio: Bahía de Kino Viejo poblado básicamente de pescadores y Kino Nuevo, que es una ampliación del poblado relativamente reciente con una vocación netamente turística es aquí donde se ha planteado la introducción de un desarrollo inmobiliario turístico capaz de atraer una mayor cantidad de turistas tanto nacionales como internacionales.

A lo largo de los años este poblado se ha convertido en un destino turístico para la ciudad de Hermosillo, así como de otros municipios y estados cercanos del país y de los Estados Unidos principalmente Arizona y California.

Bahía de Kino está localizada estratégicamente en la región y a través de la inversión en materia de desarrollo inmobiliario muy pronto estará inmersa en una dinámica de crecimiento impulsada por el Gobierno del Estado.

Este es un momento importante para el poblado de Bahía de Kino, en el que se deben tomar las decisiones que han de definir su futuro, para pasar de un destino turístico de interés local a un nivel internacional.



Imagen del poblado Bahía de Kino.



3.6.- Factibilidad de desarrollo inmobiliario turístico.

El presente proyecto se circunscribe al Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012, así como al Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 guías de las acciones del Ejecutivo Federal, toda vez que es congruente con los objetivos rectores y estrategias contenidas en dichos documentos.

La estrategia del Proyecto en Kino Nuevo también se encuentra sujeta a reglamentos y normas dentro del ámbito federal, estatal y municipal. A nivel estatal se encuentra sujeta a la Ley de Desarrollo Urbano para el Estado de Sonora (LDUES).

La estructura de estos documentos, tiene como objeto respetar el medio ambiente generando el mínimo impacto posible, bajo una planificación y ordenación equilibrada entre los sectores social, económico y ecológico.

La oferta incluirá productos y servicios como: campo de golf, residencia (viviendas y lotes en condominio), hoteles y locales comerciales. Un producto turístico que complementará esta oferta tradicional de los destinos de sol y playa, es el campamento de esquí acuático. Se trata de un producto con una demanda potencial importante, que carece de una oferta adecuada tanto en la región del litoral sonorense.

El proyecto contempla la aplicación de una amplia red de tecnologías de operación y mantenimiento de instalaciones, concebidas con especificaciones acordes con la alta calidad prevista para este destino. De forma particular, se prevé la aplicación de tecnologías especiales como: desalinización para abastecimiento de agua potable, plantas de tratamiento de aguas residuales, así como una subestación de energía eléctrica a todo el conjunto.

3.7.- Factibilidad legal del terreno.

Mediante convenio entre el Gobierno del Estado de Sonora y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo se donaron 210.10 hectáreas constituidas por cuatro polígonos.

Para la identificación de la propiedad en la zona se tomó como base, las escrituras número 10 y 11, del Volumen 2 de protocolo especial del Patrimonio Inmobiliario Federal, del 25 de abril de 2007.

Con la suscripción de los convenios de febrero de 2006 y julio de 2003, se garantiza que en el marco de sus atribuciones, las dependencias involucradas en el proyecto, atenderán acciones necesarias para su realización.

Por su parte, el Gobierno del Estado lleva a cabo las obras de mejoramiento carretero costera de San Luis Río Colorado a Empalme en Kino, así como la reubicación de la garita aduanal a la ciudad de Empalme.



3.8.- Factibilidad en materia ambiental.

En materia ambiental el proyecto cumple con lo dispuesto en la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente de la SEMARNAT y de la misma manera se enmarca en el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial del Proyecto Marino del Golfo de California, publicado a finales del año 2006, en el que se establecen las políticas y criterios generales para el desarrollo de la región.

3.9.- Infraestructura para conectividad aérea.

Para el acceso aéreo a Bahía de Kino se cuenta con el Aeropuerto Internacional de Hermosillo “General Ignacio L. Pesqueira”, localizado en el kilómetro 9.5 de la carretera estatal N° 100 Hermosillo - Bahía de Kino. Se trata de un moderno aeropuerto localizado a sólo 15 minutos de la ciudad de Hermosillo. Cuenta con 2 pistas con capacidad para realizar hasta 35 operaciones aéreas por hora.

El edificio de la terminal aérea tiene una capacidad comercial de 493 pasajeros por hora. Además, dispone de restaurante, dos bares y diversas tiendas, así como servicio de taxis para la transportación.

Por el volumen de pasajeros transportados el aeropuerto de Hermosillo es el 8° del país detrás de los aeropuertos de Cd. de México, Cancún, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Puerto Vallarta y San José del Cabo; por el volumen de operaciones, igualmente, el de Hermosillo se coloca como el 8° aeropuerto del país.

Desde el año 2000 representa alrededor del 3.0% de las operaciones atendidas en la aviación comercial mexicana, con una tasa de crecimiento media anual de 6.1%.

3.10.- Infraestructura de transportes carreteros.

El proyecto de Bahía de Kino cuenta con un sistema de vialidades jerarquizadas en regiones primarias como la carretera estatal 16 hacia Hermosillo y la carretera costera que permiten un acceso rápido y seguro al destino, esto responde en buena medida, a la preocupación explícita del gobierno estatal por desarrollar la actividad turística, lo que se refleja en una política de inversión en infraestructura carretera destinada a eficientar la comunicación interestatal y la demanda existente en el suroeste de los Estados Unidos.

3.11.- Infraestructura de energía eléctrica.

La localidad de Bahía de Kino cuenta con el suministro de energía eléctrica suficiente para cubrir la demanda requerida ya que cuenta con:

-Alta tensión Línea de 115 Kv. que alimenta la subestación de Bahía de Kino.



-Subestación Reductora de 115 Kv a 13.8 Kv, con interruptores, equipos de telecontrol nuevos y en buen estado.

El suministro de energía eléctrica llega a la localidad a través de la línea de alta tensión ya descrita que corre paralela a la carretera estatal Hermosillo – Bahía de Kino. Al llegar a la subestación eléctrica, se derivan líneas de distribución (13.8 Kv.) que se dirigen hacia la punta Santa Cruz, el poblado de Kino Viejo y la zona de Kino Nuevo.

El servicio de energía eléctrica es bueno. Según datos del INEGI, en 2000 el 87.6% de las viviendas contaba con este servicio.

Finalmente debe señalarse que la zona dispone de una capacidad eléctrica instalada suficiente para el desarrollo de la región.

3.12.- Infraestructura de agua potable.

Este servicio se proporciona a través de un pozo de extracción del cual se obtiene el vital líquido a través de un cárcamo, generando un volumen de 40 litros por segundo. Una vez extraído, el líquido es re bombeado hacia tanques de almacenamiento de 1,000 m³ por medio de líneas de conducción de 10 pulgadas de diámetro.

Por especificaciones del proyecto se considera importante la instalación de una planta desalinizadora que incremente el suministro de este recurso, a su vez el desarrollo inmobiliario contara con reservas que se construirán específicamente para los requerimientos específicos del proyecto en cuestión.

3.13.- Infraestructura de alcantarillado y tratamiento de aguas residuales.

El servicio de alcantarillado existente en Bahía de Kino no es el óptimo por lo cual es una prioridad dentro de las infraestructuras a mejorar por parte del Gobierno del Estado, no obstante se utilizan los cárcamos de bombeo para eliminar los excedentes de agua.

Hay que considerar que este servicio se verá notoriamente incrementado a través de la inversión que se generara para desarrollar el proyecto turístico.

La zona carece de un adecuado sistema de drenaje pluvial, por esto el proyecto en Kino Nuevo incluye cuerpos de agua que permitirá aprovechar adecuadamente las zonas inundables en temporada de lluvias.

El desarrollo inmobiliario turístico prevé la reutilización de aguas residuales para riego y conservación de espacios abiertos y jardinería; además de sistemas de drenaje separado para aguas residuales y aguas pluviales.



3.14.- Contexto urbano.

El contexto urbano inmediato está comprendido por el poblado de Kino viejo, es decir el asentamiento poblacional original, este tiene una gran importancia ya que debe complementarse con Kino Nuevo lugar donde se pretende llevar a cabo el nuevo desarrollo inmobiliario, entre estos territorios debe existir una sinergia que muestre tanto el atractivo tradicional de la zona con la nueva mezcla de usos de manera que resulte sumamente atractivo al nicho de mercado al que está dirigido. De esta manera es necesario hacer un minucioso diagnóstico de la imagen urbana actual y las líneas estratégicas a seguir para su mejoramiento sin olvidar el equipamiento y servicios existentes que conformaran parte de la oferta a los visitantes.

La imagen urbana que presenta Kino Viejo actualmente muestra un modesto perfil económico reflejado en la calidad de las construcciones; además muestra una mezcla de usos de suelo, a lo largo de la red de vialidades pavimentadas.

El centro urbano presenta poco mantenimiento, así como la presencia de usos de suelo poco incompatibles, con construcciones colocadas en forma provisional sobre la banqueta o que no siguen un alineamiento definido.

Un alto porcentaje de las viviendas aún se encuentran con materiales de construcción variados, que van desde la madera, hasta el block de cemento arena o ladrillo.

En general el poblado muestra deficiencias en cuanto al nivel de urbanización, así como insuficiencia de áreas verdes. Dichos factores han contribuido para hacer de la zona de Kino Viejo, una comunidad con una imagen urbana poco consolidada carente, no obstante la población cuenta a su favor con diversidad de elementos naturales que posibilitan mejorar su fisonomía con relativa facilidad.

3.14.1.- Análisis de imagen urbana.

La imagen urbana es el reflejo de las condiciones generales de un asentamiento, es la expresión de la totalidad de las características del poblado y la sociedad que lo conforma. Por ello es importante analizar los elementos y atributos que la conforman con la finalidad de evaluar globalmente sus condiciones y con ello establecer acciones que contribuyan a su mejoramiento. En este análisis se incluyen tanto los elementos naturales, como aquellos elementos resultado de la acción del hombre: urbanos y arquitectónicos, buscando incorporar la historia y la cultura local.

Para empezar deben definirse los elementos de la imagen urbana los cuales se dividen en:

Puntuales: Nodos e hitos. Los nodos son los puntos estratégicos de la ciudad a los que puede ingresar un observador y constituyen los focos intensivos de los que parte o se encamina. Pueden ser confluencias, un cruce o una convergencia de sendas. Dentro del poblado pueden identificarse los siguientes nodos:

- Los cruces con la Carretera No. 100 con las calles Acapulco, Padre Francisco Eusebio Kino, Guaymas y Mazatan.
- El cruce de la calle Puerto Vallarta y Blvd. Padre Francisco Eusebio Kino.
- El cruce de la calle Puerto Vallarta y Acapulco.
- El cruce de la calle Miramar, Acapulco y Padre Francisco Eusebio Kino.



En la imagen pueden ubicarse los nodos mencionados.

Hitos: Son otro tipo de punto de referencia, pero en este caso el observador no entra en ellos, sino le son exteriores. Son los rasgos prominentes en una ciudad o poblado.

- La capitania de puerto.
- El muelle.



En la imagen puede ubicarse el hito del poblado Kino viejo.

Lineales: Bordes y sendas. Los bordes son los elementos lineales límites entre dos fases, es decir rupturas de la continuidad están considerados dentro de este rubro:

- El borde natural y principal de la zona es la playa.
- La carretera No. 100 (Mar de Cortés).



La imagen muestra los bordes principales de la localidad.

Mientras que las sendas se definen como los conductos que sigue el observador normalmente, ocasionalmente o potencialmente en el poblado se ubican:

- Como senda principal se localiza la carretera No. 100 (Mar de Cortés) que cruza la zona de este a oeste.
- Boulevard Padre Francisco. Eusebio Kino, Acapulco y Guaymas de norte a sur.

-Tampico y Puerto Vallarta de este a oeste, estas vialidades no cuentan con remates visuales, pero se les considera de gran potencialidad para obtener un carácter propio.



Sendas principales del poblado.

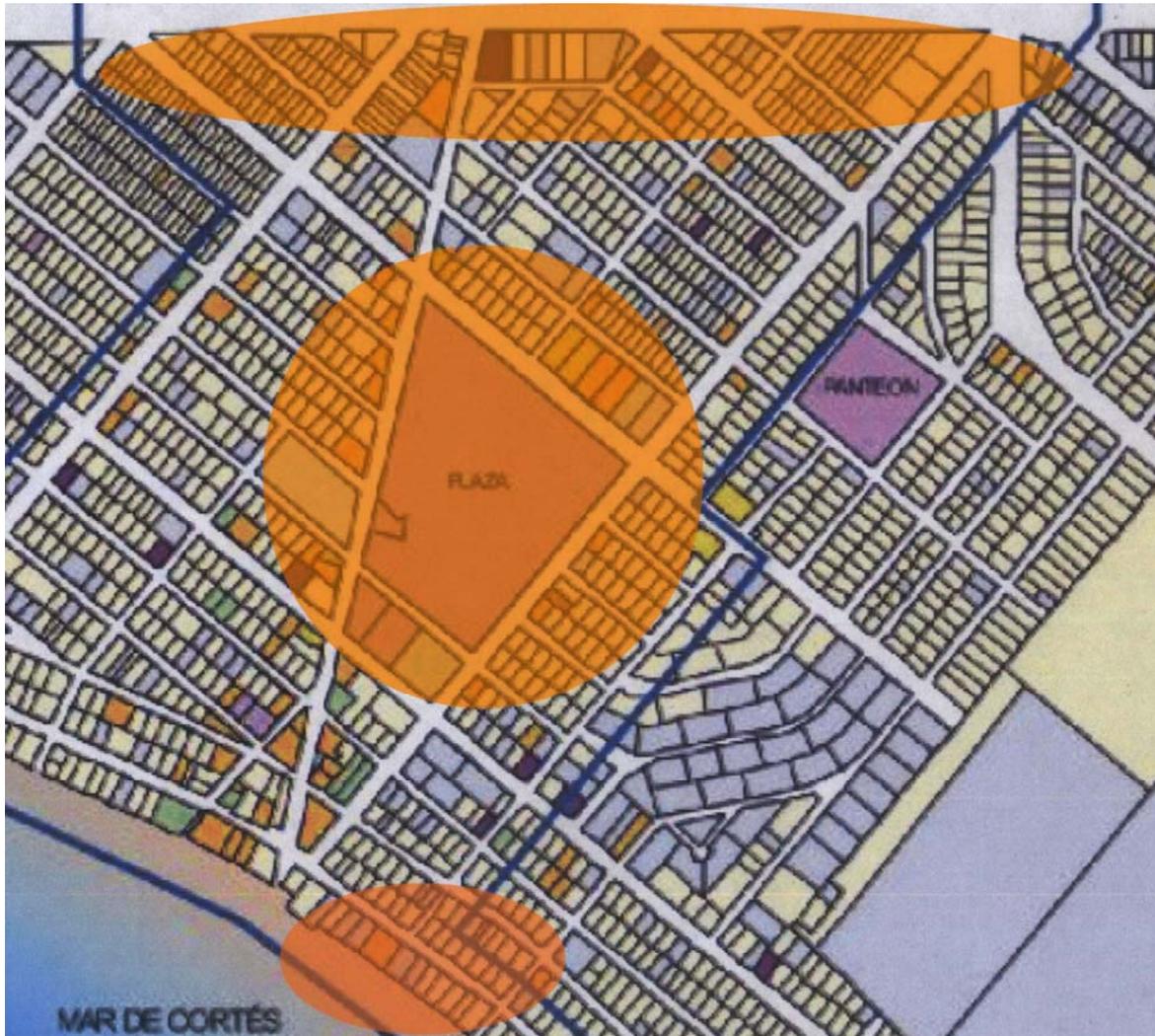
Poligonales: Barrios. Los barrios son secciones del asentamiento concebidas bidimensionalmente, en donde el observador entra mentalmente ya que son reconocibles como si tuviera un carácter común que los identifica.

- Bahía de Kino Viejo está dividida por colonias, de las cuales entran en el área de estudio las siguientes: Carnavalito, Artesanos, Primavera, Centro, Loma linda y Barrio de la cruz.

- Zona centro, donde se ubican los principales equipamientos y servicios de la localidad.

-Zona de actividad pesquera, donde se ubican pescaderías y almacenes.

--Zona de actividad comercial, localizada en la franja de la Carretera presta servicios de restaurantes, gasolinera y comercio en general.



Barrios localizados en la zona.

Ubicación de elementos de la imagen urbana.

Para la intervención en el mejoramiento de la imagen, se analizaron los atributos de la imagen urbana de la zona de interés, para establecer las prioridades de atención, desde el punto de vista paisajístico, económico y social.

Se consideraron 11 atributos de la imagen y funcionamiento urbano, los que pueden ser percibidos por el observador dichos atributos son:

Legibilidad.- La facilidad para comprender la ciudad o una parte de ella.

Permeabilidad.- La facilidad para desplazarse por y a través de la ciudad o parte de ella.

Variedad.- La diversidad de características de los elementos y componentes de la imagen urbana.

Orden.- La lógica y coherencia en la relación entre los elementos de la imagen urbana.

Unidad.- El sentido de congruencia y correspondencia entre los elementos y componentes de la imagen urbana.

Continuidad histórica.- La cohesión entre los diferentes elementos y componentes de la imagen urbana.

Limpieza.- La ausencia de elementos contaminantes o que impliquen la alteración de la imagen urbana.

Salubridad.- La percepción de la ausencia de enfermedades o riesgos de contraerlas.

Seguridad.- La percepción de tranquilidad y confianza (seguridad pública y seguridad civil)

Modernidad.- La percepción de contar con los elementos de la vida moderna y la tecnología contemporánea.

Dinamismo.- La percepción de actividad física, social y económica.

A continuación se muestra un levantamiento fotográfico:



Crucero de la calle Mar de Cortes con la calle Acapulco.



La imagen expuesta tiene vista al poniente y oriente, por la calle Mar de Cortés, Vista al sur y norte por la calle Acapulco y vista al noroeste de la calle San Agustín. Donde se puede notar la falta de elementos que indiquen la llegada al poblado, así como información sobre los atractivos con que cuenta el poblado Kino Viejo.



Crucero de la Calle Mar de Cortes con la Calle Francisco Eusebio Kino.

La imagen está tomada con vista hacia el poniente y oriente, uno de los elementos que sobresalen es la gasolinera ubicada en la intersección de las principales vialidades de Kino Viejo, sirviendo como punto de referencia. La vista al norte muestra el desarrollo del poblado, que cuenta con camellones alumbrados; así como la amplitud de las vialidades permitiendo considerar corredores peatonales y vehiculares.



Crucero de la calle Mar de Cortés y Guaymas.

Este es otro nodo de importancia dentro del poblado, debido a su dimensión e importancia por los servicios que presta.



Crucero de la calle Miramar y calle Acapulco, donde se observa una palmera como remate visual siendo un elemento agradable y atractivo a la imagen del poblado. El poblado cuenta con una gran variedad de vegetación que puede ser utilizada para el mejoramiento de la imagen urbana.



Se observan algunos baldíos de gran tamaño que pueden ser utilizados en beneficio de la comunidad convirtiéndolos tanto en plazas como en áreas verdes. Es muy importante en este tipo de zonas dar prioridad al peatón así como formar recorridos de interés agradables para la comunidad y los turistas, así mismo promover la playa con servicios comerciales.

El análisis de la zona de estudio debe tomar como prioridad las líneas estratégicas establecidas por el Gobierno del Estado de Sonora en el año 2007 para el mejoramiento de Bahía de Kino y su imagen urbana mismas que se describen a continuación:

1. Infraestructura y servicios.

En esta línea estratégica se incluyen las acciones y proyectos tendientes a mantener y aumentar la calidad y niveles de la infraestructura de manera planeada en el corto, mediano y largo plazo, siendo prioritario el plantear soluciones para la disposición de las aguas negras en zonas que muestren insuficiencia en este servicio.

La finalidad de dotar de equipamientos y servicios básicos es hacer más comfortable las condiciones de vida de la población actual y aumentar la competitividad de la localidad en materia turística.

2. Intervención en el espacio público.

El mejoramiento y revitalización de la zona central de la población se fomentará mediante el rescate del espacio público, incluidas las calles, banquetas, parques, plazas y edificios en donde se enfocarán los esfuerzos en busca de lograr la revalorización de las propiedades que motiven la actividad inmobiliaria y la activación económica.



El objetivo que se busca con esta línea de acción es hacer más atractivos y agradables los recorridos a través del poblado. Es importante el respetar y fomentar el uso de la vegetación existente para crear zonas sombreadas y atractivas.



Propuesta de intervención en el espacio público con corredores en torno a la Plaza.



Propuesta de intervención en el espacio público área de playa.

3. Identidad Urbana.

En esta línea estratégica se incluyen las acciones y proyectos tendientes a reforzar la identidad y la cultura local haciendo énfasis en la cultura Seri para que contribuya a enriquecer la legibilidad cultural del poblado de Kino viejo.

En este rubro la propuesta incluye la creación de nuevos hitos ubicados en cruces y plazas, como un proyecto de faro para la plaza central, y otros remates visuales.



Propuesta para mejoramiento de identidad urbana, en corredor mar de Cortes.



Propuesta para mejoramiento de identidad urbana, remate visual en acceso a la playa.



Propuesta para mejoramiento de identidad urbana, cruceo Vallarta.

4. Mejoramiento ambiental.

En esta línea estratégica se incluyen las acciones tendientes conservar y mejorar los valores y recursos naturales del centro de población, que contribuyan a hacer más salubre la localidad y aquellas que aporten al esfuerzo global de proteger el hábitat, un aspecto importante a combatir en el mejoramiento ambiental es la disposición de desechos sólidos en el área de playa y la concientización del uso de los contenedores de basura.

5. Red de Pavimentos y ordenamiento vial.

El este ámbito se busca planear en forma estratégica las obras de pavimentación que se requieren, buscando la aplicación eficiente de los recursos en obras que maximicen el impacto positivo y el equilibrio entre las necesidades generales de la zona y los requerimientos de las colonias. El uso de materiales como el adoquín y concreto son óptimos para las vialidades ya que presentan una apariencia típica y a su vez no requieren mantenimiento excesivo.

En una zona como esta es importante considerar al peatón como el principal usuario de las vialidades, esto debe tomarse en cuenta restringiendo el estacionamiento a un solo lado de la vialidad, promoviendo estacionamientos públicos en espacios adecuados y con sombra generando dentro de la misma vialidad el espacio óptimo para el peatón y para el ciclista.



Propuesta para mejoramiento de Pavimentos y ordenamiento vial, avenida Puerto Peñasco.



6. Promoción y Difusión.

La imagen urbana es finalmente, la expresión de la totalidad de las características de la ciudad y de su población, por lo cual se denota la importancia de desarrollar el atractivo cultural local y la amenidad de las actividades que la población realiza, fortaleciendo el arraigo y el afecto de la población por su localidad, mediante acciones y proyectos con el fin de fomentar el desarrollo y mejoramiento para beneficio de la propia comunidad y crear el interés por el destino.

3.14.2.- Equipamiento existente en Kino viejo.

El equipamiento existente en el poblado de Bahía de Kino en los aspectos de salud, educación, cultura, comunicación y deporte es el siguiente:

Salud.- Existe en la localidad un restringido número de elementos de equipamiento urbano, considerando la cantidad de habitantes que la conforman. En la localidad se cuenta con una clínica dependiente de la Secretaría de Salud del Estado y una unidad de urgencias perteneciente a la Cruz Roja.

Educación.- El sistema educativo está integrado por preescolar, primaria, secundaria y media superior (Tele-secundaria y CET del Mar), estas dos últimas de tipo técnico, todas ellas pertenecientes al sector público. Además se cuenta con un preescolar y una academia de computación pertenecientes a la iniciativa privada.

Equipamiento Cultural.- En el aspecto cultural existe un centro cívico social popular y un teatro al aire libre localizados en el área central de la localidad. Este último de reciente construcción a cargo del Gobierno Municipal.

Comercio.- La localidad cuenta con un establecimiento de Diconsa, el resto de los comercios existentes son particulares y comprenden: abarrotes, farmacias, carnicerías, tortillerías, tiendas de ropa y calzado y ferreterías.

Comunicación.- El poblado cuenta con los siguientes servicios de comunicación: Oficina de correos y telégrafos, existe red telefónica particular, y se pueden captar estaciones de radio de Hermosillo y Santa Rosalía, Baja California Sur.

Equipamiento deportivo.- Los elementos deportivos y de recreación están comprendidos por un campo de beisbol y una plaza pública ubicada en el área de equipamiento de Kino Viejo sobre la calle Vallarta y Eusebio Kino. Se encuentra también un centro deportivo, que actualmente cuenta con cancha de futbol y palapas.



3.15.- Mercado potencial.

La firma de consultoría internacional Ernst & Young a través de un extenso análisis concluye que la inversión de jubilados extranjeros en el mercado mexicano de bienes raíces se perfila atractivo ante un fenómeno en el que millones de norteamericanos y europeos esperan vivir su periodo de jubilación en naciones que les ofrezcan un estilo de vida relajado combinado con un moderado costo de vida y un menor costo de vivienda que en sus países de origen.

El análisis de la firma afirma que en los próximos 20 años unos 76 millones de estadounidenses llegarán a la edad de jubilación y cada vez una mayor proporción vivirá fuera de los Estados Unidos, de la misma manera millones de jubilados europeos se reubicarán fuera de sus países de origen y pronostican que 6 millones de británicos se reubicará en el extranjero. Por lo tanto la demanda de propiedades inmobiliarias de descanso por parte de estos jubilados extranjeros irá creciendo año con año, representando una gran oportunidad para invertir en el mercado inmobiliario de diversos países, entre ellos México.

Por las características identificadas en este análisis, es fácil percibir a México como una alternativa muy atractiva para este nicho de mercado principalmente para el de los Estados Unidos y Canadá, ante su cercanía geográfica, su infraestructura de servicios como conexiones aéreas, su oferta de playa, de ciudades coloniales, su clima, su oferta cultural, sus precios y servicios. Por la suma de estos elementos México aventaja a países de la región del Caribe, Centroamérica y Sudamérica, incluso en la parte de plusvalía porque dadas estas características los especialistas no descartan la posibilidad de que las propiedades lleguen a duplicar su valor en un mediano lapso de tiempo.

A su vez cabe señalar que de acuerdo con la empresa Softec, de los 76 millones de jubilados estadounidenses por lo menos el 5% considerará a México para adquirir una segunda residencia, lo que sin duda genera una demanda potencial considerable.

La posibilidad de este mercado puede generar beneficios en dos sentidos, en primer lugar las economías locales reciben un incremento en los gastos e inversiones realizadas por los jubilados tanto por la adquisición de propiedades y el gasto en el consumo de servicios como al abrir negocios locales.

Otra situación que debe tomarse en cuenta es que los desarrolladores de bienes raíces de los países de origen de los jubilados al sentir el efecto de la migración de los mismos intenten contrarrestar el fenómeno asociándose con desarrolladores de los países destino para proporcionar servicios de reubicación, así como construcción y venta de residencias.

Con esta perspectiva, la cercanía con la frontera de los Estados Unidos es uno de los factores determinantes en la elección de bahía de Kino como destino, a su vez debe tomarse en cuenta el desarrollo náutico del mar de Cortés.



Otro factor importante es que Bahía de Kino se encuentra a solo 1 hora del aeropuerto Internacional de Hermosillo de manera que esta es una ventaja por encima de sus competidores dentro del Estado.

Arizona es uno de los Estados norteamericanos que tiene mayor capacidad adquisitiva de la gente de mayor edad, es un área de retiro y sus pobladores pueden adquirir una propiedad a un precio mucho más accesible que en San Diego u otras ciudades de California.

Por su cercanía, el Mar de Cortés es un destino de playa natural para los habitantes de Arizona donde solo dos de cada diez habitantes lo conocen por lo que es muy importante incrementar su difusión.

3.16.- Mercado actual de Bahía de Kino en materia turística.

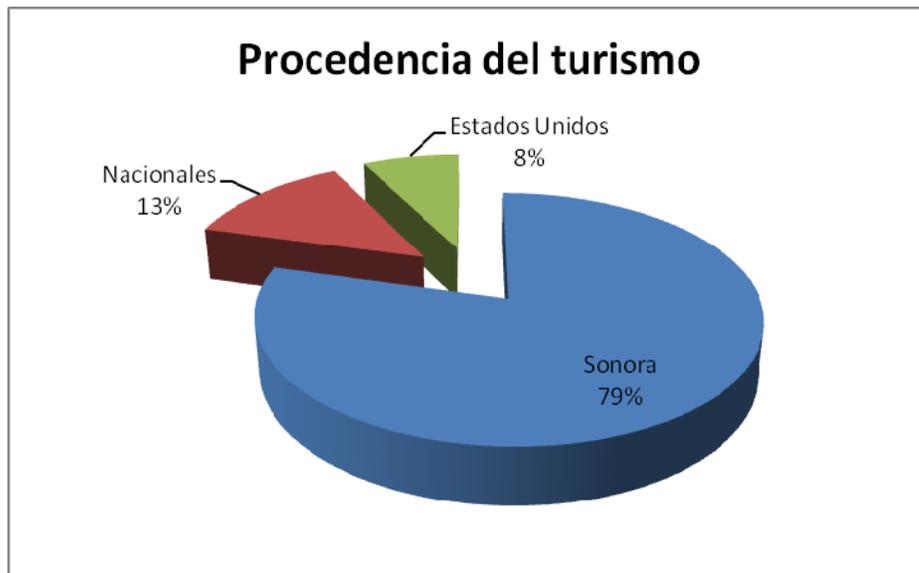
Bahía de Kino cuenta con una diversidad de atractivos naturales terrestres y acuáticos que fomentan la afluencia del visitante, sin embargo la carencia en materia de servicios y productos turísticos, no fomenta el posicionamiento de la zona de manera Internacional, por lo cual es de gran trascendencia llevar a cabo las acciones que permitan a Bahía de Kino desarrollar su crecimiento potencial.

3.16.1- Perfil y procedencia del turista actual.

Dentro de las características generales del turista que visita Bahía de Kino se destaca que en su mayoría se trata de adultos de alrededor de 30 años de edad, que asisten con sus familias. Hay una proporción ligeramente mayor de hombres que de mujeres. Generalmente asisten en grupos numerosos, de 8 personas en promedio. La gran mayoría provienen de la entidad y de esta cifra prácticamente la mitad proviene de Hermosillo.

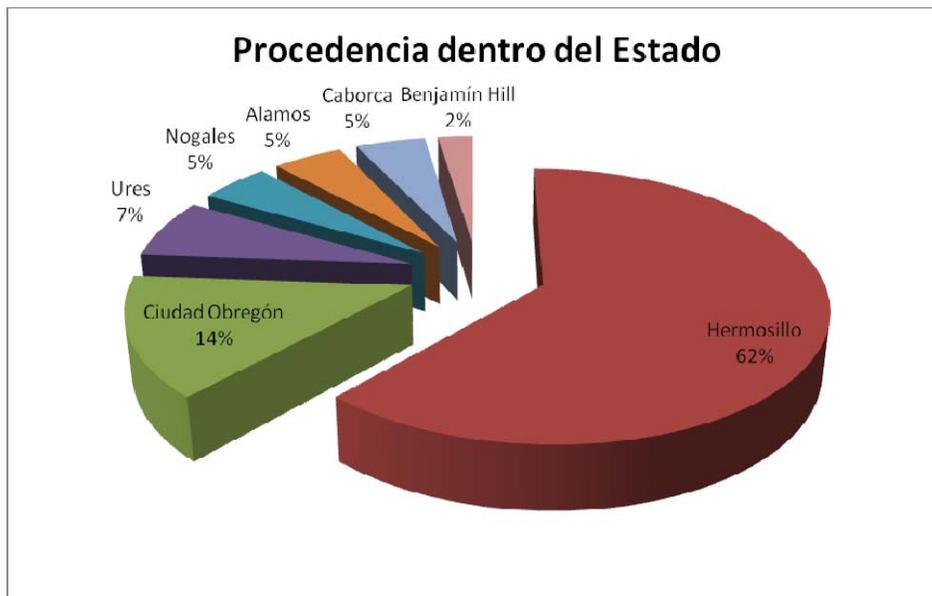
Los estudios realizados por la Gerencia de estrategia y desarrollo de la Secretaría de Turismo muestran que los visitantes en su mayoría provienen del estado de Sonora y conforman casi el 80% del turismo actual. Es destacable que dos terceras partes de los visitantes expresa el deseo de poseer una propiedad inmobiliaria en el sitio, lo cual manifiesta una clara preferencia de los turistas por el destino como un sitio de segunda residencia por su proximidad a la capital del estado. El 13% está conformado por turistas nacionales provenientes de entidades distintas a Sonora. En su mayoría de estados vecinos como Chihuahua, Sinaloa y Baja California, así como de Durango y el Distrito Federal.

Los visitantes extranjeros, en su mayor parte provienen de los Estados Unidos, predominantemente de Arizona y en menor medida de California, cabe destacar que la difusión que se le ha dado al sitio es muy escasa y mediante la mejora de la infraestructura en materia de carreteras, nuevos productos y servicios se espera un crecimiento inducido muy considerable.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

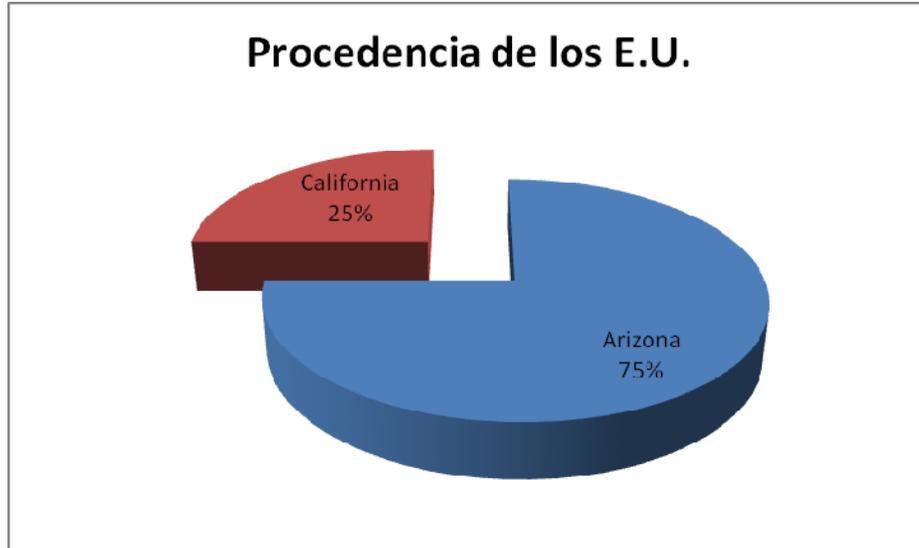
Del 80% del total de los turistas que provienen del estado de Sonora cabe destacar que el 62% provienen de la capital Hermosillo, seguido por ciudad Obregón con el 14%, Ures con el 7% mientras que Nogales, Álamos y Caborca aportan el 5% cada uno, por último Benjamín Hill aporta el 2%.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.



El mercado estadounidense muestra un porcentaje de 75% de turistas provenientes de el Estado de Arizona, le sigue en importancia el estado de california con 25% esto deja claro cuáles son los sitios donde habrá que promover los nuevos productos que ofrecerá el destino en base a las demandas de este mercado que se busca ampliar considerablemente.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

3.16.2.- Ocupación del turista actual.

Actualmente la ocupación del turista que visita Bahía de Kino es variada y comprende un 25% de estudiantes, 24% empleados, 19% profesionistas, 19% amas de casa y 13% de jubilados.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

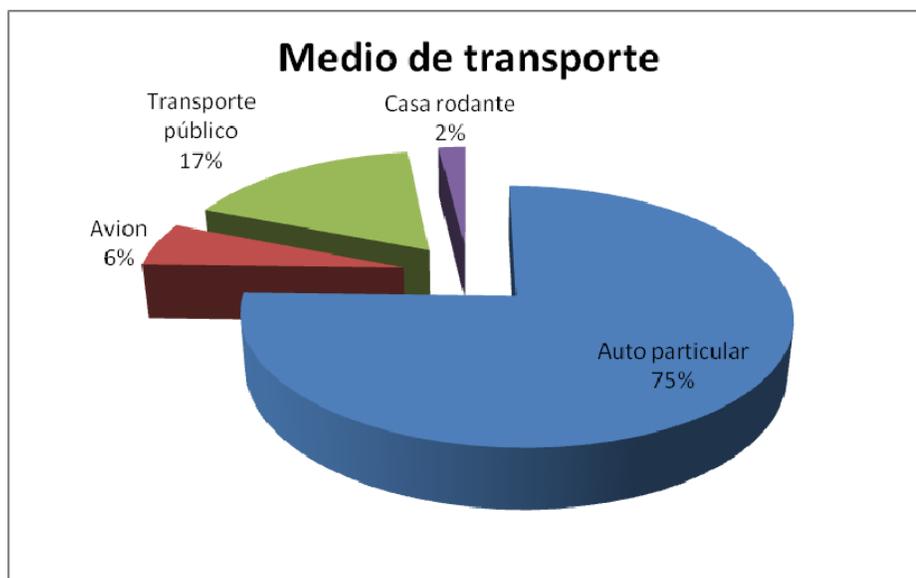


3.16.3.- Medio de transporte para acceder al sitio.

El medio de transporte más utilizado para llegar a Bahía de Kino es el automóvil con 75% ya que se encuentra a tan solo una hora de Hermosillo y es el destino predilecto por sus habitantes, le sigue el transporte público con el 17%, el avión con el 6% y las casas rodantes ocupan el 2%.

Debe considerarse que la nueva carretera costera permite un acceso fácil y rápido para los visitantes que provienen del estado de California.

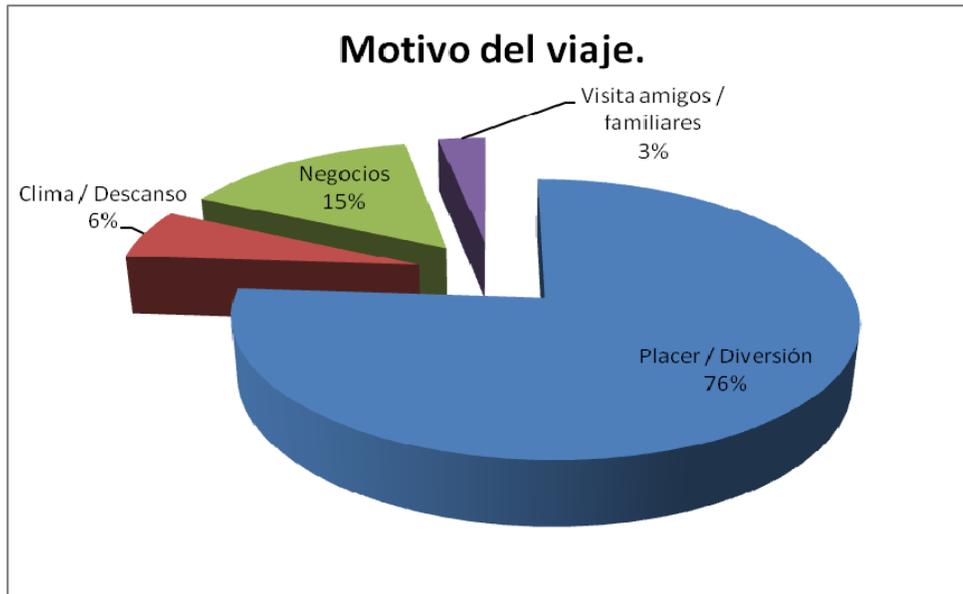
Otro aspecto importante es el que aproximadamente el 40% de los turistas ha visitado el destino en 5 o más ocasiones, mientras que el 30% lo ha hecho en 3 o 4 ocasiones y sólo el 13% lo ha visitado en 2 ocasiones.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

3.16.4.- Motivación del turista actual.

Es destacable que el 76.1 % de los visitantes se dirigen al destino en busca de placer y diversión, mientras que un considerable 14.9 % tuvo como principal motivo del viaje la realización de algún negocio. En este segmento la mayoría de los visitantes que indicaron dicho motivo provienen de otras ciudades del interior de Sonora, así como de Chihuahua, Sinaloa y California, por lo que puede inferirse que realizaron negocios en Hermosillo y aprovecharon para visitar la playa de Bahía de Kino. Además el 6 % tuvo como principal motivo de viaje la búsqueda de descanso y clima agradable y sólo el 3% estaba en el destino a causa de una visita a amigos o familiares.



Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

3.16.5.- Oferta actual de servicios de alojamiento.

La oferta hotelera en Bahía de Kino es reducida al contar con sólo 3 hoteles. Se trata de hoteles que, no cumplen con los requerimientos para alcanzar una alta categoría. En conjunto, suman un total de 74 habitaciones, siendo el más grande el hotel “Posada del Mar” (46 habitaciones), que es el más antiguo. Cabe mencionar que los hoteles no ofrecen una oferta diversa de habitaciones (individuales, dobles, triples, suites, etc.) sino que se limitan a ofrecer un solo producto: habitaciones “familiares”.

De esta manera, la capacidad hotelera máxima por noche es de 312 personas. Las tarifas en dichos hoteles (4 estrellas) están por encima de los \$850 pesos, mientras que en el de 3 estrellas es de \$600 pesos. Estas tarifas son por habitación, independientemente de si entra 1 o 4 personas. El costo promedio de hospedaje en hotel por persona es de \$170 pesos por noche.

La ocupación está concentrada en semana santa y los fines de semana entre marzo y septiembre, en donde se alcanzan ocupaciones cercanas al 100%, a diferencia de la época de frío y los días entre semana, en que la ocupación llega a bajar hasta 37%.

Considerando la capacidad total, la ocupación anual y el aumento de la demanda en temporada alta, se calcula en 10,000 turistas anuales hospedados en hotel en Bahía de Kino.

Si bien la oferta hotelera es reducida, otra opción de hospedaje en Bahía de Kino es a través de casas, departamentos y cabañas (búngalos) en renta. Existen 11 establecimientos de este tipo, los cuales ofrecen un total de 94 unidades en renta. La capacidad de cada una de estas



unidades oscila entre 4 y 10 personas, aunque es frecuentemente rebasada en temporada alta. La capacidad total es de 580 personas. Las tarifas son inferiores a las de los hoteles, la tarifa promedio por persona por noche es de \$142 pesos, casi \$30 pesos menos que la tarifa promedio en hotel.

La capacidad promedio de ocupantes por unidad es de 5.73, casi dos ocupantes por encima de la capacidad de los hoteles. Las estancias son más prolongadas, ya que pueden ser hasta por 4 o 5 noches. El promedio es de 3 noches. La ocupación también se concentra en semana santa y los fines de semana desde marzo hasta septiembre.

Considerando la capacidad total, la ocupación anual y la concentración de dicha ocupación en temporada alta, se calcula un total de 16,000 turistas hospedados anualmente en casas, departamentos y bungalós en renta.

En Bahía de Kino hay una oferta total de 8 sitios para casas rodantes ó RV's (Recreation for Vehicles) que suman un total de 407 espacios. Considerando que dentro de un tráiler park puede habitar una familia completa, la capacidad potencial de los más de 400 espacios de los RV's debe estimarse cercana a las 2,000 personas. La tarifa promedio es de 220 pesos por día, si bien prácticamente todos los establecimientos ofrecen una tarifa más baja cuando la estancia es por todo un mes. Considerando un promedio de entre 3 o 4 personas por casa rodante, el costo de hospedaje por persona por día es de entre \$50 y \$70 pesos.

Todos los sitios para casas rodantes ofrecen los mismos servicios básicos: agua, energía eléctrica, drenaje, baños, lavandería y teléfono de larga distancia. Los ocupantes de espacios para casas rodantes son turistas mayoritariamente extranjeros. Los sitios de donde provienen, de acuerdo con los prestadores de servicio, son: Arizona (Tucson y Phoenix), Colorado, Texas, Dakota del Sur y diversas ciudades del sur de Canadá. A estos últimos se les conoce como "Snow birds" (pájaros de la nieve), en analogía a las aves que vuelan hacia el sur en el invierno huyendo del frío. En el mes de junio, después de la celebración del Día de la Marina, la comisaría de Kino organiza la bienvenida a los "pájaros de la nieve". La ocupación promedio anual es cercana al 50%. La afluencia turística anual de Snow birds tiene la peculiaridad de concentrarse en los meses de frío (de Octubre a febrero), si bien también hay una afluencia constante, aunque menor, a lo largo del año.

Aunado al alto porcentaje de ocupación anual, y lo prolongado de la temporada de afluencia, el volumen anual de visitantes que se hospedan en sitios para casas rodantes se calcula en 15,000 personas, con estancias superiores a 1 semana, algunos incluso de 1 mes.

La población que ha adquirido inmuebles pertenece principalmente a la población de Hermosillo, estos se han construido entre el boulevard mar de Cortés y la playa, entre Kino Viejo y el Cerro Prieto, a lo largo de la costa, hay un total de 75 manzanas con frente de playa.



El frente promedio de los lotes es de 15 metros, por lo que hay 6 lotes por manzana. A ello hay que añadir las 50 manzanas de Kino Nuevo. En esta zona hay un promedio de 14 lotes por manzana. El resultado es de alrededor de 300 inmuebles unifamiliares que pueden considerarse como residencia de descanso principalmente de habitantes de Hermosillo y, en menor medida, de otras ciudades de Sonora y Arizona.

Considerando una afluencia promedio de 12 fines de semana por año, en familias de 4.14 miembros (promedio de Hermosillo), hay un volumen total de 15,000 visitantes anuales que se hospedan en inmuebles propios.

| Forma de hospedaje | Visitantes anuales |
|-------------------------|--------------------|
| Hotel | 10,000 |
| Casa, deptos, cabañas | 16,000 |
| Sitio para casa rodante | 15,000 |
| Casa propia | 15,000 |
| No hospedados | 16,000 |
| Total | 72,000 |

Fuente: Gerencia de estrategia y desarrollo Sector 2008.

La tabla resumen muestra que el total de visitantes anuales a Bahía de Kino es de 72,000 individuos hospedados.

Es de importancia mencionar que de los turistas el 42.4% se inclina por los inmuebles en condominio como segunda residencia. Existe también un gran interés y preferencia por un campamento de esquí acuático, hacia el cual se inclina el 21.2%.

3.17.- Construcción de escenarios.

Los estudios actuales sobre desarrollo inmobiliario turístico, construyen escenarios para analizar posibles oportunidades y riesgos así como los posibles comportamientos del mercado en el mediano y largo plazo, proporcionando un mejor entendimiento para la toma de decisiones, que permitan responder a los verdaderos requerimientos de los turistas, a la lógica de los inversionistas, y a elevar las oportunidades de las comunidades.

De acuerdo con la Gerencia de Desarrollo del Fondo Nacional de Fomento al Turismo existen tres escenarios posibles que marcarán el crecimiento en la afluencia de turistas a Bahía de Kino que se explicarán a continuación.



3.17.1.- Escenario tendencial.

El escenario tendencial es en el cual se considera que las cosas continúen como se han desarrollado hasta el momento. Esto presupone un crecimiento lento de la actividad turística no obstante habrá una continuación de las tasas positivas (aunque bajas) que el destino ha presentado en su pasado reciente, y se mantendrá constante en el corto, mediano y largo plazos.

El escenario tendencial supone que, a pesar de la construcción de la infraestructura turística promovida por el gobierno estatal, no se incrementará de forma significativa ni el volumen de demanda local – regional (Hermosillo, otras ciudades de Sonora, además de Chihuahua, Sinaloa, Baja California y Durango), ni el de la demanda internacional proveniente de Arizona, Nuevo México y California, debido a las malas condiciones de las economías tanto estadounidense como mexicana.

El escenario tendencial indica que: a corto plazo (2010) la afluencia será de 115,000 a mediano plazo (2015) de 161,280 y a largo plazo (2020) de 193,536.

3.17.2.- Escenario optimista.

El escenario optimista es alcanzable bajo ciertas condiciones externas. Supone que la economía estadounidense y la mexicana retomen una senda de crecimiento que genera un mayor volumen de demanda solvente, con mayores ingresos que se traducirían en un incremento de los gastos destinados al turismo.

Además, asume que el potencial derivado de las obras de infraestructura turística, especialmente la carretera costera, se repartirá homogéneamente entre los destinos existentes.

En el escenario optimista, Bahía de Kino podría vivir una época de desarrollo económico acelerada generando un amplio ramo de oportunidades para la comunidad y también una mayor captación de divisas.

El escenario optimista considera una rápida respuesta a las mejoras arrojando un incremento a corto plazo (2010) 158,400 a mediano plazo (2015) de 300,960 y a largo plazo (2020) de 376,200.

3.17.3.- Escenario intermedio.

El escenario intermedio se construye sobre un pronóstico realista que supone un incremento de la afluencia y de la demanda de servicios turísticos a partir de las inversiones en infraestructura programadas. Este escenario considera que los atractivos turísticos de Bahía de Kino serán bien promocionados por las autoridades estatales y



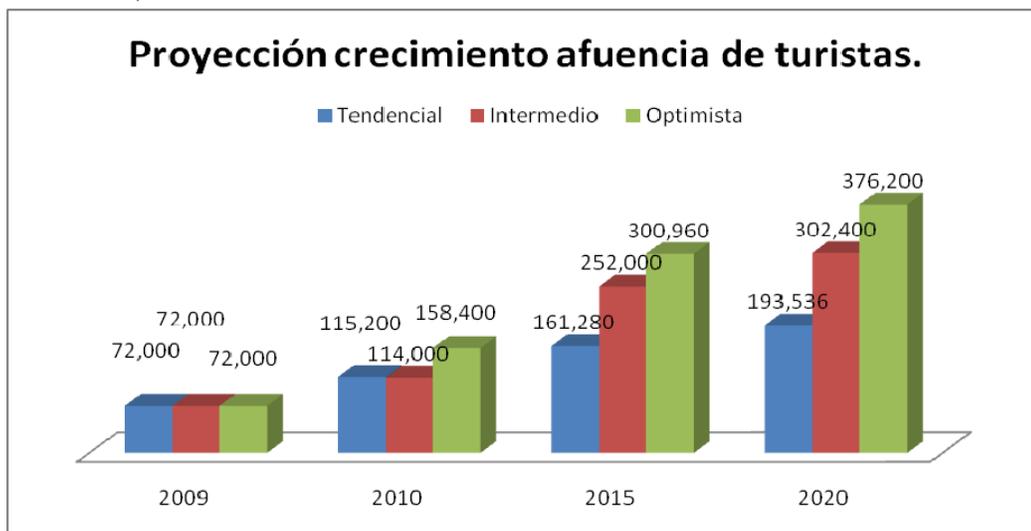
locales y por los prestadores de servicios, que percibirán los beneficios de las inversiones en infraestructura realizadas por el gobierno estatal y federal.

Uno de los factores que garantizan el crecimiento en este escenario es la intervención activa del gobierno estatal y de la iniciativa privada para transformar a la región en uno de los desarrollos turísticos importantes del país. Otro elemento considerado determinante en el incremento de la afluencia turística es la carretera costera que conecta el destino con el suroeste de los Estados Unidos haciendo que la proporción de extranjeros se eleve 30% en el 2010, 45% en el 2020.

Este escenario también supone que, aunque las condiciones de las economías estadounidense y mexicana no serán óptimas, hay una demanda suficiente para formar el mercado potencial necesario para los desarrollos turísticos e inmobiliarios del destino. También supone que el dólar seguirá siendo más fuerte que el peso, pero que perderá fortaleza ante el euro, el yen y el yuan, por lo que el turismo norteamericano continuará dirigiéndose hacia regiones cercanas como el litoral sonoreense.

El escenario intermedio considera que el proyecto propuesto no sature el mercado. Es un escenario realista y factible, fundamentado tanto en la inversión en infraestructura como en el compromiso de los gobiernos estatal y federal en promover la región y aprovechar todo su potencial turístico. El incremento del volumen de afluencia vendría acompañado de un incremento del gasto promedio diario y de la estancia promedio (o bien, de la adquisición de inmuebles) con lo que se multiplicaría la derrama económica generada por el sector, para beneficio de los prestadores de servicios y los habitantes de Bahía de Kino, ofreciendo una alternativa de desarrollo al actual modelo económico basado en la pesca.

El escenario intermedio presenta datos que indican que a corto plazo (2010) la afluencia se incrementará a 144,000 turistas, a mediano plazo (2015) a 252,000 mientras que a largo plazo será de 302,200.



Fuente: Gerencia de Desarrollo del Fondo Nacional de Fomento al Turismo 2008.



3.18.- Definición y mezcla de productos.

Uno de los principales atractivos que presenta la región Mar de Cortes para el mercado de los Estados Unidos es la oferta que presenta a través de sus campos de golf consolidados dentro de la región, este es un importante factor de atracción para este nicho de mercado que además otorga plusvalía al resto de los productos que se ofertan como los lotes residenciales o condominiales por la belleza que presenta en materia paisajística. Además debe considerarse el amplio número de empleos que este tipo de desarrollo genera así como la derrama económica que originan los usuarios de este tipo de instalaciones especializadas. Es por estas razones que se le considera como elemento central y ancla de todo el desarrollo inmobiliario turístico propuesto.



En la imagen puede verse el área destinada al campo de golf que tendrá 65.2 hectáreas y contará con 18 hoyos de calidad profesional.

Existe también un interés manifiesto por parte de los turistas locales por un campamento de esquí acuático, del total de los visitantes que fueron encuestados por la Gerencia de Desarrollo del Fondo Nacional de Fomento al Turismo el 21.2% mostró un marcado interés por dotar a la zona con este tipo de instalación, por lo cual atendiendo a esta demanda específica del mercado existente, se incluye dentro del desarrollo inmobiliario propuesto un club de esquí acuático dando de esta manera un atractivo para los turistas nacionales.



La imagen muestra la ubicación de las instalaciones del club de esquí así como la casa club de 2.9 ha.

Otro de los productos que se ofrecerán dentro del desarrollo inmobiliario serán los lotes hoteleros que se ofrecerán a segundos desarrolladores, dichos lotes ya contarán con la infraestructura necesaria para su funcionamiento. Con esta estrategia se busca captar la inversión de capital nacional y extranjero para la construcción de los inmuebles.



En la imagen se presentan los lotes destinados para hotel, que albergarán 672 habitaciones de 80 m² promedio. El área total de lotes hoteleros es de 6.7 hectáreas.



Con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento de los servicios dentro del conjunto, el desarrollo inmobiliario campo de golf contara con un área destinada a infraestructuras localizada en la parte posterior del terreno, aquí se ubicaran: una planta tratadora de aguas, una subestación de energía eléctrica y una planta desalinizadora de agua.



El área destinada a infraestructuras será de 1.6 hectáreas.

El equipamiento urbano del nuevo desarrollo se ubicara principalmente al centro del conjunto e incluirá elementos significativos en la identidad de la localidad como: iglesia, servicios cívicos, centros comunitarios y casas de artesanías.



El equipamiento contara con una superficie de 3.4 hectáreas.

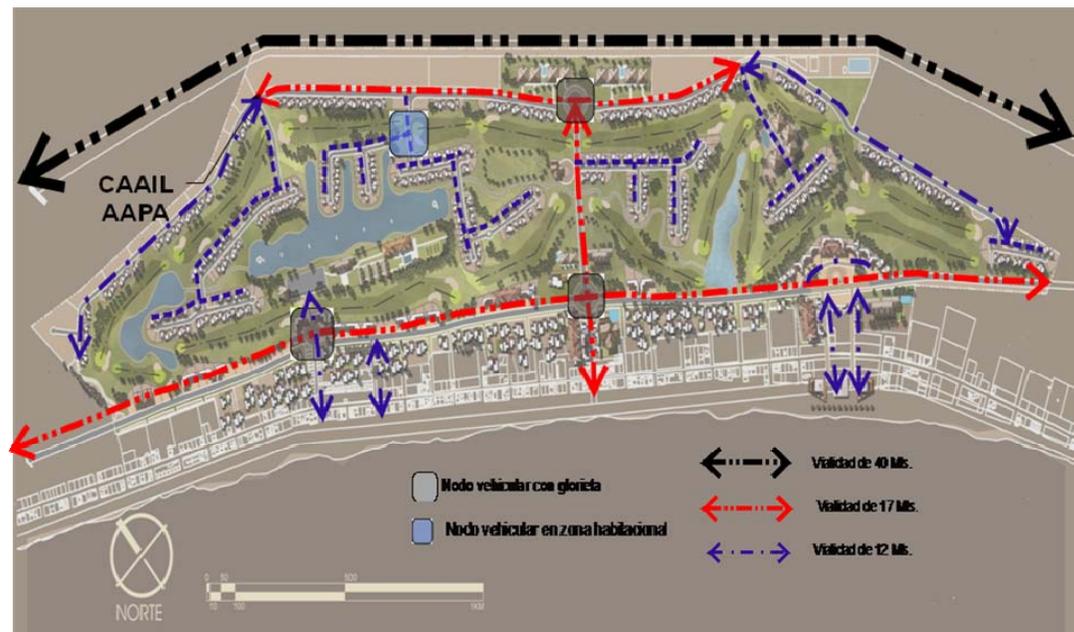


Cumpliendo los lineamientos estipulados por las autoridades locales se hará una donación correspondiente al 11% del área vendible, dichos lotes se ubicaran en la parte posterior del polígono.



La superficie de donación estará en manos del municipio.

La vialidad que dará acceso al polígono tiene intersecciones que cruzan hacia las zonas privadas formando nodos que albergarán comercios y servicios turísticos, por éstas circulaciones se llegará a la playa creando una conexión directa.



En esta imagen pueden verse la jerarquía de vialidades del desarrollo.

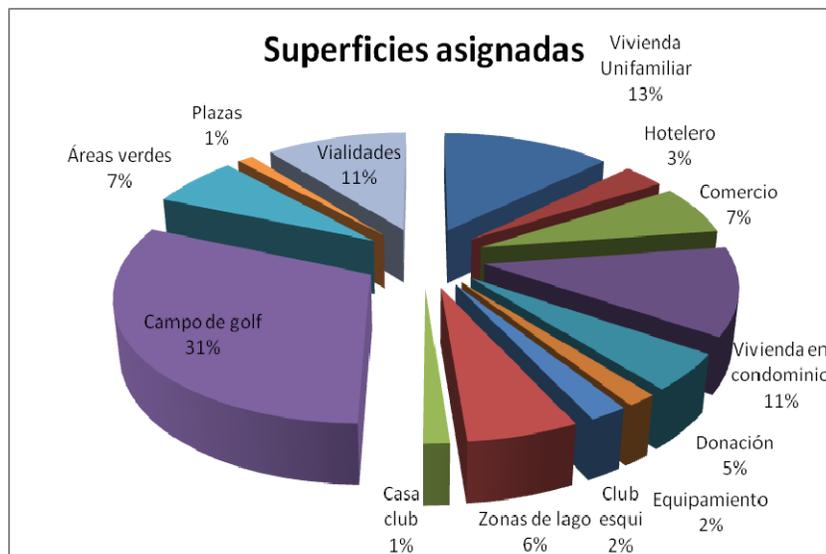


El proyecto desarrollo inmobiliario Campo de Golf en Bahía de Kino nuevo presenta una mezcla de productos basados tanto en las demandas del nicho de mercado que pretende captarse como en las demandas establecidas por la población que actualmente vacaciona en el sitio, de esta forma se establece un conjunto de usos mixto donde el uso del suelo quedaría establecido de la siguiente manera:



En la imagen pueden encontrarse los siguientes usos: Comercial, residencial unifamiliar, residencial condoninal, hotelero y diversos equipamientos.

Las superficies asignadas quedarían distribuidas de la siguiente manera:



Grafica de la distribución propuesta en porcentajes.



El número de hectáreas asignado para cada una de los usos se explica en la tabla siguiente:

| Componentes y superficies asignadas | Ha. |
|-------------------------------------|------|
| Vivienda Unifamiliar | 27.4 |
| Hotelero | 6.7 |
| Comercio | 13.7 |
| Vivienda en condominio | 24.1 |
| Donación | 10.1 |
| Equipamiento | 3.4 |
| Club esquí | 4.4 |
| Zonas de lago | 12.6 |
| Casa club | 2.9 |
| Campo de golf | 65.2 |
| Áreas verdes | 14.2 |
| Plazas | 2.5 |
| Vialidades | 22.8 |

Esta es la distribución del número de hectáreas por usos del terreno.

3.19.- Análisis de inversión y estructura financiera.

La magnitud del desarrollo inmobiliario y la diversidad de productos que ofrece dejan claro que la mejor manera de llevarlo a cabo es mediante la aportación de distintos desarrolladores según sus rubros específicos; Por lo cual el monto total debe dividirse entre varios inversionistas de manera que el proyecto reduzca sus costos y riesgos.

Dado que el campo de golf es el elemento ancla que dará plusvalía al resto de los componentes del proyecto como los lotes de vivienda y hoteleros se analizara primordialmente.

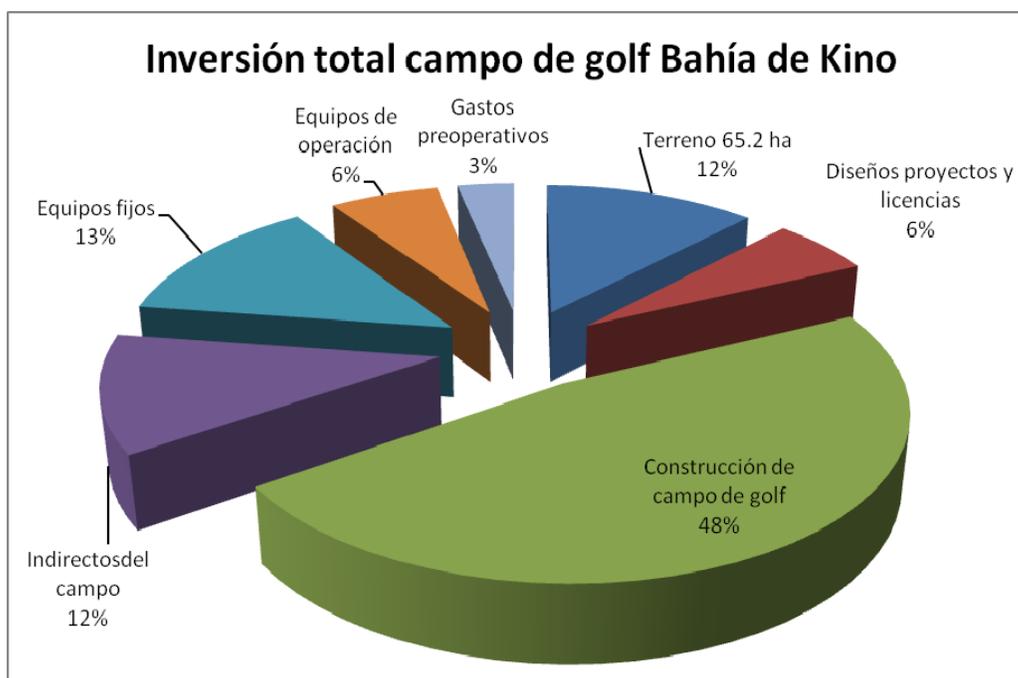
El análisis del campo de golf se basa en costos paramétricos de obras de infraestructura y urbanizaciones de acuerdo a la experiencia del Fondo Nacional de Fomento al Turismo tomando como base los centros turísticos dentro del mismo rubro a su vez se tomaron en cuenta los costos de la localidad y especificaciones particulares para este tipo de proyectos considerando normas y especificaciones que determinan las autoridades competentes.



| INVERSIÓN TOTAL | | |
|-------------------------------|--------------|--|
| Concepto | Monto en usd | Observaciones |
| Terreno 65.2 ha | 2,448,075 | Incluye terreno en breña y obras cabeza |
| Diseños proyectos y licencias | 1,165,000 | Diseño especializado en campos de golf de calidad internacional. |
| Construcción de campo de golf | 9,500,000 | 18 hoyos par 72 |
| Indirectos del campo | 2,350,000 | Incluye supervisión y admon. de proyecto |
| Equipos fijos | 2,650,000 | Equipamiento de club |
| Equipos de operación | 1,250,000 | No incluye pre operación |
| Gastos preoperativos | 650,000 | - |
| Inversión total | 20,013,075 | |

| | |
|--------------------|-----------|
| Número de hoyos | 18 |
| Inversión por hoyo | 1,111,838 |

La incidencia de cada uno de los elementos que conforman el campo de golf es la siguiente:



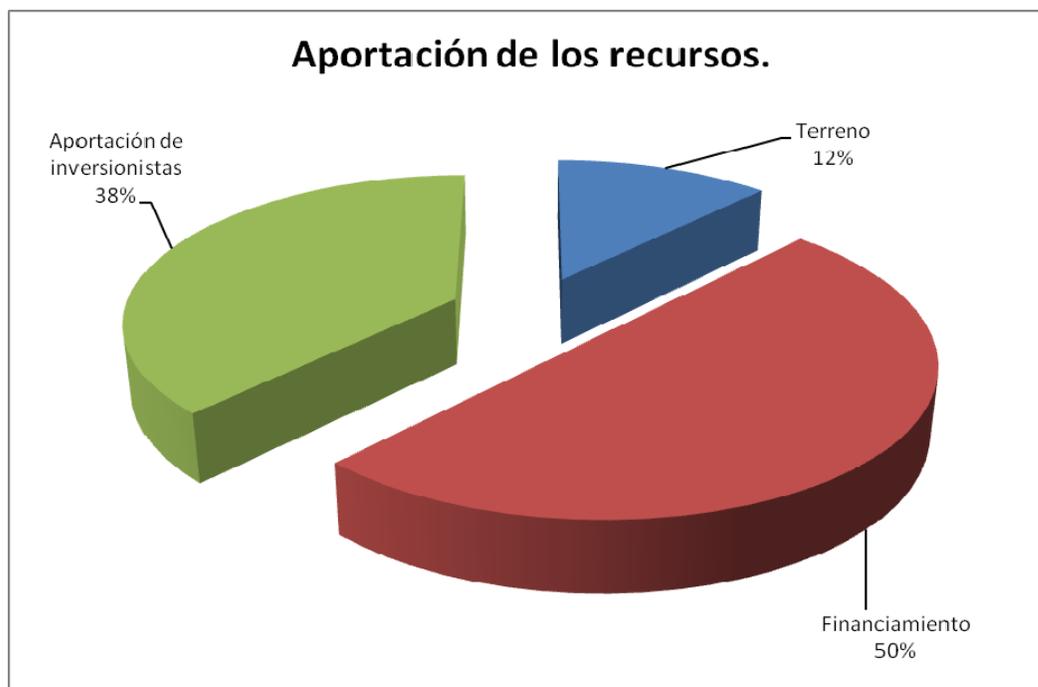


Un aspecto importante en el análisis de inversión es la aportación de recursos ya que esto influye directamente en los montos requeridos así como en los riesgos que habrá de tomar cada uno de los inversionistas que decidan participar. Debe considerarse que en este tipo de proyectos los beneficios o dividendos son proporcionales al monto y riesgo de la inversión.

La tabla que se expone a continuación considera la inversión total dividida en tres de la siguiente manera:

| Concepto | Monto | Observaciones |
|-----------------------|------------|-----------------------------------|
| Terreno | 2,448,075 | Aportación de Gobierno del Estado |
| Financiamiento | 10,000,000 | Entidad financiera |
| Aportación de capital | 7,565,000 | Aportación de socios |
| Total | 20,013,075 | - |

La incidencia de cada uno de los elementos considerados anteriormente es la siguiente:



Una de las facilidades que presenta este desarrollo inmobiliario turístico es la aportación del terreno que representa una incidencia del 12% de la inversión total lo cual muestra un interés explícito por parte del Gobierno del Estado de Sonora que consciente de la vocación turística del sitio fomenta la realización de este tipo de proyectos que influyen en la creación de empleos directos e indirectos, ofrecen un mejoramiento de las infraestructuras existentes además de incrementar la captación de divisas.



En materia de financiamiento el Gobierno Federal ha creado fondos, programas y convenios para el apoyo y desarrollo de ciertas actividades que por el tamaño o por el riesgo que conlleva la propia actividad no han sido atendidas por la banca comercial en el financiamiento de actividades prioritarias. Los fondos federales están manejados a través de fideicomisos, como bancos de segundo piso apoyando a las bancas comercial y de desarrollo en el financiamiento de actividades prioritarias de desarrollo y en la promoción de inversiones temporales en capital de riesgo.

Los fideicomisos, programas y convenios administrados por la banca de desarrollo son dinámicos y han experimentado modificaciones en cuanto a sus modalidades operativas y límites de crédito, por así requerirlo las necesidades de la época y el entorno económico en México. Las tasas de interés son preferenciales, además no se pagan comisiones por apertura de crédito. Además ofrecen asistencia técnica y asesoría administrativa en forma adicional. Por lo que se refiere a los plazos para el pago del monto principal se determinan atendiendo a las características de cada proyecto y a la capacidad de pago de los acreditados incluyendo plazos de gracia si lo requieren las necesidades específicas de cada operación en particular.

Nacional financiera administra el Fondo Nacional de Fomento al Turismo en cuyo programa las amortizaciones al principal y pago de intereses se adaptan a las características y ciclicidad de los proyectos a financiar. Los créditos descontados por Nacional financiera son en moneda nacional o extranjera, esta última denominación se aplica cuando las empresas son generadoras netas de divisas o cotizan a precios internacionales.

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo tiene como objetivo fomentar el desarrollo y fortalecimiento de las empresas del sector turismo mediante apoyo crediticio a proyectos ubicados en la república mexicana, este financiamiento podrá ser otorgado a personas físicas o morales.

Los proyectos turísticos pueden ser para el hospedaje, alimentos y bebidas, campos de golf, marinas, campamentos de casas rodantes, agencias de viaje, arrendadoras de vehículos, o cualquier otro proyecto ligado a la actividad turística.

El monto total del crédito podrá ser hasta el 70% del valor del proyecto excluido el terreno que en este caso es aportado por el Gobierno del estado de Sonora.

Los créditos pueden otorgarse a un plazo máximo de 12 años en función al tipo de proyecto con un periodo de gracia de 3 años en el pago del capital. El crédito puede otorgarse hasta el 100% en dólares o en pesos mexicanos.

La tasa de interés para los créditos en pesos mexicanos será basada en la TIIE o tasa de interés interbancaria de equilibrio mas una sobretasa de dos puntos porcentuales en función al plazo del crédito.



Las condiciones anteriormente expresadas hacen posible que el proyecto se analice con un financiamiento del 50% de esta manera queda un 38% para promover la participación de otros inversionistas que deseen participar en la realización del desarrollo inmobiliario.

El horizonte de análisis de este proyecto está constituido por 15 periodos de un año, y de esta manera podrá monitorearse cada una de las variables anualmente.

Las premisas de análisis están constituidas por una tarifa por ronda de uso de los 18 hoyos del campo de golf o green fee que se obtuvo en base a un promedio de las siguientes tarifas actualmente aplicadas por los campos de la región Mar de Cortés:

| Nombre | No de hoyos | Par | Green fee | Diseño |
|----------------|-------------|-----|-----------|---------------|
| One & only | 27 | 72 | 245 | Jack Nicklaus |
| Cabo real | 18 | 72 | 230 | Robert Trent |
| Club campestre | 18 | 71 | 205 | Jack Nicklaus |
| Mayan resorts | 9 | 35 | 84 | Jack Nicklaus |
| Mayan Peñasco | 18 | 72 | 196 | Jack Nicklaus |
| Promedio | | | 192 | |

Tomando en cuenta un escenario moderado se tomo en cuenta un número de rondas durante el primer año de 20,160 correspondientes a un 40% de la ocupación promedio anual total, de manera que es factible que la cifra sea un poco más alta en el periodo de apertura, en los años posteriores es probable mejorar dicha cifra por posicionamiento del campo, sin embargo la ocupación máxima que se considero en un horizonte de análisis es del 55% como máximo y este se logra a partir del tercer año de operación.

Otra de la premisas considerada de inicio es la venta de un total de 800 membrecías a un precio de 3000 usd anuales precio promedio de los campos de la localidad, las cuales incluirán derecho a la casa club, spa, gimnasio, y campo de golf, dichas membrecías inician su venta en el primer año de operación con 240 y van acumulándose hasta cubrir el total de 800.

A su vez se toma en cuenta un porcentaje de ingresos correspondiente por tiendas, alimentos y por uso exclusivo del campo de golf los porcentajes de cada uno de estos están basados en el porcentaje de campos actualmente en operación. Otro factor que se tomo en cuenta son las condiciones climáticas que en algunos casos impiden considerar los 365 días del año para la práctica del golf de manera que el máximo de días efectivos se tomo en base a las estadísticas del clima en la zona dando un total de 300 días disponibles.

A continuación se presenta la corrida financiera que incluye: Premisas, estado de resultados proyectado, resultados financieros y flujos de efectivo proyectado con indicadores financieros.

PREMISAS DE ANÁLISIS PARA 15 PERIODOS

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Tarifa Campo usd (Green y carrito) | 192.0 | 199.7 | 207.7 | 216.0 | 224.6 | 233.6 | 242.9 | 252.7 | 262.8 | 273.3 | 284.2 | 295.6 | 307.4 | 319.7 | 332.5 |
| Ocupación Anual Green Fee | 40% | 45% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% |
| Membresías (\$) | 3.0 | 3.1 | 3.2 | 3.4 | 3.5 | 3.6 | 3.8 | 3.9 | 4.1 | 4.3 | 4.4 | 4.6 | 4.8 | 5.0 | 5.2 |
| Incidencia Tiendas (%) | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% |
| Alimentos y bebidas (%) | 27% | 27% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% | 25% |
| Incidencia Campo (%) | 58% | 58% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% |
| Total de Ingresos (%) | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Horas de Juego | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Jugadores por Hora | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Días Disponibles al Año (sin lluvia) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| No. de Membresías | 240 | 160 | 200 | 200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Membresías Vendidas Acumuladas | 240 | 400 | 600 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| Inflación y Rev. Activos (%) | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

(CIFRAS EN MILES DE USD)

| CONCEPTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | |
|--|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| No de Hoyos | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | |
| Horas de Juego | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | |
| Jugadores por Hora | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | |
| Jugadores por Día (capacidad por día) | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | 168 | |
| Días Disponibles al Año (sin lluvia) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | |
| Jugadores al Año (capacidad total anual) | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | 50,400 | |
| Ocupación Promedio Anual | 40% | 45% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | |
| Numero de Vueltas | 20,160 | 22,680 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | 27,720 | |
| Tarifa en usd | 192 | 200 | 208 | 216 | 225 | 234 | 243 | 253 | 263 | 273 | 284 | 296 | 307 | 320 | 332 | |
| No. de Membresías 800 | 240 | 160 | 200 | 200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Membresías Vendidas Acumuladas | 240 | 400 | 600 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | |
| Precio Membresías | 3.00 | 3.12 | 3.24 | 3.37 | 3.51 | 3.65 | 3.80 | 3.95 | 4.11 | 4.27 | 4.44 | 4.62 | 4.80 | 5.00 | 5.20 | |
| INGRESOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | TOTAL |
| Tarifa Promedio Campo (Green y carrito) | 3,871 | 4,529 | 5,757 | 5,987 | 6,226 | 6,475 | 6,734 | 7,004 | 7,284 | 7,575 | 7,878 | 8,193 | 8,521 | 8,862 | 9,216 | 104,112 |
| Tiendas | 689 | 867 | 1,156 | 1,303 | 1,355 | 1,409 | 1,466 | 1,524 | 1,585 | 1,649 | 1,715 | 1,783 | 1,855 | 1,929 | 2,006 | 22,289 |
| TOTAL INGRESOS | 6,519 | 8,203 | 10,785 | 12,161 | 12,647 | 13,153 | 13,680 | 14,227 | 14,796 | 15,388 | 16,003 | 16,643 | 17,309 | 18,001 | 18,721 | 208,236 |
| COSTOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | TOTAL |
| Green fee % anual | 27% | 25% | 23% | 22% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | |
| Tiendas % Anual | 80% | 77% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | 75% | |
| Alimentos y bebidas % Anual | 54% | 50% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | 45% | |
| GASTOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | TOTAL |
| Administración % anual | 3% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | |
| Administración y generales | 196 | 203 | 212 | 220 | 229 | 238 | 247 | 257 | 268 | 278 | 289 | 301 | 313 | 326 | 339 | 3,916 |
| Comercialización y venta % anual | 6% | 4% | 4% | 4% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | |
| Venta y Comercialización | 391 | 407 | 423 | 440 | 126 | 132 | 137 | 142 | 148 | 154 | 160 | 166 | 173 | 180 | 187 | 3,367 |
| Mantenimiento % anual | | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | |
| Mantenimiento y Rep. | 1,000 | 1,040 | 1,082 | 1,125 | 1,170 | 1,217 | 1,265 | 1,316 | 1,369 | 1,423 | 1,480 | 1,539 | 1,601 | 1,665 | 1,732 | 20,024 |
| Útiles % anual | 2% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | |
| Útiles (pelotas, palos, etc) | 130 | 136 | 141 | 147 | 153 | 159 | 165 | 172 | 178 | 186 | 193 | 201 | 209 | 217 | 226 | 2,611 |
| SUMA COSTOS Y GASTOS | 3,982 | 4,365 | 4,914 | 5,203 | 4,956 | 5,154 | 5,360 | 5,574 | 5,797 | 6,029 | 6,270 | 6,521 | 6,782 | 7,053 | 7,335 | 85,297 |
| UBO (GOP) | 2,536 | 3,838 | 5,870 | 6,958 | 8,000 | 8,320 | 8,652 | 8,999 | 9,358 | 9,733 | 10,122 | 10,527 | 10,948 | 11,386 | 122,939 | |
| GASTOS INDIRECTOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | TOTAL |
| Operación % anual | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | |
| Operación y/o Franquicia | 326 | 410 | 539 | 608 | 632 | 658 | 684 | 711 | 740 | 769 | 800 | 832 | 865 | 900 | 936 | 10,412 |
| Impôts, Prediales | 67 | 70 | 72 | 75 | 78 | 81 | 85 | 88 | 92 | 95 | 99 | 103 | 107 | 111 | 116 | 1,340 |
| Seguros | 98 | 102 | 106 | 110 | 114 | 119 | 124 | 129 | 134 | 139 | 109 | 114 | 118 | 123 | 128 | 1,766 |
| Depreciación y Amortización | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 593 | 593 | 593 | 593 | 593 | 14,615 |
| Gtos. Financieros | 700 | 700 | 672 | 637 | 588 | 532 | 469 | 399 | 322 | 238 | 147 | 49 | 0 | 0 | 0 | 5,453 |
| TOTAL GASTOS GENERALES | 2,356 | 2,446 | 2,554 | 2,595 | 2,578 | 2,555 | 2,526 | 2,492 | 2,452 | 2,407 | 1,749 | 1,691 | 1,684 | 1,728 | 1,773 | 33,586 |
| U.A.I. | 181 | 1,392 | 3,316 | 4,363 | 5,114 | 5,445 | 5,793 | 6,160 | 6,546 | 6,952 | 7,984 | 8,431 | 8,843 | 9,220 | 9,613 | 89,353 |
| PTU | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| I.S.R. % ANUAL | 28% | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | |
| I.S.R. | 51 | 390 | 928 | 1,222 | 1,432 | 1,525 | 1,622 | 1,725 | 1,833 | 1,946 | 2,236 | 2,361 | 2,476 | 2,582 | 2,692 | 25,019 |
| IMPAC % | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | |
| IMPAC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UTILIDAD NETA | 130 | 1,002 | 2,388 | 3,141 | 3,682 | 3,920 | 4,171 | 4,435 | 4,713 | 5,005 | 5,749 | 6,070 | 6,367 | 6,639 | 6,921 | 64,334 |

RESULTADOS FINANCIEROS
(CIFRAS EN MILES DE USD)

| INGRESOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Tarifa en USD | 192 | 200 | 208 | 216 | 225 | 234 | 243 | 253 | 263 | 273 | 284 | 296 | 307 | 320 | 332 |
| Ocupación anual % | 40% | 45% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% | 55% |
| Total de ingresos | 6,519 | 8,203 | 10,785 | 12,161 | 12,647 | 13,153 | 13,680 | 14,227 | 14,796 | 15,388 | 16,003 | 16,643 | 17,309 | 18,001 | 18,721 |
| Suma de costos y gastos | 3,982 | 4,365 | 4,914 | 5,203 | 4,956 | 5,154 | 5,360 | 5,574 | 5,797 | 6,029 | 6,270 | 6,521 | 6,782 | 7,053 | 7,335 |
| EBE | 2,536 | 3,838 | 5,870 | 6,958 | 7,692 | 8,000 | 8,320 | 8,652 | 8,999 | 9,358 | 9,733 | 10,122 | 10,527 | 10,948 | 11,386 |
| Total de gastos generales | 2,356 | 2,446 | 2,554 | 2,595 | 2,578 | 2,555 | 2,526 | 2,492 | 2,452 | 2,407 | 1,749 | 1,691 | 1,684 | 1,728 | 1,773 |
| Utilidad antes impuestos | 181 | 1,392 | 3,316 | 4,363 | 5,114 | 5,445 | 5,793 | 6,160 | 6,546 | 6,952 | 7,984 | 8,431 | 8,843 | 9,220 | 9,613 |
| Impuestos | 51 | 390 | 928 | 1,222 | 1,432 | 1,525 | 1,622 | 1,725 | 1,833 | 1,946 | 2,236 | 2,361 | 2,476 | 2,582 | 2,692 |
| UTILIDAD NETA | 130 | 1,002 | 2,388 | 3,141 | 3,682 | 3,920 | 4,171 | 4,435 | 4,713 | 5,005 | 5,749 | 6,070 | 6,367 | 6,639 | 6,921 |
| Depreciaciones y amorts. | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 1,165 | 593 | 593 | 593 | 593 | 593 |
| Incremento activo fijo | 26 | 73 | 151 | 247 | 257 | 267 | 278 | 289 | 300 | 312 | 325 | 338 | 352 | 366 | 380 |
| Amortización capital | 0 | 0 | 400 | 500 | 700 | 800 | 900 | 1,000 | 1,100 | 1,200 | 1,300 | 1,400 | 700 | 0 | 0 |
| FLUJO DE EFECTIVO | 1,269 | 2,093 | 3,002 | 3,559 | 3,890 | 4,018 | 4,158 | 4,312 | 4,478 | 4,658 | 4,717 | 4,925 | 5,908 | 6,866 | 43,134 |
| Acumulado | 1,269 | 3,362 | 6,364 | 9,923 | 13,813 | 17,831 | 21,990 | 26,301 | 30,779 | 35,437 | 40,153 | 45,079 | 50,987 | 57,853 | 100,988 |

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
(CIFRAS EN MILES DE USD)

| INGRESOS | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | TOTAL |
|-----------------------------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Ingresos Totales | 0 | 6,519 | 8,203 | 10,785 | 12,161 | 12,647 | 13,153 | 13,680 | 14,227 | 14,796 | 15,388 | 16,003 | 16,643 | 17,309 | 18,001 | 18,721 | 208,236 |
| Financiamiento | 10,000 | | | | | | | | | | | | | | | | 10,000 |
| Aportaciones de Capital | 10,013 | | | | | | | | | | | | | | | | 10,013 |
| TOTAL INGRESOS | | 6,519 | 8,203 | 10,785 | 12,161 | 12,647 | 13,153 | 13,680 | 14,227 | 14,796 | 15,388 | 16,003 | 16,643 | 17,309 | 18,001 | 18,721 | 228,249 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inversión | 20,013 | | | | | | | | | | | | | | | | 20,013 |
| Costos y Gastos | 0 | 3,982 | 4,365 | 4,914 | 5,203 | 4,956 | 5,154 | 5,360 | 5,574 | 5,797 | 6,029 | 6,270 | 6,521 | 6,782 | 7,053 | 7,335 | 85,297 |
| Gastos Indirectos | 0 | 491 | 581 | 717 | 793 | 825 | 858 | 892 | 928 | 965 | 1,004 | 1,009 | 1,049 | 1,091 | 1,135 | 1,180 | 13,518 |
| Gastos Financieros | 0 | 700 | 700 | 672 | 637 | 588 | 532 | 469 | 399 | 322 | 238 | 147 | 49 | 0 | 0 | 0 | 5,453 |
| Incremento Activo Fijo (Capex) | 0 | 26 | 73 | 151 | 247 | 257 | 267 | 278 | 289 | 300 | 312 | 325 | 338 | 352 | 366 | 380 | 3,962 |
| Impuestos | 0 | 51 | 390 | 928 | 1,222 | 1,432 | 1,525 | 1,622 | 1,725 | 1,833 | 1,946 | 2,236 | 2,361 | 2,476 | 2,582 | 2,692 | 25,019 |
| Amortización de Capital / crédito | 0 | 0 | 0 | 400 | 500 | 700 | 800 | 900 | 1,000 | 1,100 | 1,200 | 1,300 | 1,400 | 700 | 0 | 0 | 10,000 |
| TOTAL EGRESOS | 20,013 | 5,250 | 6,110 | 7,783 | 8,602 | 8,757 | 9,135 | 9,521 | 9,915 | 10,318 | 10,730 | 11,287 | 11,718 | 11,401 | 11,135 | 11,587 | 143,249 |
| Factor Capex (sin campo de golf) | | 1% | 2% | 3% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Flujo de Efectivo | 0 | 1,269 | 2,093 | 3,002 | 3,559 | 3,890 | 4,018 | 4,158 | 4,312 | 4,478 | 4,658 | 4,717 | 4,925 | 5,908 | 6,866 | 43,134 | 100,988 |
| Flujo de Efectivo Acumulado | 0 | 1,269 | 3,362 | 6,364 | 9,923 | 13,813 | 17,831 | 21,990 | 26,301 | 30,779 | 35,437 | 40,153 | 45,079 | 50,987 | 57,853 | 100,988 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Flujo para TIR Proyecto | -20,013 | 1,269 | 2,093 | 3,002 | 3,559 | 3,890 | 4,018 | 4,158 | 4,312 | 4,478 | 4,658 | 4,717 | 4,925 | 5,908 | 6,866 | 43,134 |
| Flujo para TIR Capital | -10,013 | 1,269 | 2,093 | 3,002 | 3,559 | 3,890 | 4,018 | 4,158 | 4,312 | 4,478 | 4,658 | 4,717 | 4,925 | 5,908 | 6,866 | 43,134 |

INDICADORES FINANCIEROS

TIR del Proyecto: 18.13%

TIR del Capital: 30.72%

Valor Presente (Flujos) 37,161.4

Tasa de Descuento 10.0%



El análisis financiero con las premisas descritas anteriormente arroja los siguientes flujos de efectivo durante los 15 años de análisis:

| Año | FEN (cifras en miles usd) | FEN acumulado. |
|-----|---------------------------|----------------|
| 1 | 1,269 | 1,269 |
| 2 | 2,093 | 3,362 |
| 3 | 3,002 | 6,364 |
| 4 | 3,559 | 9,923 |
| 5 | 3,890 | 13,813 |
| 6 | 4,018 | 17,831 |
| 7 | 4,158 | 21,990 |
| 8 | 4,312 | 26,301 |
| 9 | 4,478 | 30,779 |
| 10 | 4,658 | 35,437 |
| 11 | 4,717 | 40,153 |
| 12 | 4,925 | 45,079 |
| 13 | 5,908 | 50,987 |
| 14 | 6,866 | 57,853 |
| 15 | 43,134 | 100,988 |

La interpretación de estos flujos financieros arroja los siguientes indicadores de rentabilidad:

La tasa interna de retorno del proyecto (TIR) es: 18.13%

El valor presente de los flujos es: 37.161 (miles usd.)

La tasa de descuento aplicada es de 10 %.

El periodo de recuperación de la inversión al 100% es de 7 años.

Basados en los resultados obtenidos y la interpretación de los mismos puede decirse que el proyecto de campo de golf se considera una inversión que cumple con las expectativas de rentabilidad esperadas.



IV.- CONCLUSIONES.

El turismo es una actividad multisectorial que constituye uno de los pilares de la economía mexicana y que requiere de la concurrencia de diversas áreas productivas así como del trabajo conjunto de los sectores público y privado.

Para que el turismo incida favorablemente en el desarrollo nacional, es prioritario cambiar de una visión sólo económica y de corto plazo a una integral y de largo plazo, con lineamientos adaptables a cada región, y destino.

Hoy en día el turismo debe responder a la existencia de nuevos perfiles entre los consumidores, los cuales han provocado cambios en la oferta de productos y servicios turísticos, reflejados en el incremento de la especialización y la calidad de los mismos. Por otro lado, el mercado mundial del turismo responde a un momento de competitividad en la oferta, basada en la capacidad de diferenciar los productos y servicios ofrecidos al visitante, y que esencialmente depende de los atractivos específicos del destino. Los nuevos perfiles de preferencias contribuyen también a la segmentación del mercado y a la diversificación en la oferta de productos.

El sitio de bahía de Kino es considerado como una región con amplio potencial de crecimiento en materia turística principalmente por su privilegiada ubicación desde la cual es posible captar un amplio mercado potencial representado por los Estados Unidos particularmente los estados de Arizona y California que cuentan con un importante núcleo poblacional que cuenta con la posibilidad de realizar viajes con la motivación de jugar golf, vacacionar, o como sitio de residencia para jubilados que buscan opciones de costos moderados que les permitan elevar la calidad de vida que llevan en su lugar de origen y que a su vez les brindan la opción de ingresar de nuevo con rapidez y facilidad a los Estados Unidos principalmente a través del Aeropuerto internacional de la ciudad de Hermosillo ubicado a tan solo una hora por vía carretera este factor es determinante para considerar a Kino por encima de sus competidores dentro del estado que no cuentan con esta ventaja.

Otro factor de importancia es la cercanía de Bahía de Kino al núcleo poblacional que representa la ciudad de Hermosillo que cuenta con 2 millones de habitantes de esta forma este destino abre la accesibilidad al mercado nacional y lo convierte automáticamente en el destino de playa natural para los pobladores de la capital del estado de Sonora.

Dadas las condiciones económicas actuales del país existe un interés especial por parte del gobierno federal de fomentar el turismo en razón de la captación de divisas así como la creación de proyectos que inviten a inversionistas tanto nacionales como extranjeros, que a su vez detonen el empleo tanto en obras de infraestructura como en el ramo de servicios.



La zona del Mar de Cortés es considerada en los Estados Unidos como una opción para la práctica del juego de golf por lo cual si desea captarse este nicho de mercado de vasta derrama económica es necesario dotar la zona con la mezcla de productos necesaria para satisfacer las demandas de esta población por esta causa el desarrollo inmobiliario ancla que atraerá turistas y permitirá el éxito del resto de los productos es el campo de golf por lo cual se considera prioritario.

Para la ejecución de un desarrollo inmobiliario turístico de esta magnitud es muy importante la colaboración del gobierno federal estatal y municipal, la voluntad de estos organismos queda manifiesta en las facilidades otorgadas para la dotación de créditos por parte de la banca de desarrollo en materia de infraestructuras, la incorporación de terreno por parte del gobierno del estado así como la integración de fideicomisos que faciliten la inversión privada.

Los beneficios generados por el desarrollo inmobiliario deben verse reflejados en un aumento de oportunidades para los pobladores de Kino viejo en materia de infraestructura y servicios, empleos formales así como en un mejoramiento de la imagen urbana del poblado existente.

Para dar certidumbre en materia ambiental el desarrollo inmobiliario Campo de golf en Bahía de Kino respeta las disposiciones de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente de la SEMARNAT y a su vez se enmarca en el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial del Proyecto Marino del Golfo de California. También el proyecto se encuentra sujeto a la Ley de Desarrollo Urbano para el Estado de Sonora LDUES.

El horizonte de análisis en este tipo de desarrollos considerados de largo plazo es de 15 años.

El análisis de inversión se basa en un análisis de costos paramétricos en desarrollos de infraestructura similares realizados por del Fondo Nacional de Fomento al Turismo dentro del rubro campos de golf.

Los ingresos así como la estructura de costos y gastos que se muestran en la corrida financiera se basan en tarifas operantes actualmente en campos de golf en el mar de Cortes.

Los coeficientes de ocupación del campo o número de rondas se basan en condiciones moderadas correspondientes a un 40% de ocupación anual.

Los flujos de efectivo evaluados que son la base de los indicadores financieros muestran una tasa interna de retorno de 18% un valor presente neto de 37 millones de dólares, con una tasa de descuento aplicada de 10%.



Los indicadores financieros que arroja la corrida financiera bajo las premisas establecidas muestran un comportamiento positivo de la inversión por lo cual se considera una inversión recomendable.

El desarrollo inmobiliario turístico campo de golf bahía de Kino cumple con las condiciones necesarias para una oferta turística competitiva es decir: preservación del medio ambiente, legalidad, viabilidad y rentabilidad, además responde a las condiciones y demandas del mercado potencial actual, su realización generaría una mejora en infraestructuras, servicios y oportunidades de empleo. Esta combinación de factores bajo las condiciones establecidas en el escenario de análisis hacen posible que este desarrollo inmobiliario turístico sea considerado un factor positivo en materia de desarrollo económico.



BIBLIOGRAFÍA.

- Aaker, David (2007). Investigación de mercados. México: Limusa. 134p.
- Beasley, Scott (2009). Fundamentos de Administración Financiera. México: Cengage Learning Editores. 840p.
- Benassini, Marcela (2008). Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. México: Prentice Hall. 288p.
- Boullón, Roberto (1994). Planificación del espacio turístico. México: Trillas. 246p.
- Carrillo Neri, Luis Felipe (2006). Manual de buenas prácticas del ecoturismo. México: SEMARNAT 77p.
- Correa, Eugenia (2008). América latina y desarrollo económico: estructura, inserción externa y sociedad. España: Ediciones Akal. 288p.
- Deniz, José (2008). Realidades y desafío del desarrollo económico de América Latina. España: Los libros de la catarata. 280p.
- Esteva Joaquín, Reyes Javier (1999). Manual del promotor y educador ambiental para el desarrollo sustentable. México: SEMARNAT 174p.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo. “Planeación de centros turísticos”, 2007. México: FONATUR.
- Gates, Roger (2005). Investigación de mercados. México: Cengage Learning Editores. 686p.
- Gobierno Municipal de Hermosillo. Instituto Municipal de Planeación Urbana de Hermosillo. “Programa de desarrollo urbano del centro de población de Bahía de Kino”, 2007. Hermosillo, México.
- Hernández, Edgar Alfonso (1996). Planificación Turística un enfoque metodológico. México: Trillas. 59p.
- Hernández Hernández Abraham, Hernández Villalobos Abraham. (2001). Formulación y Evaluación de los proyectos de inversión. México: Thompson Learning. 320p.
- Malhotra, Naresh (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Prentice Hall. 864p.



- Martínez, Eunice. “Baby boomers llegan a México” en: Real Estate market & lifestyle. México, D.F, mensual, mayo 2007, vol. 41 pp. 50-57
- Morales Castro, José (2003). Proyectos de inversión en la práctica. México: Gasca Sisco. 180p.
- Moreno Fernández, Joaquín (2006). Las finanzas en la empresa. México: Compañía Editorial Continental. 661p.
- Moyer, Charles (2004). Administración Financiera Contemporánea. México: Thompson Learning. 448p.
- Sapag Chaín, Nassir (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación. México: Pearson Educación. 488p.
- Secretaría de Turismo. “Exploración de los factores que influyen en la competitividad de la actividad turística en las principales ciudades de la frontera norte”, 2008. México: SECTUR
- Secretaría de Turismo. “Plan Sectorial de Turismo 2007-2012”, 2007. México: SECTUR
- Sonora, Gobierno del Estado, Ley de fomento al turismo para el estado de Sonora: versión abreviada: Gobierno del Estado de Sonora.

Consultas en internet:

- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). <http://www.inegi.gob.mx> (consultada en febrero 2009)
- Organización Mundial de Turismo (OMT). <http://www.unwto.org> (consultada en febrero 2009)
- Secretaría de Turismo (SECTUR). <http://www.sectur.gob.mx> (consultada en febrero 2009)