



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGÓN

**“PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN
EL SECTOR TURISTICO DURANTE EL SEXENIO DE
VICENTE FOX QUEZADA: CASO PRACTICO PROYECTO
TURISTICO DE LA ESCALERA NAUTICA EN EL MAR DE
CORTÉS”.**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

L I C E N C I A D O E N

RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A :

ORTIZ GARCIA ISABEL GUADALUPE



FES Aragón

ASESOR:

LIC. RODOLFO ARTURO VILLAVICENCIO LOPEZ

MEXICO

2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

“Estar preparado es importante, saber esperarlo es aún más, pero aprovechar el momento adecuado es la clave de la vida”.
Arthur Schnitzeler.

Le doy gracias a Dios porque llego este momento tan deseado.

A mis padres porque me apoyan en cada momento y sin ellos yo no podría ser lo que soy.

“A mi Madre gracias, porque tu fuerza infinita es la que me da aliento todos los días, también te agradezco tus acertados consejos de sabiduría que me han ayudado a llevar una vida feliz. A mi padre gracias, porque con su ejemplo de luchar todos los días me hace comprender que a pesar de que en la vida puede ser dura, siempre hay momentos de felicidad”.

A mis hermanos; David y Paola que hacen que mi vida sea cada vez más interesante y feliz.

A nuestra UNAM que gracias a ella conocí un mundo sin fronteras. Además gracias a ella conocía amigos inolvidables.

A mis asesores Villavicencio, Efrén, Briseyda, Adelina y Claudia, donde ellos son una gran ejemplo.

INDICE

INTRODUCCIÓN.	1
CAPITULO I	
1.-Oportunidades de negocios en el sector turístico en el proceso global.	
1.1.- Importancia de la elaboración de un plan de un plan de negocios en el sector turístico.	6
1.2.- Importancia de la segmentación de mercados turísticos en la economía nacional.	13
1.3.-Nichos de oportunidades en el sector turístico.	23
CAPITULO II	
2.-Perspectivas y retos del turismo en México durante el gobierno de Vicente Fox Quezada.	
2.1.- Alcances y limites del turismo durante el gobierno de Vicente Fox.	26
2.2.- El turismo después de los atentados del 11 de septiembre del 2001.	33
2.3.- El turismo justo como modelo alternativo del desarrollo sustentable turístico.	37
CAPITULO III	
3.-Desarrollo del proyecto turístico de la escalera náutica del mar de Cortés.	
3.1.- Importancia del proyecto turístico del Mar de Cortés en el turismo Mexicano.	43
3.2.- Desarrollo del proyecto turístico del mar de Cortés.	50
3.3.- Impacto al medio ambiente en el proyecto turístico del Mar de Cortés.	57
Conclusiones.	61
Fuentes de información.	65

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización que en el contexto mundial se está viviendo, ha presentando una serie de problemáticas que atañen a la comunidad internacional, por lo tanto requiere un estudio en el desarrollo de la evolución de la globalización.

“La globalización es un proceso tecnológico y humano, que desde el punto de vista tecnológico los nuevos sistemas de información y comunicación global alimentan y enlazan a los agentes de la globalización; corporaciones multinacionales, a veces con los gobiernos como socios. Por el lado humano la globalización es impulsada por la explotación de los deseos de los consumidores.”¹

Se observa que en el proceso globalización todas las empresas, incluidas las turísticas, han tenido que replantear sus estrategias de funcionamiento. Las empresas multinacionales han cobrado en años recientes cada vez mayor peso e importancia. Con la apertura de la economía de las naciones y la promoción de la inversión extranjera, resulta cada vez más difícil para los estados nacionales ejercer algún control sobre estas mega-empresas, cuyos ingresos son en muchos casos mayores que el producto interno bruto de buen número de países de desarrollo intermedio. Una buena parte del crecimiento del comercio mundial se explica a través del comercio intrafirmas transnacionales y parece que en los próximos años, el peso de las grandes transnacionales seguirá aumentando

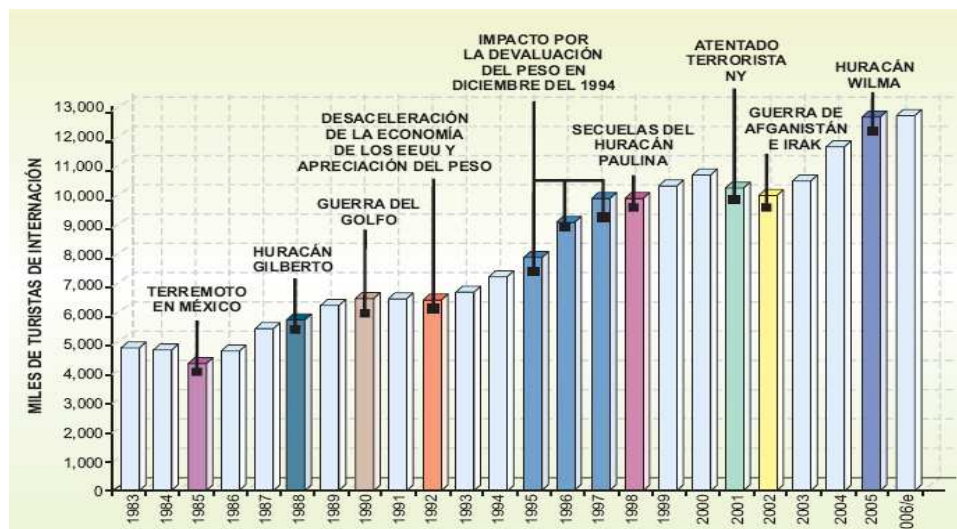
En paralelo con la ola de fusiones entre las empresas multinacionales, parece estar en marcha un proceso de fragmentación de las grandes firmas en unidades de negocios, para lograr la flexibilidad necesaria para desarrollar o mantener ventajas competitivas en un ambiente de mayor competencia donde la velocidad de respuesta es fundamental.

Se puede decir, entonces que, para la globalización el turismo ha sido un sector de una formidable capacidad multiplicadora, por su directa repercusión en otras ramas de la economía. El turismo es cada día más un conjunto de experiencias, donde el visitante es actor y protagonista de su viaje; ofrecerle actividades, equipos, entrenamiento y asistencia especializada es un nicho con un amplio futuro, desde el vuelo y la escalada que ponen ante el turista, hasta el buceo en las profundidades del mar que le ofrece un mundo desconocido, pasando por el ejercicio de un deporte en la superficie del mar o de la tierra, el hallazgo de un refugio para la relajación y la salud, o la simple pero cautivante contemplación de la naturaleza y el paisaje.

¹ Lodge C. George, “Administrando la globalización en la era de la interdependencia”, Panorama, 1996 Pág.70.

Ahora bien, el turismo a pesar de ser considerado una herramienta necesaria para el aumento del producto interno bruto de la nación, ha tenido que luchar con acontecimientos significativos del contexto mundial. Por ello se observa que este segmento del turismo internacional es sensible a los efectos de fenómenos de índole natural y social, ante los cuales se ha demostrado en diversos acontecimientos que su proceso de recuperación ha sido mucho más ágil que el resto de las actividades económicas.

PROCESO DE RECUPERACIÓN DEL TURISMO



Secretaría del Turismo, [http://www.sectur.gob.mx/análisis del turismo/estacionalidad](http://www.sectur.gob.mx/análisis%20del%20turismo/estacionalidad).

A pesar del contexto mundial, donde el turismo es vulnerable a las guerras, al terrorismo y a los desastres naturales, al mismo tiempo, es un sector con una gran capacidad de recuperación. La idea de viajar está tan profundamente arraigada que pueden posponer sus viajes o cambiar de destino turístico, pero no dejan de viajar.

Por consecuencia el turismo ha logrado llevar estrategias de posicionamiento para lograr su pronta recuperación. Una de ellas ha sido que las transparencias en las comunicaciones y la voluntad de hacer frente a los problemas en la colaboración donde el sector privado nacional y con los tour operadores en el extranjero es la clave para superar las crisis existentes del contexto mundial.

Asimismo, el turismo internacional ha avanzado y se posiciona fácilmente en los mercados internacionales, pero cabe resaltar que la nueva trayectoria de las políticas económicas, a tenido una gran brecha de una mal configuración, ya que las medidas que se llevan a cabo para la delimitación de flujos de capitales no son tomadas en gran parte con restricciones que se han vuelto necesarias para el desarrollo de las finanzas internacionales, por lo tanto se han encontrado dificultades en materia de mercado interno como en el externo.

En el gobierno de Vicente Fox Quezada se implementó proyectos nacionales de interés turístico, donde el objetivo principal es fortalecer la planeación, investigación y asistencia estadística para desarrollar el sector de forma sustentable, aumentar la rentabilidad en los aspectos sociales, económicos y ambientales y alcanzar un crecimiento equitativo en las regiones y comunidades locales. El dilema que se utilizó para promocionar el turismo nacional fue *"El Turismo: la fuerza que nos une"*²

Las innovaciones contempladas en México han sido escasas pero en la estrategia económica del gobierno de Fox se realizó el avance en el sector turístico, como una alternativa para mantener un equilibrio estable de la economía.

El proyecto se denomina escalera náutica del Mar de Cortés, donde es importante el seguimiento del proyecto, ya que afecta factores sociales, económicos y políticos y las nuevas estrategias de los demás gobiernos han implementado.

El seguimiento al proyecto del Mar de Cortés nos permite ubicar las oportunidades de negocios en el sector turístico, donde se emplean conceptos importantes como una alianza estratégica para el mejoramiento de la economía nacional, tomando en cuenta que se puede percibir mayor captación de divisas. Es por ello que debemos observar la industria turística como una nueva perspectiva para el avance de los negocios internacional, logrando así mayor aumento de empleos.

Como internacionalistas debemos investigar la proyección internacional de este proyecto, así se lograría un avance en nuestra economía, aportando una visión más amplia de captación de divisas, no solo limitándose al mercado norteamericano, sino también logrando captar la atención del mercado europeo.

Con los elementos anteriores, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general, establecer que el turismo ha logrado incorporarse a la rama económica, por sus factores y estrategias esenciales dentro de la economía nacional.

Los objetivos particulares de esta investigación son determinar y analizar ¿Cómo el turismo se ha convertido en una actividad, que sin duda contribuye a la economía nacional?, como también conocer ¿Cuáles son las oportunidades de negocios dentro del turismo nacional e internacional?, a fin de señalar, que los negocios internacionales auxilian al estudio del turismo, también se señalará ¿Qué la inseguridad del país pudiera causar un bajo índice en el turismo nacional?, finalmente se demostrará como el proyecto turístico nombrado escalera náutica del Mar de Cortés nos ayuda a comprender que México podría tener un auge en el turismo nacional.

La hipótesis de la presente investigación será; conocer las oportunidades de negocios dentro del turismo, durante el periodo de Vicente Fox Quezada, y si bien, se observa el proyecto turístico de la escalera náutica del Mar de Cortés encontraremos una perspectiva del futuro del turismo en México.

². [http://www.sectur.gob.mx/work/análisis/programa nacional de turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/análisis/programa_nacional_de_turismo/pdf).

La teoría que se incorporan a la investigación sería la interdependencia compleja de Robert O. Keohane y Joseph Nye en su libro, *Power and Interdependence. World Politics in Transition*. A continuación se explicará algunos puntos de dicha teoría.

El mundo, como consecuencia del acelerado desarrollo social, económico, científico-técnico y comunicacional, está caracterizado por el creciente fenómeno de la interdependencia.

“La interdependencia compleja destacaba la dinámica de la política interna y en cómo está afecta a la elaboración de la política exterior y viceversa. Subrayaba el desvanecimiento de las fronteras entre la política interna e internacional y su condicionamiento o influencia recíprocos. Criticaba que el realismo viera en el Estado- Nación la unidad básica para el análisis de la política internacional y que lo consideraran un acto unitario.”³

La interdependencia, como bien se explica, era la cooperación entre las naciones para el entendimiento de su política interna, pero iba aumentando y se volvió necesaria, subrayando así, que podría existir una relación de dependencia, más que de cooperación voluntaria, por lo tanto los costos y beneficios obtenidos no fueran equitativos. En este sentido, el estado se debilita, como entidad soberana y como estructura capaz de garantizar el bienestar y la seguridad de sus ciudadanos.

El fenómeno de interdependencia y la necesidad de atender a las demandas de desarrollo económico y social han obligado al estado a abrirse cada vez más al exterior, lo que ha acrecentado aún más esa interdependencia y restringido su margen de autonomía.

“La interdependencia compleja advertía la necesidad de no hacer una división tajante entre economía y política, resaltaba la importancia de los factores económicos en el análisis de las relaciones internacionales.”⁴

Con este concepto nos acerca más a la inserción de una dependencia que se crea en los procesos entre los países desiguales, donde se predispone a que la facilitación de la inversión extranjera lleve a una interdependencia en todo el proceso del desarrollo del proyecto.

Una vez planteado el marco teórico de la presente investigación, solo se indicará que se realizó la búsqueda de información bibliográfica, mesográfica y hemerográfica, que las técnicas que se utilizaron para su elaboración fueron el análisis y la comprensión de los datos obtenidos.

³ Torres Blanca, ¿Interdependencia: un enfoque útil para explicar las relaciones México- Estados Unidos?, México. COLMEX, 1990. Pág. 9

⁴ Ibidem, Pág 18

En el primer capítulo de la siguiente investigación, se presentará hechos que han logrado que turismo sea estudiado y analizado en la rama económica, también se hablará de las oportunidades que se presentan en México para invertir en el turismo, así logrando que el turismo vaya aumentando en el mercado internacional. Por consecuencia, existen nichos de mercados que ayudan a incrementar la derrama económica.

En el segundo capítulo si bien el turismo ha logrado aumentar la economía, no ha sido fácil, y esta investigación pretende conocer, que a pesar de los hechos ocurridos en el entorno internacional, como lo es la inseguridad debido a los atentados del 11 de septiembre del 2001 y los cambios que ha tenido por consecuencia. El turismo ha logrado sobresalir, además los modelos de desarrollo sostenible que se ha presentado en el contexto mundial son elementos que se tienen que adaptar para su desarrollo. Como también hablaremos de la inseguridad en la frontera y sus consecuencias para el sector turístico.

En el tercer capítulo se conocerá todos los elementos y consecuencias del proyecto de la Escalera Náutica del Mar de Cortés, quien se dirige está investigación. Conociendo así, que dicho proyecto tiene finalidad de incrementar la economía nacional. Sin embargo hablaremos también de las problemáticas que se han presentado en contexto ambiental y social.

Por último las conclusiones señalarán de forma más clara y precisa, si el proyecto ha sido un claro ejemplo que el turismo incrementa los flujos de capitales en la economía nacional. Con ello se analizará si el objetivo principal de la investigación, es tener claro que el turismo con elementos significativos de negocios internacionales como es un plan de negocios, es útil para la elaboración de un proyecto turístico.

CAPITULO 1

1. Oportunidades de negocios en el sector turístico en el proceso global

El turismo es una actividad económica, por lo tanto, se pueden estudiar los instrumentos específicos y comprobados relativos a ciertas leyes económicas reconocidas.

De esta forma, esta investigación tiene como primera premisa especificar que el turismo es una actividad económica productiva, además que con los elementos necesarios de un plan de negocios podemos desarrollar un proyecto turístico.

En la segunda premisa de esta investigación podemos analizar las modalidades de un plan de negocios, con el cual el proyecto turístico logra un mejor desarrollo. Por último conocer el entorno global con la segmentación de mercados que a través de la demanda cualitativa y cuantitativa lograremos colocar al turismo como una materia en vuelta en la rama económica.

1.1. Importancia de la elaboración de un plan de negocios en el sector turístico

El esquema general de estructura de negocios, es realizar un resumen ejecutivo donde se reúne toda la información requerida por los inversionistas potenciales, como es un estudio de factibilidad tanto de mercado, técnico, socioeconómico y financiero.

Dicho esquema surge como una herramienta para la colaboración necesaria para satisfacer las necesidades del turismo en México, donde se realizan operaciones redituales, a través de una adecuada estrategia de promoción de negocios.

Sin embargo debemos conocer primero los elementos que contiene un estudio de mercado, técnico, socioeconómico y financiero que desarrollan un plan de negocios, es así como, el estudio de mercado tiene un papel trascendental dentro del plan de negocios, ya que permite obtener las premisas para determinar los ingresos de un proyecto turístico, y a su vez, estos ingresos serán parte fundamental para el desarrollo del estado financiero del proyecto. Además la información que se obtiene del estudio de mercado permite que los futuros inversionistas conozcan las proyecciones de mercado del proyecto.

“Los estudios de mercado en turismo, cuando buscan definir el perfil del futuro consumidor hacen un énfasis especial en la segmentación motivación al del mismo ya que efectivamente representa uno de los indicadores más importantes para elaborar un proyecto acorde con los requerimientos de la demanda por captar y ofrecer datos fundamentales para las campañas promocionales”.¹

¹Hernández Díaz Edgar Alfonso, Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación. México. Trillas Pág.129.

Se observa que el estudio de mercado en su fase de oferta y demanda es trascendental para lograr que las perspectivas del proyecto turístico alcancen su objetivo, así como resolver al inversionista las dudas referentes al producto que deberá ofrecer, y especificar a quien va dirigido.

El análisis de la demanda en la estructura de negocios turísticos tiene por objetivo principal evaluar la situación histórica, actual y proyectada, de los turistas que hacen uso de las instalaciones turísticas planeadas. De la misma forma, se estudia la selección del perfil del turista actual y potencial permitiendo una adecuada determinación de los ingresos por este concepto, así como el conocimiento de la distribución de los consumos entre la gama de servicios existentes y potenciales. Los principales indicadores que deben tomarse para determinar el análisis de la demanda son los siguientes:

Históricos de afluencia de visitantes: Deben considerarse la afluencia nacional y extranjera, así como la composición de cada una de ella. En este sentido, también debe tomarse en cuenta la afluencia turística por temporalidad o promociones, ya que muchos destinos presentan una marcada estacionalidad en su demanda.

Arribo de pasajeros: Aspectos importantes a considerar, es la forma de arribo de los pasajeros, ya sea por vía aérea, marítima o terrestre. Aquí también debe realizarse la subdivisión de turistas nacionales y extranjeros que más adelante explicaremos con mejor claridad.

Perfil del visitante: La estructura de negocios de los proyectos turísticos depende mucho de los nichos especializados de mercado, por ejemplo; náuticos, por lo que el perfil del turista es trascendental para esta evolución; se considera elementos como el origen, sexo, edad, estado civil, ocupación, ingreso promedio, escolaridad, preferencias, gastos y estancia promedio.

Con la evolución de los indicadores mencionados, el análisis de la demanda permite finalmente identificar con exactitud el nicho de mercado hacia el cual estará dirigido al desarrollo, lo que a su vez facilita una comprobación o redefinición de la mezcla de producto o ofrecer a través del proyecto turístico, para última instancia obtener la demanda potencial por este tipo de servicios con sus atractivos correspondientes. En forma general, esta estructura de negocios en su primer punto deberá ofrecer al inversionista una visión clara y redefinida de la demanda potencial.

Por otro lado, el análisis de la oferta en la estructura de negocios tiene como finalidad proporcionar información complementaria en el establecimiento y validación de la premisa para determinar los ingresos del proyecto, así como también presentar al inversionista la situación histórica y actual del sitio del proyecto, identificando y analizando la oferta de productos competitivos con el proyecto, incluyendo su posicionamiento actual en el mercado.

Para un adecuado análisis de la oferta debe tenerse en consideración que un proyecto turístico generalmente cuenta con zonas para el desarrollo de hoteles, centros comerciales, unidades habitacionales, campos de golf y marina. Por lo tanto, los indicadores a evaluar son los siguientes:

Hotelería: En este indicador debe evaluarse el crecimiento de la oferta hotelera durante un periodo de 5 años, así como una evaluación minuciosa del número de cuartos que ofrecen y los servicios que tienen. De la misma forma, se deberá analizar la oferta hotelera del año en el que se realice el proyecto, tomando en cuenta el nicho de mercado al cual pretende llegar a través del proyecto.

Ocupación: Generalmente se realiza un histórico del porcentaje por categoría de los hoteles, lo que a su vez sirve de parámetro para realizar proyecciones de ocupación.

Tarifas: Es el indicador fundamental en la determinación de los ingresos. Debe considerarse las tarifas de todos los elementos que conformarán el desarrollo turístico para que exista un punto de comparación. En el caso de los desarrollos turísticos inmobiliarios, es decir, aquéllos que entre sus productos ofrecen residencias, condominios, villas, zonas comerciales, entre otras, deberán investigarse los precios por uso de suelo, plazos y condiciones de pago, así como la velocidad de la venta, con el propósito de medir su penetración en el mercado.

Competencia: En este punto se realiza un análisis de proyecto competidores en la zona del desarrollo turístico, tomando en cuenta de la misma forma, todos los elementos que conformarán el proyecto. El análisis de la competencia incluye información sobre:

1.- Tipo de Oferta: Características de sus instalaciones y servicios, tarifas, esquemas novedosos o exitosos de operación, administración y comercialización.

2.- Demanda: Composición y tamaño del mercado, así como mercados de origen, con la finalidad de conocer el perfil sociodemográfico y psicográfico del usuario de este tipo de servicio.²

Lo anterior, sirve de base para la identificar las ventajas y desventajas competitivas del proyecto en relación a los existentes, con el propósito de orientar el posicionamiento deseado.

Oferta de transporte: En este indicador describe la situación actual en cuanto a la oferta de transporte para llegar al lugar del desarrollo, así como la existente para el desplazamiento turístico en la zona, incluyendo las principales vías de acceso y medios de transportación sin olvidar las distancias a los principales centros emisores de turistas.

² Cárdenas Tabares Fabio. Comercialización del Turismo, Determinación y análisis de mercados, Trillas 1982, Pág.,40

Ofertas complementarias: Se le presenta al inversionista un inventario de establecimientos como agencias de viajes, restaurantes, bares, centros nocturnos, arrendamientos de autos, etc., que le sirva de complementarios para la visión global del sitio o lugar de desarrollo.

La evaluación de los indicadores ya mencionados permite obtener como conclusión las fuerzas y debilidades con las que cuenta el desarrollo del proyecto turístico, así como las amenazas y oportunidades de los proyectos que representan la competencia para el proyecto turístico a realizarse.

Una vez analizadas la demanda y la oferta, él estructurador del negocio se enfrenta ante la pregunta de ¿Cómo?, atraer hacia este proyecto al nicho de mercado potencial previamente seleccionado, para lo cual debe desarrollarse una eficiente estrategia de comercialización, que también le permita determinar la forma y la velocidad con que se recibirá los ingresos.

*“La investigación sobre el sistema de comercialización que emplea la competencia debe abarcar todos los niveles del tema e incluir una recomendación concreta sobre los que se considera de mayor eficiencia para la futura empresa, de manera que tales recomendaciones puedan ser contempladas en el estudio financiero del proyecto. Tanto en la fijación de precios y tarifas como en el cálculo de sus gastos respectivos”*³

Dicha investigación debe plasmar los aspectos referentes a la conceptualización exacta del producto de acuerdo al mercado potencial, la estrategia de precios que se adoptará, el plan de mercados y medios, las facilidades y beneficios que se ofrecerán, así como los mecanismos de promoción y publicidad que se emplearán para dar a conocer y posicionar el proyecto.

Es importante comentar, algunos ejemplos de los mecanismos de venta que se emplean en los proyectos turísticos para favorecer su rápido desarrollo. En primera instancia, el mecanismo de la venta de tiempos compartidos es un recurso utilizado en los proyectos turísticos, ya que se realizan a través de preventas, lo que le permite al inversionista recibir flujos de efectivo en un menor tiempo, incrementando la velocidad de venta. En el mismo sentido, la venta de membresías para los clubes de golf o marinas, también es un importante acelerador para la recepción de flujos. Los mencionados, son solo dos ejemplos de los más utilizados en estos proyectos; sin embargo existen una gama de posibilidades, cuyo empleo dependerá de las necesidades del proyecto.

³ Jiménez Martínez Alfonso, Turismo estructura y desarrollo, México trillas 1993. Pág. 15

En lo referente a los mecanismos de publicidad y promoción, la tendencia de los desarrolladores es hacia los contratos de empresas extranjeras especializadas en este rubro, lo que obliga a cualquier nuevo inversionista a emplear empresas con experiencia en la promoción de productos tan especiales como los proyectos turísticos.

En conclusión, el análisis y la conjugación de los indicadores provenientes de la demanda, oferta y la estrategia de comercialización, permite obtener del estudio de mercado los ingresos que se generarán en la fase operativa del proyecto, que se manifestará como un presupuesto de venta para el proyecto; mismo que se empleará en el análisis financiero para poder determinar los flujos de efectivo.

Después de establecer los datos requeridos por el estudio de mercado, se analizan los resultados obtenidos y se desarrolla el planteamiento técnico del mismo, cuya finalidad es conceptualizar las características propias de la empresa futura y los productos que se establecerán en el mercado.

Para lograr el estudio técnico se realiza el estudio de diferentes áreas de análisis y se clasifican en seis grupos:

Como primer punto tenemos localización, donde se establecerá el proyecto y concentrarnos desde el clima apropiado para el turista hasta los futuros riesgos de urbanización, ya que se busca las áreas apropiadas para la inversión desde los atractivos naturales que se puedan encontrar hasta los que el hombre pueda crear.

Después se consideran los programas arquitectónicos, donde se establece las características particulares físicas del proyecto turístico y se realiza un plan maestro, con el cual se indican las distribuciones especiales de las distintas obras detectadas en el programa arquitectónico. Posteriormente se realiza un estudio de las medidas que deberá considerar para el proyecto, delimitar las áreas geográficas del alcance del futuro proyecto.

El siguiente paso a realizar es el diseño que se ejecutará y se le conoce como anteproyecto arquitectónico, desde como será las áreas de esparcimiento hasta los hoteles y centros de diversión que se encontrarán. Además no debemos olvidar los costos de las obras y para lograr una mayor organización se realiza por último la calendarización de todo el proyecto técnico y poder obtener datos específicos para lograr el estudio financiero.

Es importante destacar, que todo el desglose del presupuesto de inversión inicial no necesariamente debe estar plasmado en el documento del resumen ejecutivo. En éste se puede resumir agrupando la en categorías como por ejemplo: terrenos, obras de proyección, obras urbanización, equipamiento turístico y complementario, estudios y proyectos, licencias y trámites, gastos de preoperación y dirección del proyecto.

A través de esta agrupación conceptual, la conclusión principal que puede obtenerse del estudio técnico es el monto de la inversión que el proyecto turístico requiere para su implementación y cuando se requiera, es decir, el plazo de construcción expresado en años o etapas de desarrollo.

Después de analizar el estudio técnico es importante, seguir con el estudio socioeconómico, donde, el estructurador de negocios obtendrá las premisas de sensibilidad macro y micro económicas que deberá emplear en las proyecciones financieras.

Desde este punto de vista los indicadores sujetos de análisis son:

- Entorno económico
- Derrama económica vía salarios a nivel local y regional
- Generación de empleos directos e indirectos
- Desarrollo regional (infraestructura, sistemas de enlaces, concentración y urbanización)⁴

Con base a estos indicadores y adicionalmente a las premisas de sensibilidad, se puede identificarlos siguientes aspectos importantes:

Situación actual y evolución de las actividades económicas, con objeto de identificar el grado de desarrollo alcanzado y el impacto que tiene o puede tener la actividad turística en la estructura económica, en la generación de empleos directos e indirectos, así como en el ingreso de la población.

Desarrollo regional, en el que se podrá evaluar el impacto económico que han generado y que pueden generar los desarrollos turísticos, el equilibrio y desequilibrio que este ha producido en su entorno y área de influencia, de tal manera que se pueda identificar si se ha generado un factor de impulso o al contrario un enclave.

La realización de la evaluación de un estudio financiero de un proyecto turístico es la etapa de mayor relevancia en la estructuración de negocios, ya que aquí se concentra en forma sintética la información que ofrecen los indicadores obtenidos en los estudios de mercado, técnico y socioeconómico. En esta evaluación se medirán en términos monetarios las consecuencias de un proyecto, dado por resultado un flujo de efectivo, cuya rentabilidad se espera que sea atractiva para los inversionistas, que justifiquen la canalización de recursos al negocio.

En esencia, la intención de este análisis, es la identificación de los estados financieros proyectados, como el estado de Inversión inicial del proyecto, estado de resultados, balance general, flujo de efectivo, estado de origen y aplicación de los recursos, los cuales van encaminados a la obtención de resultados que permitan tomar decisiones acertadas en cuanto al riesgo o las oportunidades que ofrece un proyecto en su aspecto

⁴ Acerenza Miguel Ángel, Administración del Turismo. Conceptualización y Organización, Trillas, México, 1984. Pág. 30

monetario. Estas decisiones se adoptarán en virtud de los resultados que arroje el empleo de indicadores financieros tales como: razones financieras (liquidez, solvencia, cobertura y apalancamiento), periodo de recuperación de la inversión, valor presente neto, tasa de rendimientos mínima atractiva y tasa interna de rendimientos.

La elaboración de las simulaciones financieras tiene requerimientos de información de carácter macroeconómico, microeconómico y operacional, dentro de los que se distinguen los siguientes:

Presupuesto de inversión; Este indicador fue producto del estudio técnico, donde se detalla cuales son las necesidades de inversión para concebir materialmente el desarrollo turístico e iniciar operaciones.

Calendarización de inversiones: En este punto se desarrolla los períodos de tiempo para la duración del proyecto, que se define como las cantidades de efectivo que se requiere por periodo. Por lo tanto, se podrá conocer cuándo y cómo se necesitará el dinero del proyecto.

Este calendario tiene su origen tanto en el estudio técnico debido al programa de obras, como en el de mercado en lo referente a la estrategia de comercialización. Cabe destacar, que este programa de inversiones es indispensable para la negociación de créditos, pues es aquí donde se detalla la evolución constructiva del proyecto.

Estructura de capital; Este indicador proyecta la forma de inversión total en un proyecto conforme a sus orígenes financieros, distinguiéndose la aportación propia o de riesgo o la participación en créditos, tomando en cuenta montos, plazos tasa de interés, periodos de gracia, garantías, avales y periodos de amortización. No existe una estructura óptica de capital que garantice el éxito en este tipo de proyecto, por lo que se deberá buscar el ajuste óptimo a través de las perspectivas que las simulaciones financieras vayan presentando.

Ingresos: la obtención de los ingresos para los proyectos turísticos se originó en el presupuesto de ventas que se realizó en el estudio de mercado a través de las expectativas de la demanda potencial.

Debe especificarse que para la determinación de estos ingresos, es necesario tomar en cuenta los momentos en que se realizan las ventas, las políticas de ventas, condiciones de crédito, así como descuentos.

Desde el punto de vista financiero y contable , en este indicador debe prestarse especial atención sobre la manera en que se realizan los registros, ya que el proyecto solamente recibe el efectivo general por el enganche de la misma venta, situación que puede desvirtuar las necesidades de efectivo del proyecto.

Valor de rescate del proyecto; Este es un ingreso adicional que debe ser considerado en el análisis, ya que el proyecto se evalúa en función del flujo de efectivo que se

espera recibir como respuesta de un desembolso inicial en un lapso que es distinto de la vida real del proyecto.

Para que suceda lo anterior se diferenciará entre el periodo de evaluación y la vida útil del proyecto, debido a que normalmente el horizonte de evaluación es menor a la vida útil, es por esto que se necesita agregarle a la estimulación un valor de salvamento que supone la recepción de un ingreso por la venta del producto de la vida útil del proyecto.

Costos y gastos; En este rubro debe considerarse todas las erogaciones a las que el inversionista se verá comprometido; entre ellas se encuentra:

Costos y Gastos Operacionales, sueldos, salarios, comisiones y prestaciones de la región, plantilla para el funcionamiento del centro, adquisiciones continuas de equipo de operación, comunicaciones, promociones y publicidad, servicios, combustibles e insumos.

Depreciaciones y amortizaciones, son los tipos de activos y tasa, por ejemplo los gastos financieros; importe de crédito, tasa, periodos de pago ya amortizaciones. Seguros; tipos y coberturas, rentas y alquileres, franquicias, impuestos obligatorios tasa, I.S.R., IVA, reparto de utilidades, administrativos y operacionales. Etc.

Tipo de Cambio; Este aspecto es de gran trascendencia para la consecuencia del proyecto, ya que todas las cifras que se emplean se manifiestan en dólares, debido a que son versiones de largo plazo, razón por la cual las proyecciones financieras se presentan en esta moneda, además de que esto propicia que ya no se realice un análisis de las repercusiones económicas de la inflación en el desarrollo.

1.2. Importancia de la Segmentación de Mercados Turísticos para la Economía Nacional

Para el estudio amplio del turismo, se presentaron las clasificaciones para mejorar el estudio de cada nicho de mercado que se pueda presentar en esta materia, y es por eso, que nos enfocaremos a explicar cada objetivo de dichas clasificaciones.

La segmentación de mercados turísticos nos ayuda a analizar el primer paso del resumen ejecutivo que se presenta para la realización del plan de negocios, y no debemos olvidar que los negocios nacen cuando alguien se le ocurre la idea de crear un bien o servicio el cual satisface la necesidad y deseo del consumidor.

La estrategia de nichos de mercado consiste en identificación de fragmentos más pequeños de un segmento de mercado, que son susceptibles de ser mejor para satisfacer la oferta presentada, debido a que estos son capaces de identificar necesidades y deseos de grupos más pequeños de consumidores.

“El turismo interno o nacional denominado también doméstico se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de su

*lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país*⁵

Con esta definición podemos observar que el turismo nacional como su nombre lo indica se practica dentro del país de residencia por quienes en él viven, con la finalidad de conocer la patria y la necesidad de cultivarse de su propia historia. Además con esta explicación nos adentramos a que es necesario volver a subclasificar este turismo nacional o doméstico, en donde si examinamos los niveles de ingresos y de tiempo libre encontramos:

- Turismo de menor de 24 horas, el cuál está solicitado por restaurantes, balnearios, poblaciones típicas, centros de recreación entre otros. También conocido como excursionista ya que solo se necesita viajar a cortas distancias y pocas horas desde el punto de donde radica y corresponde fundamentalmente a la población con ingresos menores.
- Turismo de fin de semana, el cuál existe el alojamiento en restaurantes y atracciones diversas como acampar en sitios cerca de la naturaleza. También podemos citar que este turismo radica en prácticas de cruceros o de viajes, donde frecuentemente es solicitado por personas con mayor edad y un poder adquisitivo mayor.
- Turismo de destino, es el que desea hospedaje por un periodo más largo y exige servicios complementarios y variedad.⁶

Además podemos señalar algunas ventajas de este tipo de turismo, el cual no presenta dificultades en el idioma, los usos y costumbres o el tipo de moneda por emplear durante el viaje. Como también no es tan sensible a las fluctuaciones monetarias ni a los cambios en materia política que puede producirse entre los diferentes países.

Por otro lado, el Turismo extranjero se conoce también como turismo internacional, el cual se relaciona con el desplazamiento que realizan los residentes de un país distinto de su domicilio habitual. Los principales factores que llevan a establecer esta primera gran clasificación del turismo básicamente son los siguientes: el lugar de residencia del turismo y el ámbito de su desplazamiento. Después se pasa a una referencia de características particulares que presenta cada uno de los visitantes.

El turismo internacional tiene la necesidad de cumplir con todos los requisitos que establece el país visitado para poder entrar, dichos requisitos se establecen en las reglas de migración que cada país establece, como también la problemática del idioma, estilo de vida y la distinción del tipo de moneda. Pero dicha actividad repercute económicamente en la balanza de pagos del país visitado.

⁵ Acereza, Miguel Ángel Op Cit, Pág., 32

⁶ Ibidem, Pág. 33

La industria turística lleva a cabo múltiples actividades para el desarrollo del turismo, lo cual reconocer que es una industria importante para la economía mexicana y por ello, se debe clasificar para su mejor entendimiento. Los expertos nos indican que en materia de economía la clasificación del turismo es según su tipo de operación. Tanto turismo receptivo (importación) como turismo emisivo (exportación).

“El turismo receptivo se entiende a todo aquel turismo que llega al destino donde la empresa está afincada, y presta sus servicios, independientes del punto de origen del visitante, el cual puede provenir tanto del exterior como de cualquier otra localidad en el propio territorio nacional”⁷

Dicho concepto nos explica que las empresas dedicadas al turismo, deben tener un plan estratégico donde estén situado en localidades con atractivos, para que el turista que se desplaza al lugar de servicio se atraído para su descanso.

“El turismo emisivo (exportación), se debe entender el que tiene origen en el lugar donde esta establecida la empresa o situado en sus alrededores y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o extranjero”.⁸

Asimismo, el turista de negocios es el más conveniente y en el que vale la pena invertir para atraerlo, ya que tiene varias ventajas sobre el turismo convencional. Como por ejemplo:

Proporciona una gran derrama económica en comparación del turismo convencional, debido a su alto poder adquisitivo. Esta derrama se reparte en varios sectores, desde un taxista hasta en hoteles, restaurantes y prestadores de servicios.

Otra de las ventajas competitivas de este indicador es que normalmente asisten en grupos numerosos, ya que en una convención puede llegar hasta 5000 personas; por lo que la derrama se multiplica.

También uno de los factores importantes es que regula la demanda turística, ya que mejora la ocupación en temporadas bajas. Por ejemplo la Asociación Mexicana de Estudios Internacionales, cada año realiza un congreso en diferentes ciudades de la republica, teniendo como resultado un sin número de participantes, que generan ingresos.

“El turismo de negocios es uno de los mercados más dinámicos del turismo y se caracteriza por una actividad constante, una exigencia creciente y una necesidad permanente de actualización y de mejora en la

⁷ Ibidem, Pág. 36

⁸ Ib.Pág.37

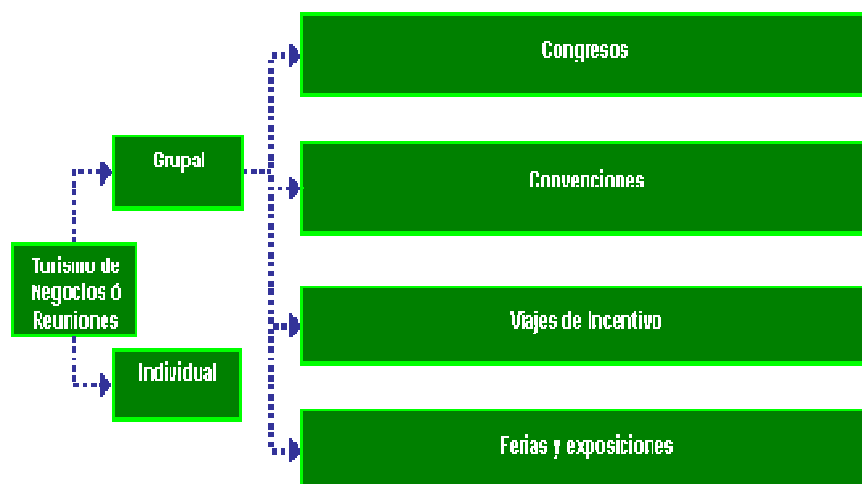
*capacidad de respuesta de los prestadores de servicios, de las ciudades y de las comunidades que atiende a ese público”.*⁹

El turista de negocios se comporta como un turista de placer al momento de concluir con sus actividades o compromisos, por lo que el turista de negocios produce una oportunidad de generación de empresas diversas relacionadas con el turismo incluyendo aquellas de recreación, de compras, de gastronomía, culturales etc., Por otro lado, las personas en viajes de negocios tratan de prolongar para disfrutar y divertirse.

El turismo de negocios puede ser individual o grupal, y se entiende por individual a la persona que se desplaza y visita un destino turístico específico en función de las actividades laborales y profesionales que desarrolla, además de realizar actividades basadas en el negocio (trabajo), por el cual viaja, frecuentemente llamados viajeros de negocios.

Se diferencia del turismo de negocios grupal entre otras cosas, porque en el caso del turismo individual, el destino es seleccionado por el mercado o producto que es el principal interés del negocio a realizar. Mientras que en el turismo de negocios grupal se tiene la posibilidad de seleccionar el destino turístico donde se realice un congreso, convención o viaje de incentivos, siempre y cuando cumpla con los requisitos para su organización.

ESQUEMA DE TURISMO DE NEGOCIOS



FUENTE: Dirección de Desarrollo de Turismo de Negocios.[http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis%20del%20turismo/pdf).

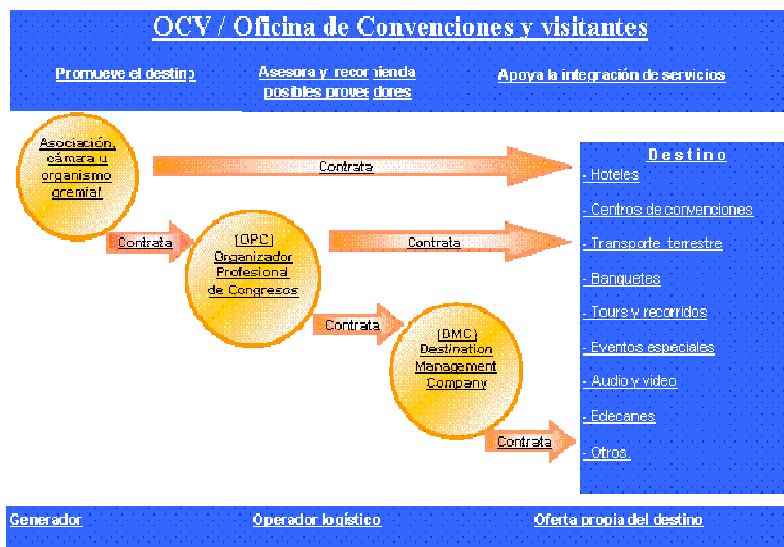
Como se expresa en el esquema anterior, el indicado de Congresos se aplica a toda reunión que se realiza con el objeto de encontrar, entre todos los asistentes, caminos comunes de acción en lo que se refiere a un tema u objeto de discusión.

⁹ Ramírez Ávila Estela A. Turismo de Negocios, ED. Trillas, México 2006 Pág. 9

Se define como congreso toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria.

Dentro de esta categoría pueden incluirse los seminarios y juntas de negocios que tienen objetivos de intercambio profesional y académico, aún en el caso de que el patrocinio fuese hecho por una entidad privada o pública. Se considera el evento más complicado desde un punto de vista organizativo.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE OPERACIÓN DE UN CONGRESOS



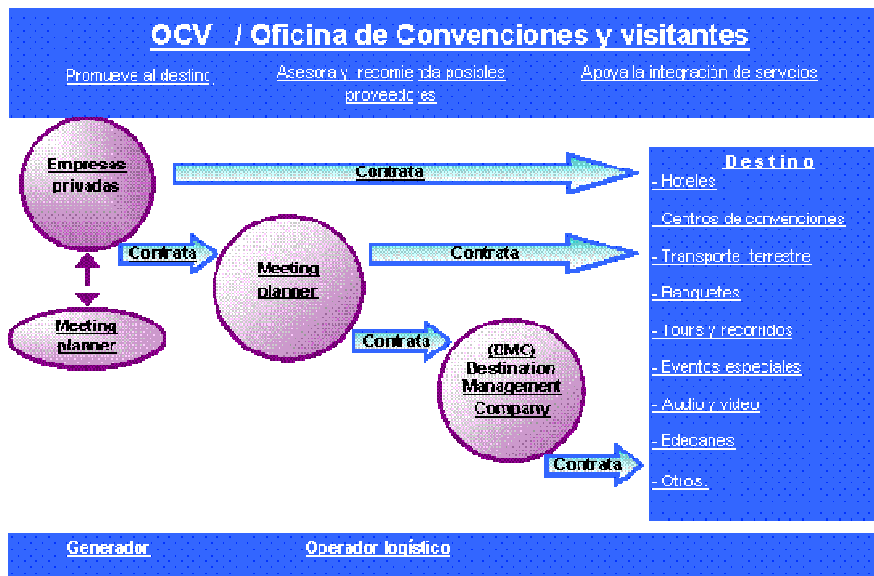
FUENTE: Dirección de Desarrollo de Turismo de Negocios. [http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis%20del%20turismo/pdf).

Las convenciones se definen como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación.

También las convenciones incluyen un programa técnico en el que los participantes se familiarizan y entablan negociaciones respecto a un campo de negocio específico.

En México se utiliza frecuentemente el término convención para denominar a los viajes de incentivo. No obstante esto es erróneo, ya que ni los objetivos, ni la forma de patrocinar y operar estos eventos, es la misma. Algunas convenciones incluyen exposiciones en sus actividades pero suelen restringirlas al público participante.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE OPERACIÓN DE UNA CONVENCION



FUENTE: Dirección de Desarrollo de Turismo de Negocios. . [http://www.sectur.gob.mx/discurso/analisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/discurso/analisis%20del%20turismo/pdf).

Además tenemos los Viajes de incentivo que es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, una vez lograda esa parte que les corresponde a las metas fuera de lo común. El viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo.

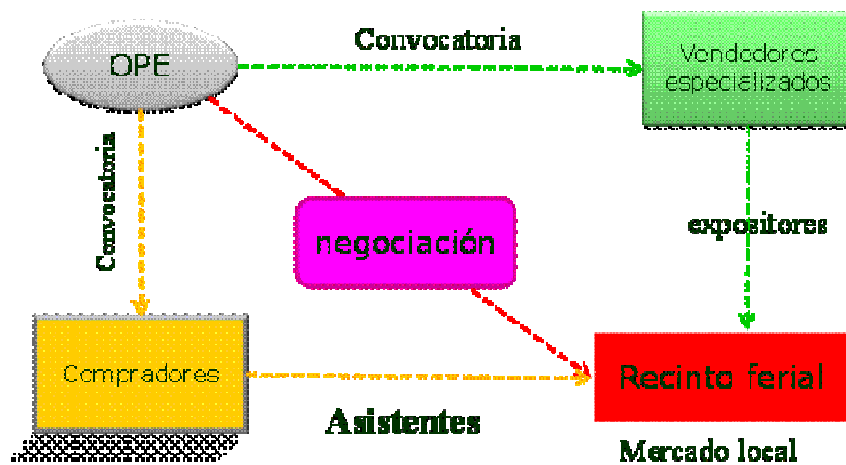
Las ferias especializadas y las exposiciones son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía.

Éstas se dividen en dos:

Industriales. Son aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional.

Comerciales. Son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo.

EJEMPLO DE UN DIAGRAMA DEL PROCESOS DE EXPOSICIÓN.



FUENTE: Dirección de Desarrollo de Turismo de Negocios.[http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/discurso/análisis%20del%20turismo/pdf).

El turismo de vacaciones se explica por sí solo, el cual se relaciona con periodos de reposo. No existe mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente, y este cambio no puede ser más completo ni más beneficioso que cuando es obtenido por un viaje, sea al extranjero o dentro del país. Esta clase de turismo se ha generalizado en tal forma que constituye una de las más grandes manifestaciones del turismo en general, y es la base sobre la cual se funda el postulado de que el turismo debe ser considerado como fenómeno social.

Turismo deportivo. Este sector incluye varios subsegmentos tales como: el alpinismo, la pesca, la cacería, el esquí, la equitación y todos aquellos eventos que atraen a una infinidad de personas.

El turismo deportivo es de larga permanencia, debido a que los turistas llegan antes de comenzar el evento para poder conseguir boletos. Los gastos que se realizan son siempre altos, razón por la cual los proyectos para este mercado siempre son rentables, es por esta razón que los países siempre se pelean los diversos campeonatos a pesar de la fuerte inversión que se tiene que realizar, ya que las ganancias siempre son mayores, por la audiencia que presenta, claro ejemplo son los mundiales y las olimpiadas entre otros eventos.

Turismo de aventura. Por lo general este indicador se genera en regiones selváticas, es uno de los más rentables y de más auge en la actualidad, pues siempre al hombre le ha llamado la atención a lo desconocido, las regiones ignoradas, especialmente aquellas que tienen leyendas, quizá en muchas ocasiones producto de la imaginación de unos cuantos que los han visto.

Además el turismo de aventura solo tiene lugar si existe ciertas atracciones que motiven a un viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Esas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos, en la misma relación de los recursos naturales lo están como otras actividades productivas y nada vale sobre el mercado, sino con valorizados y explotados.¹⁰

Según la Secretaria de Turismo nos explica que el turismo de Aventura, "son los viajes que tiene como fin el realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos".¹¹

Asimismo, Secretaria de Turismo menciona que en México, se estima que la derrama económica de turismo de aventura es de alrededor de 750 millones de pesos, de los cuáles el 66% corresponde a gastos realizados por turistas extranjeros. Este gasto, representa menos del 1% de ingresos por turismo extranjero a México.

El turismo religioso. Cuando el motivo principal del viaje es cumplir con una promesa, acudir a una peregrinación o rejería a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la Fé, se le denomina Turismo Religioso.¹² Este turismo es de baja permanencia y de gastos muy reducidos pues la índole del mismo, no permite establecer un proyecto de desarrollo de diversiones.

El turismo cultural presenta una baja permanencia y tiene gran elasticidad al dejarse complementar con otro tipo de turismo; aspecto que han permitido que los proyectos para este campo sean rentables. Como por ejemplo, corresponde a la corriente de visitantes que miran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos, y se forman imágenes de los lugares de acuerdo a los pocos valores que visitarán y analizarán.

El turismo científico es de mayor permanencia, la edad de los posibles visitantes en ocasiones es mayor y exclusiva. Por lo general, esta compuesto de visitantes de alta preparación intelectual que viajan con el único objetivo de analizar con profundidad el país extranjero o el interior si es el caso, los campos correspondientes de su profesión, especialización o maestría.

Turismo gastronómico. Se refiere en especial a las personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de la cocina internacional. Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual países se están preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que puede incentivar a las personas del buen comer.

¹⁰ Tabares. Op. Cit. Pág. 52

¹¹ Secretaria de Turismo, Glosario de turismo, Terminología, medidas y capacidades, México, 2002.

¹² Ibidem , Pág., 53

“La Asociación “Chaine des Rotisseurs”, pertenece a la Secretaria General de Paris y en donde los caballeros de honor y los dignatarios de todos el mundo que se comunican a través de la revista Bonne Table et Tourisme a Chaque Saison.”¹³

EL turismo estudiantil. Existen varios grados de desarrollo, por ejemplo, turismo escolar, turismo colegial y turismo universitarios, por ende, se construyen los albergues juveniles, los cuales se establecen cerca de las ciudades, para evitar el costo del transporte, que en la actualidad es muy alto, en relación con la capacidad económica de los estudiantes.

El turismo estudiantil se ha convertido en uno de los más importantes dentro de los planes de desarrollo del turismo interno y ya a comenzado a serlo desde el punto de vista internacional.

El turismo acuático es complejo, ya que debemos conocer turismo marítimo, fluvial o lacustre. El turismo acuático ha incrementado por las diferentes empresas dedicadas a establecer este ambiente propicio para los grandes empresarios que buscan distraerse y descansar en lugares agradables y practicando algún deporte.

El turismo acuático como ya lo mencionamos, se clasifica en transporte marítimo, Fluvial o lacustre, la transportación marítima se clasifica en:

- De servicio regular: Con rutas e itinerarios fijos para transporte de pasajeros, sean o no turistas.
- Cruceros: son exclusivos para turistas con visitas a puertos que cuentan con atractivos para ellos, en su mayoría de los casos tienen como destino final el mismo punto de partida.
- Trasmbarcadores: para el transporte de pasajeros y vehículos, estos unen puertos a distancias relativamente cortas.
- Embarcaciones deportivas y de recreo. Se utilizan para la práctica de deportes acuática.¹⁴

Las personas pueden viajar por diferentes razones, ya sea por simple placer o negocios. Los bienes se desplazan de lugar para destinarlos a funciones de producción o de consumo. La transportación acuática ofrece múltiples ventajas tales como comodidad, economía, capacidad y seguridad. También permite el desarrollo de las exportaciones e importaciones ya que es el medio que más es utilizado para este servicio.

Las agencias consignatarias cobran a las compañías navieras por concepto de los servicios que le proporcionan: por estos honorarios se incrementan las utilidades para este tipo de sociedades mercantiles.

¹³ Ibidem Pág. 54

¹⁴ Torres Francisco, Transportación acuática en el turismo, Trillas 1995 México, Pág. 50

Turismo de excursión es una de las industrias que realizan grandes actividades para el desarrollo del país y es por ello, que su clasificación y explicación debe ser concreta y específica para el entendimiento de nuestra investigación, lo cual nos lleva a definir este concepto de turismo de excursión llamado también como la forma de viajar para el entendimiento de los analistas en el fenómeno de la industria turística.

*“En este caso el turismo de excursión puede ser clasificado por: Turismo Individual y Turismo grupal. Tal distinción es relevante para las estadísticas y operaciones de la industria turística”.*¹⁵

También se subclasifica en turismo independiente y turismo organizado o todo comprendido, el primero nos explica que el turista se dedica a realizar su viaje independientemente y sin un itinerario solo observado lo que se presente al paso. En cambio el segundo, denominador es establecido por las agencias de viajes, los cuales llevan a detalle los sitios por visitar y las actividades a realizar. Se compran todos los servicios por un precio global. Es conocido en la industria turística como paquetes de viajes o package.

Si bien la economía de servicios es una de las actividades en las que se requiere un uso intensivo de investigación especializada y un factor humano capacitado, la combinación de esta se realiza para satisfacer las necesidades del cliente, sea estas individuales u otras empresas.

Como conclusión del capítulo, se puede decir que su finalidad del capítulo, se ha realizado, ya que la producción de servicios constituye una actividad económica, que en algunos países ha sido incluso el sector más importante para el empleo y el desarrollo en general, ya que muchos de los servicios, como la distribución, la enseñanza y los servicios sociales, contribuyen al aumento que deja la derrama económica de dicha actividad.

Además el turismo internacional, no sólo es un intercambio de personas con el exterior, sino que desde el punto de vista contable, se trata de movimientos de capital, como también, ha actuado como agente tanto económico como social, lo cual actúa como modificador de comportamiento individual o colectivos, en poblaciones afectadas directamente por la actividad; factor de cambios estructurales en los sistemas económicos regionales y elementos de apoyo para el desarrollo de muchos pueblos.

Cabe resaltar que el producto interno bruto turístico contribuyó a la economía el 8.5% cifra superior a la del producto generado de manera conjunta por actividades económicas como la agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca, caza; la industria de bebidas y el tabaco; la minería, electricidad, y suministro de gas por ductos al consumidor final.¹⁶

¹⁵ Op. Cit. Acereza, Pág. 40.

¹⁶ <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/Pdf>.

Al mismo tiempo el turismo debe reconocerse como un sector estratégico de la economía nacional; la actividad turística contribuye de manera esencial al bienestar económico de la población residente y contribuye a los objetivos económicos de los gobiernos y podría proporcionar así mismo una economía más innovadora.

1.3.-Nichos de oportunidades en el sector turístico de México

Nuestros recursos naturales; microclimas; paisajismo; cultura; geografía y dispersión demográfica pueden convertirse en una oportunidad para el desarrollo económico y social de muchas comunidades en México, a través del Turismo Alternativo:

- Ecoturismo.
- Turismo de Aventura.
- Turismo Rural.



La Organización Mundial de Turismo estima que para el año 2010 habrá 309 millones de Ecoturistas viajando por el mundo y para el año 2020 la cifra se incrementará a **462 millones de Ecoturistas, aproximadamente el 30% de los viajeros internacionales totales**¹⁷

Para México una gran oportunidad es realizar el aumento a la inversión de recuperación de casas rurales y exhaciendas. Un ejemplo de ello es la Hacienda El Carmen y el Hotel & Spa

¹⁷<http://www.Secretariadeeconomia.gob.mx/XXIX Reunión Ordinaria de la Conferencia Nacional de Gobernadores/Turismo como Palanca del Desarrollo Regional en México/html>.

Otro campo de inversión que México ha logrado enriquecer para que el turismo internacional aumente es el turismo de aventura, conocido también como Eco Sport Adventure, un ejemplo de este nicho de mercado es:

El Natura Camp es un Parque Ecológico, que fue creado con el fin de fomentar la cultura ecológica, a través del contacto con la naturaleza y el sano esparcimiento. Participa constantemente con la comunidad, con la intención de inculcar valores que fortalezcan la cultura ecológica, a través de campañas de reforestación, separación de basura, reciclaje y la producción de productos orgánicos, fomentando el desarrollo sustentable. Cuenta con 70 hectáreas de áreas verdes, donde se respeta el entorno, utilizando técnicas de "Permacultura" que permite la sana convivencia con la naturaleza sin dañarla.¹⁸

México mantiene varias ventajas competitivas en una economía global, un de ellas es el turismo inmobiliario, que debido a la coyuntura demográfica que presenta Estados Unidos, Canadá y los países de Europa Occidental , abre un mercado floreciente: la venta de bienes raíces inmobiliarios para millones que inician la edad del retiro.

Se estima que entre el 10 y el 15% de los 72 millones de ciudadanos de los Estados Unidos y Canadá nacidos entre 1948 y 1968, conocidos como los baby boomers, buscarán los próximos diez años lugares más agradables y baratos para pasar temporadas largas fuera de su hogar o, incluso, el resto de sus vidas.¹⁹

México es un país difícil de igualar, debido a que su territorio está muy cerca de las familias norteamericanos y cuenta con rutas aéreas de fácil acceso, buen clima y un elemento muy importante, infraestructura hospitalaria que permite atender cualquier emergencia.

Pero el mercado no sólo esta en Norteamérica. Inversionistas europeos ya respaldan desarrollos en el sureste, en complejos residenciales que atienden este nicho de oportunidad entre los individuos europeos, el aumento es debido a que los precios que ofrece México son menores a los que se cotizan en Europa.

El dinamismo del sector turístico no sólo se ha basado en el turismo de masas, sino que en los últimos años se ha diversificado, surgiendo otros segmentos de mercados como el turismo residencial, una modalidad muy distinta a la del visitante convencional que se hospeda en un hotel por unos días.

En México, el turismo residencial es un segmento del que poco se conoce. En parte se debe a la supremacía del turismo tradicional que se aloja en hoteles y, en parte, a que se amalgama con el mercado de la vivienda en general, lo que hace difícil de identificar con precisión la segunda vivienda destinada a un fin turístico.

¹⁸ Guadalupe Rico, Bancomext, Negocios Internacionales, Turismo Inmobiliario, El gran nicho de los retirados, noviembre 2006, número 176.

¹⁹ Ibidem. Pág. 10-11

“El turismo residencial es, por lo tanto, una búsqueda de tranquilidad, de seguridad y aislamiento, que el urbanista pretende encontrar en lugares distantes de la gran ciudad”²⁰.

A partir de este concepto se entiende por qué el estado de Morelos-Cuernavaca, en particular se haya consolidado como el mercado más grande de segundas residencias, con una oferta de 100,000 unidades. Pero en torno al distrito federal, por igual se han desarrollado otros importantes polos turísticos residenciales como Valle de Bravo en el Estado de México y Tequisquiapan en Querétaro.

Un claro ejemplo de oportunidad de negocios, en el sector turístico inmobiliario es cuando se logra un crédito por parte de INFONAVIT y FOVISSSTE, que hayan cubierto sus necesidades básicas y que al no haber utilizado su crédito social, aproveche este mecanismo para adquirir una segunda vivienda para fines turísticos.

La compra se concentra en ciudades con alto nivel demográfico y destinos de playa. En particular Cancún y Acapulco son los lugares con mayor crecimiento de vivienda social destinada a fines vacacionales.

México, en especial, es visto por los pensionados como un país atractivo para el retiro. Un clima en general más agradable que el de Canadá, ciudades con escenarios variados y la calidad de su gente, ofrecen rasgos atractivos a los ojos de este mercado. De hecho, ya hay comunidades importantes de canadienses en lugares como San Miguel de Allende, Guanajuato; y Puerto Vallarta y Ajijic en Jalisco.

Pero no solo los canadiense y norteamericanos están dispuestos a vivir en México, sino que también el mercado inglés debe considerarse para estos nichos de oportunidades en el sector turístico de residencias. El llamado “sector gris” del Reino Unido es una excelente oportunidad para cualquier destino turístico residencial. México tiene puntos a su favor para conquistar este nicho de mercado.

Definido como aquellos adultos que ya rebasan los 45 años, también llamado silver market se calcula en 9.4 millones de habitantes; esto es, el 40% de la población inglesa total. Para el 2010, uno de cada ocho británicos de más de 55 años estarán viviendo fuera de su país, y que para el 2020 uno de cada cinco mayor de 65 años habrá seguido el mismo camino.²¹

Las estrategias que deben realizar para conquistar a los británicos del sector gris deben contemplar alianzas con desarrolladores y empresas de bienes raíces, una activa participación en ferias inmobiliarias del Reino Unido y las asociaciones de retirados, al igual que la promoción de revistas y portales electrónicos especializados.

²⁰ Guadalupe Rico, Bancomext, Negocios Internacionales, Turismo Inmobiliario, El gran nicho de los retirados, el boom del turismo residencial, noviembre 2006, número 176. Pág.14-16

²¹ Guadalupe Rico, Bancomext, Negocios Internacionales, Turismo Inmobiliario, El gran nicho de los retirados, jubilados británicos un pez gordo, noviembre 2006, número 176. Pág.24-25

CAPITULO 2

2.-Perspectivas y retos del turismo en México durante el gobierno de Vicente Fox Quezada

México, como muchos otros países, deciden alrededor de la década de los 50s emprender el camino hacia el desarrollo de la actividad turística, desconociendo las consecuencias de abordar un modelo de desarrollo como el que se eligió, basando su estrategia en impulsar la creación de ofertas (básicamente hoteleras) y en crear la infraestructura necesaria de conectividad y accesibilidad, primero en los llamados centros turísticos tradicionales y posteriormente en los centros integralmente planeados (CIPs.)

El Turismo en México presenta retos que deben superarse, durante el gobierno de Vicente Fox, el turismo se ha estudiado como una fuente de ingresos para el país , y por ello, se considera como una prioridad de interés nacional, pero los destinos turísticos han registrado un declive en la atracción de visitantes internacionales, principalmente estadounidenses. Lo anterior, interviene en una coyuntura marcada por sucesos relacionados principalmente con el impacto de las medidas de seguridad, la lentitud de los cruces, el deterioro de la imagen del destino y la percepción del riesgo como consecuencia de los hechos cometidos por el crimen organizado. Con ello podemos decir que la primera premisa de la investigación es mencionar que estos hechos de inseguridad son elementos claves para el déficit presentado en el turismo, como también analizar que la administración de Fox, logró avances en el sector turístico.

Además, analizaremos que lo sucedido el 11 de septiembre del 2001 es un factor importante en la disminución de la captación del turismo, como también desde el 2004 han existido otros hechos que han obstaculizado un repunte en la actividad turística, como la construcción del muro fronterizo, el alza de los precios a consecuencia de la recesión económica de Estados Unidos, la entrada en vigor de la exigencia del pasaporte para los estadounidenses que ingresan a su país desde el extranjero, entre otros.

En esta lógica pareciera que también no se ha considerado las consecuencias del deterioro natural que se presentará, y por ello, se realiza el modelo alternativo de desarrollo sustentable. En esta investigación se presentará como última premisa, el análisis del modelo de desarrollo sustentable turístico, el cual es uno de los retos que presenta el turismo en México.

2.1. Avances y límites de sector turístico durante el gobierno del presidente Vicente Fox Quezada

La llegada del Partido Acción Nacional al poder después de más de 70 años de gobierno priísta trajo la especulación sobre la posibilidad de imprimir un cambio en el país, pero lamentablemente se presentó un ambiente de ambigüedad y retroceso de la política del país. Este capítulo tiene como finalidad conocer cuáles fueron las ventajas y desventajas de las acciones de la administración del presidente Vicente Fox en materia de turismo.

En la gráfica de abajo se muestra el promedio de divisas generado por sexenios, iniciando con la administración de Miguel de la Madrid y finalizando con la administración de Vicente Fox. En el periodo 2001-2006 el promedio de ingresos recolectados por visitantes internacionales fue de 10,233 millones de dólares, es decir, en un poco más de dos décadas se ha triplicado las divisas.

Sin embargo, si comparamos los sexenios por su tasa media anual de crecimiento (TMAC), se observa en el periodo 1989-1994 registra la mayor TMAC de 7.8%, prosiguiéndole el periodo de 1983-1988 con 7.3%, en el lapso del 2001-2006 se creció 6.6% y finalmente entre 1995-2000 se presentó una TMAC de 4.5%.¹



Fuente: [http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral 2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral%202006/pdf).

Cabe mencionar que en términos de variabilidad, el periodo entre 1995-2000 fue el más estable al presentar un coeficiente de variación de 7.5%, en tanto que el más inestable fue el periodo de 1983-1988 con un coeficiente de variación de 14.4%.²

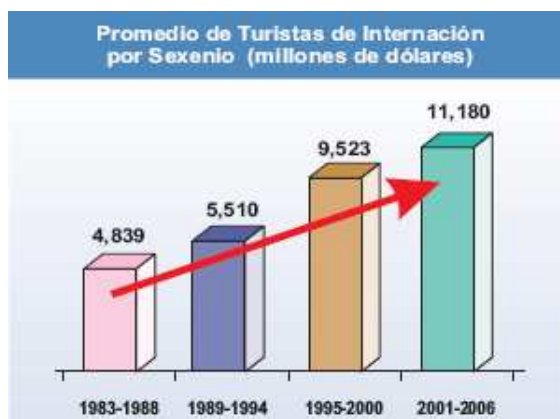
Asimismo, el terrorismo, los desastres naturales, las fluctuaciones del tipo de cambio, así como la incertidumbre política y económica del mundo ocasionaron una gran variabilidad en el turismo del periodo 2001-2006, ya que ocupa, dentro de las

¹ [http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral 2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral%202006/pdf).

² Ibidem. Pág. 16.

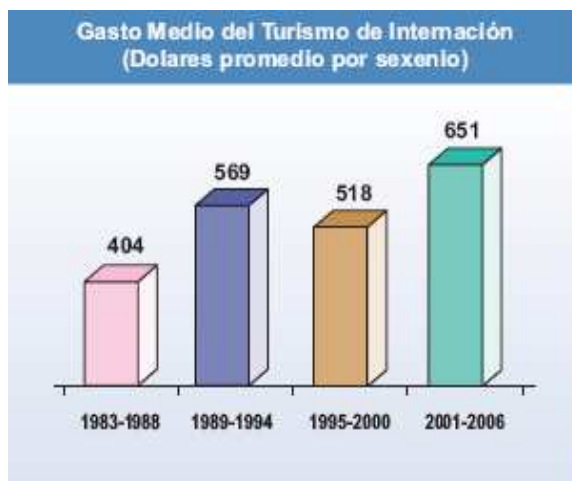
administraciones consideradas, la segunda posición dentro de las más variables y a pesar de ello es donde se han obtenido mejores resultados en el sector turístico.

En términos del flujo de turistas también se logra ver un aumento significativo entre el 2001-2006 ya que en promedio durante los seis años se recibieron, en los distintos destinos nacionales, 11 millones 180 mil turistas, 17.4% más que el promedio recibido entre los años 1995-2000 y más del doble del promedio registrado durante 1983-1988. No obstante, es importante señalar que en términos de tasa media anual de crecimiento, la administración de Zedillo fue la que registró la mayor tasa, 7.4% en promedio por año, superior en más de cuatro puntos porcentuales al crecimiento promedio, registrados durante 2001-2006.³



Fuente: [http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral 2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral%202006/pdf).

Asimismo, en términos de la tasa de crecimiento promedio anual al interior de los sexenios se tiene que, entre 2001-2006 la tasa fue de 4.4% la segunda más alta, solo 0.5 puntos porcentuales menor durante 1989-1994, pero superior en cinco puntos porcentuales a la registrada en el periodo de 1995-2000.⁴



Fuente: [http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral 2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral%202006/pdf).

³ [http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis%20del%20turismo/pdf).

⁴ Ibidem. Pág. 22

En las gráficas que se han presentado se ha notado las diferencias significativas entre las administraciones que se han revisado y sin duda alguna, en la administración del presidente Calderón podremos observar la velocidad con que crecerá el turismo, derivado de que, como en la administración del presidente Fox, el turismo es un tema prioritario dentro de las acciones de la agenda gubernamental.

La administración del presidente Vicente Fox tuvo muchos retos a vencer, para obtener que el turismo se distinguiera como prioridad para la economía nacional.

“La forma en que se administre el turismo dependerá de la propia cultura política del país y de la ideología de su gobierno. Elliot señala que “un gobierno será tan activo en el manejo del turismo, dependiendo de su ideología política y la importancia que le da a esta actividad”⁵

En el gobierno del presidente Vicente Fox (2000-2006), con el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 se confirma que la actividad turística se puede considerar uno de los factores decisivos para aumentar las oportunidades, mejorar la distribución del ingreso y los recursos naturales y culturales. Además, se puso énfasis en una nueva política turística cuyo propósito es revertir las inercias que han limitado el potencial de este sector, la cual sería un agente de cambio y transformación, una fuente verdadera de riqueza económica y desarrollo social para México. Esta administración se comprometió a hacer del turismo una prioridad nacional y convertirlo en país líder en esta actividad.

“En el Programa Nacional de Turismo (PNT), presentan al turismo como actividad prioritaria para la nación, el objetivo fundamental del gobierno de Fox es fortalecer la planeación, investigación y asistencia estadística para desarrollar el sector turístico, aumentar la rentabilidad en los aspectos sociales, económicos y ambientales y alcanzare un crecimiento equitativo en las regiones y comunidades locales.”⁶

Durante 2001-2006, la Secretaría de Turismo -SECTUR- en coordinación con otras instancias y órdenes de gobierno de Vicente Fox, se avanzó en el fortalecimiento y consolidación de la política de Estado en materia de turismo, dirigida a promover un crecimiento estable, competitivo y sustentable de la actividad.

Por lo tanto, se realizaron mejoras regulatorias, donde el objetivo principal es que el turismo fuera detonador de la generación de negocios, y así contribuyera al incremento del ingreso, es decir, que favorezca también a los distintos sectores de la población en todo el país, ya que el incremento del turismo trae como consecuencia el aumento al producto interno bruto al generar salarios y obviamente otros ingresos relacionados con los factores de producción.

⁵ Elliott, James, Tourism politics and public sector management, Routledge, Londres.1997. [http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis%20del%20turismo/pdf)

⁶ [http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT 2001-2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT%202001-2006/pdf).

1.- Se integró un Grupo Interinstitucional a efecto de coordinar esfuerzos que permitan identificar, impulsar y fortalecer las regiones prioritarias para el desarrollo del Ecoturismo, Turismo Alternativo, Rural y de Aventura. Derivado de lo anterior, se realizó la propuesta de regiones estatales prioritarias y se concluyó el Plan Rector de Ecoturismo, Turismo Rural y demás actividades del Turismo de Naturaleza 2005-2015.

2.- Se publicó en el Diario Oficial de la Federación -DOF- la Resolución de la Miscelánea Fiscal para 2005, la cual en sus incisos 5.6.6 incorpora al beneficio de la tasa del cero por ciento del Impuesto al Valor Agregado -IVA- a los servicios de alimentos y bebidas para congresos, convenciones, ferias y exposiciones organizados desde el exterior.

3.- Se publicó en el DOF una adición al Artículo 67 bis del Reglamento de Navegación, en beneficio de embarcaciones particulares de bandera extranjera de recreo y deportivas para obtener la autorización de arribo. Por otro lado, con las reformas a la Ley de Impuesto sobre Tenencia o Uso de Vehículos, las embarcaciones importadas temporalmente no pagarán tenencia, conforme a lo establecido en el Artículo 15, fracción II de la citada Ley.

4.- Se aprobaron las modificaciones al Artículo 31 de la Ley del IVA, el cual establece que los turistas extranjeros podrán recuperar el IVA que hayan pagado por la compra de bienes en México. Con ello se avanzó en el mejoramiento de las condiciones de competitividad nacionales frente a otros destinos turísticos.⁷

Con el propósito de mantener la imagen y presencia de los productos y destinos turísticos del país en los principales mercados emisores, el CPTM en colaboración con las 16 oficinas de mercadotecnia en el exterior, apoyó su estrategia en intensas campañas de promoción y mensajes de impacto que enfatizan la diversidad y calidad de los atractivos, productos y servicios, así como la seguridad y sustentabilidad de los destinos. Al respecto, sobresalen las siguientes actividades:

En Norteamérica, se promovió una nueva campaña de publicidad mediante el concepto "Sólo en México, cada vez que vienes, encuentras más de lo que imaginas" y el eslogan "Más allá de tu imaginación" / "Beyond your Expectations", para los mercados de Estados Unidos y Canadá. Además, se continuó el plan institucional de televisión con una amplia cobertura de canales nacionales en Estados Unidos de América, con un costo de 3.0 millones de dólares.⁸

En diciembre se realizó una campaña emergente ante la devastación del Huracán Wilma, a fin de resarcir lo antes posible el flujo turístico en la zona afectada, con una erogación de 1.1 millones de dólares y a través de medios de alto impacto como la televisión, revistas, periódicos e Internet y se desarrolló la campaña institucional para el

⁷ [http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT 2001-2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT%202001-2006/pdf).

⁸ Ibidem. Pág.38

mercado canadiense con un costo de poco más de 1.2 millones de dólares, utilizando medios televisivos y revistas dirigidas a la industria del comercio.⁹

En el mercado Europeo se dio continuidad a la campaña publicitaria bajo el eslogan “México, más de lo que imaginas”. Los principales productos turísticos promovidos fueron: sol y playa, cultura, turismo premium y naturaleza. Adicionalmente, se extendió el campo de cobertura de la campaña hacia mercados como España, Italia, Alemania, Francia y Reino Unido, como resultado de los inminentes cambios experimentados en la demanda de viajeros europeos a México.

La administración del presidente Fox para lograr desarrollar y consolidar centros y destinos turísticos competitivos diseñados para la atención de segmentos poblacionales específicos en razón de sus intereses, motivaciones, preferencias y necesidades, continuó promoviendo la diversificación de productos y proyectos en colaboración y coordinación con los gobiernos estatales y municipales, así como de los sectores privado y social. Al efecto, sobresalen los trabajos que a continuación se detallan:

Turismo Alternativo

- Se realizó, por segundo año consecutivo, el “Circuito de Capacitación para Empresas Comunitarias Ecoturísticas” en dos regiones ubicadas en áreas naturales protegidas y pertenecientes a grupos indígenas o rurales de los estados de Campeche, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo y Yucatán, contando con la asistencia de 90 participantes de 45 empresas ecoturísticas comunitarias en operación. También se organizó, por quinto año consecutivo, el Encuentro Nacional de Empresas Comunitarias Ecoturísticas en la ciudad de Villahermosa, Tabasco.

Turismo Cultural

- Se llevaron a cabo, en coordinación con el Instituto Nacional de Antropología e Historia, acciones de rehabilitación en unidades de servicios y museografía de las zonas arqueológicas de Palenque, Chis.; Tulum, Q. Roo; Cacaxtla, Tlax., y la restauración de la torre del Templo del Carmen en la ciudad de San Luis Potosí.

Turismo Deportivo y Náutico

- Se coordinaron reuniones de trabajo con el CPTM a fin de elaborar la agenda de eventos deportivos 2005 y conjuntar acciones para su difusión a través de los medios especializados y canales de distribución adecuados en los rubros deportivo, náutico y cinegético. Además se efectuaron, en coordinación con los gobiernos de los estados, diversos eventos deportivos importantes entre los que destacan: la edición 2005 del Half Ironman México de Ensenada, B.C.; Carreras de Aventura, y la “Expomar 2005” que se realizó en la Ciudad de México y en el puerto de Coatzacoalcos, Veracruz.

Turismo de Negocios

- Se ofrecieron siete seminarios para difundir los beneficios de la tasa del cero por ciento del IVA para congresos, convenciones, ferias y exposiciones en Acapulco, Cancún, Los Cabos, Mérida, Villahermosa, Monterrey y León; así como siete seminarios

⁹ Ibidem. Pág.39

más de profesionalización en el mismo ámbito en Aguascalientes, Cuernavaca, Distrito Federal, Monclova, Monterrey, Morelia y Veracruz.

Sin embargo en los últimos años con la fuerte violencia mostrada en el contexto mundial, se ha presentado una disminución en el sector turístico. México es uno de los países más afectados por el encrudecimiento de la violencia, y por consecuencia se ha notado una gran disminución de visitantes, especialmente estadounidenses, con ello se ha presentado un declive en el turismo fronterizo.

Por lo tanto, los funcionarios de los tres poderes de gobierno conjunto con los operadores de la Oferta Turística coinciden en subrayar la persistencia de debilidades estructurales y organizacionales que no permiten proporcionar al sector, los mecanismos de operación necesarios para incrementar los niveles de atracción de los destinos turísticos fronterizos, mismo que se ha visto agudizados por la ausencia de estrategias de promoción y comercialización idóneas, todos ellos sin duda repercute en una disminución de los flujos turísticos de esta región.

Para lograr que el turismo fronterizo tenga un aumento en la captación de visitantes la administración de Vicente Fox realizó un Índice de Competitividad Turística (ICT) de las ciudades fronterizas del norte de México. La utilidad del índice radica en que proporciona un análisis de los factores que determinan el desempeño del sector turístico en la frontera y provee información que puede servir para estudios comparativos transversales (ciudad con ciudad) y longitudinales (una ciudad en el tiempo). Ambos objetivos son esenciales para que el sector turístico, incluyendo empresarios y actores gubernamentales de diferentes niveles, pueda diseñar acciones apropiadas para promover el desarrollo turístico de la frontera.

*“El Índice Competitividad Turística comprende seis componentes relacionados con la capacidad de las ciudades de la frontera para atraer y retener visitantes de los Estados Unidos: accesibilidad e infraestructura fronteriza, economía, medio ambiente, capital humano, desarrollo social e infraestructura urbana y turística”.*¹⁰

La competitividad turística de las ciudades fronterizas depende fuertemente de los servicios e infraestructura para el movimiento de personas a través del límite internacional. El grado de movilidad de los visitantes está condicionado por el número de puertas de cruce fronterizo, los horarios de operación de los cruces fronterizos, los tiempos de espera para retornar a Estados Unidos, entre otros factores.

La competitividad de una ciudad particular también depende de su accesibilidad como destino turístico, lo que está determinado por la proximidad a mercados potenciales, la cercanía de aeropuertos primarios, y la conectividad con el sistema carretero estadounidense.

¹⁰ Nora L. Bringas Rábago • Francisco Lara-Valencia • Djamel Toudert, Investigadores en el Departamento de Estudios Urbanos y Medio Ambiente y Coordinador de la Maestría en Administración Integral del Medio Ambiente (MAIA). El colegio de la Frontera.

Durante la administración de Fox se observó que el segundo problema en el turismo fronterizo es el tiempo relativo de los cruces y con la finalidad de potenciar el conjunto de las variables independientes tomando en cuenta la incidencia en viajes del tiempo de espera en los cruces fronterizos entre México y Estados Unidos, se optó por la inclusión de esta variable. El tiempo de espera fue estimado extrapolando información generada también por el Departamento de Seguridad Doméstica de los Estados Unidos y ajustada con estimaciones del Departamento de Transporte de Canadá. Los tiempos de espera estimados corresponden a los valores típicos que produce el cruce de vehículos particulares durante el período comprendido entre las ocho de la mañana y las seis de la tarde, y se obtuvieron agregando la información de los puertos fronterizos de toda la región.

Con respecto a los factores de frontera, el tiempo de espera para cruzar a Estados Unidos produjo el signo negativo esperado tanto para los turistas como para los excursionistas. El impacto de las dilaciones en los puntos de cruce como resultado de inspecciones prolongadas, no obstante, parece ser mayor en el caso de los excursionistas como lo indica el coeficiente respectivo.

En este último caso, la relación entre tiempo de cruce y el tamaño del flujo es estadísticamente significativa dentro de un intervalo de confianza del 95%, mientras que lo es al 90% en el caso del flujo de turistas. Por otra parte, la declaratoria de alerta elevada resultó con el signo esperado y fue estadísticamente significativa en ambos casos. El efecto del código naranja sobre los flujos de visitantes a las ciudades de la frontera mexicana es indirecto y se expresa en inspecciones más exhaustivas y esperas más largas en aeropuertos y puertos fronterizos.¹¹

Si bien, durante el gobierno de Vicente Fox se logró que el turismo sea prioridad para los intereses de la nación, todavía faltaba mucho que hacer para lograr que nuestro país fuera un destino competitivo.

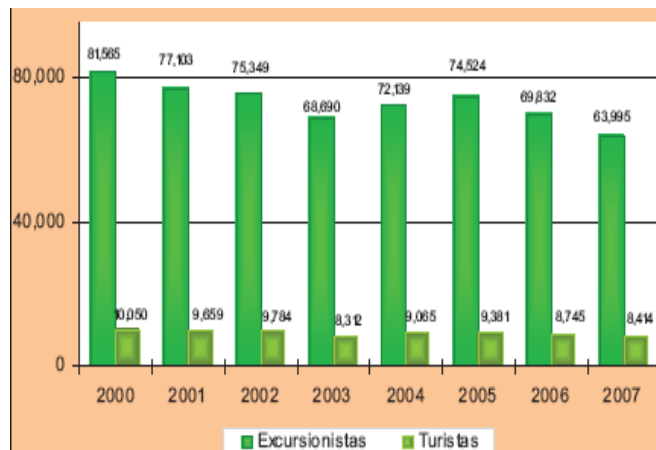
2.2. El Turismo después de los Atentados Terroristas del 11 de Septiembre

Según datos de Secretaria de Turismo, durante el período 2001-2007 se observó un patrón de altas y bajas en la afluencia de visitantes a la frontera norte, no obstante la tasa media anual de crecimiento fue negativa para el período (3.0%). En el 2001 llegaron 86.7 millones de visitantes a la frontera y es a partir de ese momento que se presenta una disminución en los flujos, misma que se mantuvo hasta el 2003, periodo en el que se registró un descenso en números absolutos de 9.7 millones de visitantes.

En el periodo 2004-2005 se tuvo un repunte en los flujos sin alcanzar el nivel presentado en el 2001, para empezar a disminuir nuevamente en el 2006 y continuar la tendencia decreciente hasta el 2007.¹²

¹¹ http://www.vicentefox.org.mx./discurso/crecimiento_sustentable/html.

¹² http://www.datatur.sectur.gob.mx/turismo_de_internación2000-2006/html



Fuente: Banco de México, del proyecto: Viajeros Internacionales en la zona Fronteriza, 2000-2007

Como se muestra en la grafica 1, se disminuye el flujo de visitantes a partir del 2001, y se refleja un aumento durante el 2005. Pero continuación daremos detalles de porque estas fechas son significantes para el sector turístico.

La industria de los viajes y el turismo enfrentó, en todo el mundo, un año particularmente difícil durante 2001. Aun antes del 11 de septiembre, había tenido que encarar el reto de una economía mundial en recesión y una serie de eventos que inhibieron los flujos de turistas en prácticamente todo el mundo. Entre estos destacan: el brote de fiebre aftosa en Europa, la fortaleza del dólar, el recrudecimiento del conflicto en oriente medio, el inicio de la crisis argentina y una aviación comercial en dificultades financieras desde principios de año.

En este contexto se produjeron los actos terroristas en Nueva York y Washington que afectaron sobre todo a la demanda por viajes y a la propia aviación comercial al elevar sus costos en materia de seguridad y de seguros. Esta combinación de elementos cíclicos y eventos catastróficos produjo la primera caída anual registrada en el número de llegadas de turistas internacionales desde 1982. Durante 2001, de acuerdo a cifras de la Organización Mundial de Turismo (OMT), las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo se redujeron en 1.3% en comparación con el año 2000.¹³

Sin embargo para efectos de esta investigación solo analizaremos lo ocurrido el 11 de septiembre del 2001 dónde se realizaron los ataques terroristas a la torres gemelas, acontecimiento significativo para el contexto mundial. Los atentados influyeron por supuesto gravemente en el turismo a corto plazo y tuvieron un efecto significativo a mediano plazo. Sin embargo, sus consecuencias variaran mucho según las diferentes formas del turismo, se presentó varios cierres de negocios y disminuyó los flujos de turistas.

¹³ <http://www.unwto.org>, Organización Mundial del Turismo, OMT.

Los turistas redujeron temporalmente sus viajes de larga distancia a cambio de destinos al interior del país. En tiempos de crisis los turistas viajan a destinos más cercanos y mejor conocidos que les inspire mayor confianza.

Los ataques del 11 de septiembre tuvieron una repercusión más dramática que cualquier otra crisis presentada en los últimos años. Los Estados Unidos de América fueron atacados en su propio territorio, esto ha generado dudas y cierto miedo a viajar, por lo menos en avión. En algunos países se presentó un grado de incertidumbre empeorada por el débil contexto económico internacional y por una caída en la confianza de los consumidores y los inversionistas. Esta crisis tuvo consecuencias graves en los transportistas, especialmente en el transporte aéreo, en los hoteles y en el sector de los viajes de negocios, sin embargo el transportista terrestre logró un aumento en sus demandas.

La primera reacción de los turistas sobre los acontecimientos, fue regresar a sus hogares lo antes posible, después se presentó una ola de viajes cancelados, en particular de viajes de largo recorrido provenientes de América del Norte, Asia y Medio Oriente. Finalmente, la industria del turismo mostraba una recuperación gradual aunque con una tendencia a realizar reservas tardías, una debilidad general de las nuevas reservas y una tendencia a retrasar la decisión de viajar.

Ante esta situación la reacción de algunos gobiernos fue la toma de medidas significativas preservando la capacidad operacional de la industria del turismo, que evidentemente serían factores necesarios. Una de las primeras actividades a realizar fue el apoyo a empresas afectadas del sector turístico, después se tomaron medidas para recobrar la confianza del consumidor, realizándose así un mayor movimiento de seguridad e informándolo al público. Además se realizaron estrategias demostrativas de promoción destinadas a los consumidores y por último se realizó un cambio significativo en los planes operacionales.

Sin duda, una de las medidas más difíciles de realizar fue recuperar la confianza de los consumidores, ya que se sentía un ambiente de incertidumbre y temor. Con este temor creciente del consumidor reaccionando de manera irracional, se generalizó de forma injustificado los ataques terroristas, relacionando incidentes como estos con toda una cultura o región. Esta actitud fue uno de los factores que agravó los efectos de los ataques a destinos que no tenían nada que ver con el conflicto.

Sin embargo en el año 2002, la salida de turistas estadounidenses descendió en un 14%, y este descenso también se dejó notar en Oriente Próximo, África y Europa, donde se recibió un menor número de turistas provenientes de Estados Unidos. También es menor el número de turistas con origen en el Reino Unido; durante los meses de enero y febrero de este año, las reservas anticipadas han disminuido en un 30% con respecto al mismo periodo del año 2002. Los turistas están decantándose por compañías aéreas y hoteles más baratos y destinos más cercanos.¹⁴

¹⁴ <http://www.unwto.org>, Organización Mundial del Turismo, OMT.

Para México después de los trágicos acontecimientos del 11 de septiembre, el 2002 fue un año de recuperación. La llegada de turistas de todo el mundo aumentó un 3%, pero esta recuperación no fue uniforme en los distintos mercados. La llegada de turistas a América del Norte y del Sur disminuyó en el año 2002.¹⁵

En este contexto, las estadísticas en México constituyeron un gran éxito. La llegada de turistas alcanzó un total de 19,7 millones en el 2002, un 0,7% menos que en el 2001. No obstante, la llegada de turistas en diciembre mostró una clara recuperación y se mantuvo por encima de la llegada de turistas del año 2000, antes de la crisis actual.¹⁶

Aunque la llegada de turistas descendió ligeramente el año del 2001, el gasto de los turistas extranjeros creció nada menos que un 5,4% con respecto al año anterior y alcanzó la cifra récord de 8.900 millones de dólares estadounidenses en el 2002.¹⁷

El turismo nacional representa más del 80% de toda la actividad turística mexicana. El turismo nacional permaneció más o menos invariable en el 2002, pero las tasas de ocupación hotelera disminuyeron un 2% debido al ligero descenso de la demanda y al aumento de la infraestructura hotelera en unas 9.000 habitaciones.¹⁸

No obstante, el resultado más importante puede que sea el ligero aumento del empleo experimentado por el sector turístico en el año 2002, ya que se crearon unos 15.000 nuevos puestos de trabajo en un mercado de trabajo de más de 1,7 millones. Parece que el turismo mexicano se encuentra en un nuevo periodo de expansión tras un año muy difícil. Pero la creciente posibilidad de que se produzca una guerra plantea un enorme interrogante sobre las perspectivas a corto plazo.¹⁹

Además México consiguió aumentar la llegada de turistas españoles en un 20% en el año 2002, gracias a la colaboración con tour operadores. Durante la recuperación del 11 de septiembre del 2001, la promoción turística pasará a centrarse en el mercado nacional.²⁰

De acuerdo con la OMT las principales tendencias luego del 11 de septiembre fueron hacia la sustitución de viajes internacionales por domésticos, de transporte aéreo por terrestre y de destinos lejanos por destinos más cercanos.

En vista de estas tendencias en la demanda y de las características mismas de los atentados, los destinos más afectados fueron: los de EU y los que más dependen de EU como mercado emisor, los más distantes de los mercados emisores y los países musulmanes. Las Américas, en consecuencia, se encontraron entre las regiones más afectadas al registrar una caída de 7% en el número de llegadas.

¹⁵ http://www.vicentefox.org.mx./discurso/crecimiento_sustentable/html

¹⁶ Leticia Navarro, Ministra de Turismo de México y Presidenta del Comité de estudios de mercado de la OMT, durante la conferencia de reactivación del turismo.

¹⁷ http://www.datatur.sectur.gob.mx/turismo_de_internación2000-2006/html

¹⁸ Ibidem. Pág. 25

¹⁹ Ibidem. Pág. 27

²⁰ Ibidem. Pág. 28

Ante este comportamiento la OMT (Organización Mundial del Turismo) presentó una estrategia para la gestión de la crisis estructurada en cuatro puntos, con la que pretende ayudar a los países miembros a superar los problemas actuales y a resolver con eficacia futuras crisis. La estrategia se compone de los siguientes puntos:

- a) Publicación de una serie de directrices anticrisis para el sector turístico (Crisis Guidelines for the Tourism Sector).
- b) Formación de un equipo de acción para la crisis.
- c) Reunión sobre avisos y advertencias para el viajero.
- d) Proyectos conjuntos con la IATA (Asociación del Transporte Aéreo Internacional) para celebrar seminarios sobre las comunicaciones en tiempos de crisis y con el Consejo Económico Asia-Pacífico APEC-CRC para elaborar un manual sobre las mejores prácticas durante las recientes crisis en la región Asia-Pacífico.²¹

Se estableció la necesidad de una mayor comunicación, una mayor flexibilidad de las promociones y el fortalecimiento de las asociaciones para acelerar el proceso de recuperación.

2.3 El turismo justo como modelo alternativo del desarrollo sostenible turístico

Para la mayoría de los países latinoamericanos, dependientes, subdesarrollados, e incluso los llamados emergentes, el origen de la decisión del turismo está relacionado con un fuerte déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos y con una influyente necesidad de incrementar las divisas con exportaciones del turismo.

Con esta idea no se daban cuenta que más tarde, la magnitud de los impactos ambientales y sociales los obliga a repensar el modelo emprendido y realizar un modelo de desarrollo alternativo o sustentable, también llamado turismo justo. El modelo debe garantizar desarrollo humano, ciudades-destinos mutuamente beneficiados, protección a los recursos y el patrimonio cultural, además de generar recursos económicos y generación de empleos permanentes.

*“El turismo Justo, surge como un sistema de producción donde la responsabilidad de su consolidación debe ser compartida y diferenciada, donde la distribución y participación en la cadena de valor es más equilibrada y donde los beneficios a la comunidad redundan en estrategias para la conservación del propio recurso puesto en valor, ahora convertido en un nuevo producto”.*²²

El turismo justo para México pretende ser un factor alternativo, desde la concepción de estrategia de política pública dirigida a aportar elementos sociales, ambientales y económicos por supuesto, propiciando con ello que los beneficios esperados del desarrollo turístico se distribuyan a nuevos actores en el sector.

²¹ www.unwto.org Organización Mundial del Turismo, Cuarta reunión del Comité para la Reactivación del Turismo, 2002.

²² Pérez Palomo Salvador, Turismo Justo, Documento Estratégico Versión I, Encuentro Internacional del Turismo Justo 2006.

“Ante búsqueda de esquemas de comercialización más equitativos aplicables al turismo, la OMT ha jugado un papel muy importante como promotor de este cambio en el esquema de comercialización. En 2006, en conjunto con la Diputación de Málaga, España, celebran el primer encuentro internacional de turismo Justo en el cual se establece la definición de concepto de Turismo Justo, entendiéndolo NO COMO UNA MODALIDAD DE TURISMO (como en los casos del ecoturismo, el turismo responsable o solidario), sino como un “sistema de producción de servicios turísticos en el que existe una distribución equitativa del valor añadido generado por la actividad”²³.

El documento estratégico emanado de este encuentro, menciona que Turismo Justo tiene un carácter multidimensional que debe ser analizado. Las dimensiones que se reconocen son:

1. Dimensión Comercial. Se produce y comercializa en el mercado y contempla las negociaciones entre agentes, que deben ser transparentes y no impuestas.
2. Dimensión Económica. Existe un valor añadido que se distribuye en base al trabajo y no exclusivamente a la disponibilidad de capital.
3. Dimensión Ética: Exige el respeto a los Derechos Humanos y laborales.
4. Dimensión Sostenible. Incorpora prácticas sostenibles a nivel social, cultural y medioambiental.
5. Dimensión Política. Fomenta la creación de espacios de participación democrática.
6. Dimensión Educativa. Propicia procesos de autoaprendizaje entre la población local y los visitantes, apoyándose en la sensibilización en origen y la capacitación en destino²⁴

Uno de los compromisos de este Primer Encuentro Internacional de Turismo Justo, fue la redacción y publicación de una declaratoria de intención conocida como la **Carta de Málaga**, en la cual los representantes de los países miembros de la OMT en Hispanoamérica plasman los motivos y declaran sus compromisos para trabajar en la consolidación del Turismo Justo.

Como se ha mencionado en párrafos precedentes, uno de los retos más importantes para la consolidación del turismo de naturaleza a nivel mundial son los esquemas de comercialización del mismo. Si bien es cierto, uno de los esquemas más recurrentes para apoyar la comercialización de productos turísticos sustentables en lo general han sido las certificaciones ambientales aplicables a hoteles, restaurantes, marinas, campos

²³ Ibidem. Pág. 14

²⁴ Ibidem Pág. 16

de golf, destinos y demás productos; sin embargo, después de algunos años y luego de más de 130 certificaciones a nivel internacional, los organismos encargados de la gestión del turismo han concluido que este tipo de “sellos” en realidad no contribuyen al desarrollo de un sistema de comercialización más equitativo, por el contrario, se han convertido en esquemas que generan desintegración de ofertas y confusión con los consumidores.

Una revisión general de estas iniciativas indica que son organizaciones de diversos tipos, desde públicas, privadas o del sector social; que sus esfuerzos se dirigen en dos de los casos a la certificación, las demás se enfocan al apoyo y asesoría en el diseño de productos turísticos, investigación, transferencia de conocimientos, empoderamiento de los productores turísticos comunitarios y a la comercialización. Cabe resaltar que las que apoyan la comercialización lo hace a través de páginas Web y sólo existe un caso que emite guías de destinos responsables o que habilita un sistema de reservaciones.

Pioneras indudables de estas iniciativas, las Organizaciones Internacionales enfocadas en conservación del patrimonio natural y cultural han visto en este sistema de producción una oportunidad alternativa.

En el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sustentable y el Instituto de los Recursos Mundiales, se analizan las tendencias económicas sociales y ambientales a nivel mundial para que las empresas puedan identificar posibilidades y encontrar soluciones.

Las 32 empresas innovadoras de todo el mundo que recibieron en 2002 el premio mundial, se han reunido a favor del desarrollo sustentable de la cámara de Comercio Internacional (CCI) por su destacada contribución al sector.

*“Las principales acciones de las organizaciones internacionales deberán ser: generar información conceptual sobre el Turismo Justo; promover entre todos los demás actores los beneficios de este sistema de producción. Además comunicar conceptos, estándares e instrumentos para la gestión y consolidación del Turismo Justo, como también, servir como acreditadores de las organizaciones nacionales y locales, así mismo generar esquemas de financiamiento a proyectos nacionales y locales y por último asesorar las acciones de Turismo Justo en los países en vías de desarrollo”.*²⁵

Los gobiernos nacionales y locales analizan cada vez más de cerca los costos ambientales de los negocios y más consumidores prefieren invertir en empresas y mercancías que beneficien a las comunidades locales y hagan menos daño al medio ambiente.

²⁵Santiago Soler, Lesenfatnts Yvea, Vela Martiza, De Arteaga Federico, Cluster de Turismo Sostenible, resultados, lecciones, aprendidas y futuro MIF/FOMIN.

También los gobiernos nacionales y locales han jugado un papel marginal en la consolidación del Turismo Justo, a pesar de la importancia y necesidad de sus acciones. De acuerdo a su importancia en la construcción del Turismo Justo, sus acciones son:

“Proponer acciones de política pública relacionadas con el tema, desarrollar planes y programas nacionales y locales de Turismo Justo, jugar el papel de agencias de segundo piso para la obtención de recursos internacionales, gestionar programas y proyectos locales. Por medio de sus programas de apoyo, brindar capacitación a empresas privadas para cumplir con los estándares y lineamientos de Turismo Justo generar incentivos (fiscales o de mercado) para invitar a las empresas a establecer esfuerzos en la materia.”²⁶

El sector privado tampoco ha sido relevante en la consolidación de este nuevo sistema de producción y comercialización. A nivel de propuesta se separan las acciones a desarrollar por el sector privado, en función de su tamaño e intereses:

Los corporativos y las grandes empresas contribuyen mediante:

- La comercialización justa y equitativa de productos turísticos de naturaleza y cultura.
- La implementación de acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para la consolidación del Turismo Justo, en temas como compras responsables, condiciones laborales, negociación equitativa, participación democrática y reportes de sus acciones.
- La transferencia de tecnología y conocimiento a empresas medianas, pequeñas y micro.
- La educación a turistas sobre los beneficios de obtener productos turísticos justos.
- La financiación a organizaciones internacionales y sociales para proyectos de desarrollo local.
- La diversificación de los canales de comercialización; las empresas medianas, pequeñas y micro tienen la responsabilidad de ofrecer productos y servicios mediante principios de justicia y equidad. Como también desarrollar productos turísticos de calidad donde se involucre la comunidad local. Además generar información confiable y garantías sobre los productos y servicios que ofrecen. Sin olvidar mencionar que deben incursionar en nuevos esquemas de comercialización basados en la accesibilidad y mediante nuevas tecnologías.²⁷

Por otra parte, el sector social son las cooperativas o asociaciones de pequeños productores que se encuentran en la base de la pirámide de comercialización de productos y servicios que históricamente han representado la mayor parte de la oferta. El papel que mantienen en esta propuesta abarca:

- Brindar productos y servicios que aseguren la calidad, la seguridad física y comercial al turista.

²⁶ Ibidem. Pág. 54.

²⁷ Revista, El PNUMA 2002. Pág. 23

- Desarrollar planes de venta de sus productos y servicios.
- Mejorar las técnicas comúnmente utilizadas de producción (creación) de productos y servicios.
- Estar en contacto con organizaciones internacionales y públicas en búsqueda de capacitación y mejora de sus productos.
- Generar información confiable sobre sus productos, tanto a los turistas como a las organizaciones nacionales e internacionales.
- Asegurar la adecuada distribución de los ingresos, la reinversión en acciones comunales y la participación de todos los miembros en la toma de decisiones.²⁸

Además las Universidades, centros de investigación, colegios de profesionistas y asociaciones de expertos han sido pilares en el desarrollo del pensamiento crítico sobre el modelo tradicional de turismo y la necesidad de establecer nuevos esquemas que minimicen los impactos ambientales y sociales tradicionales de la actividad. Debido a este liderazgo tienen también una gran responsabilidad en seguir trabajando en los siguientes temas:

- Estudios e investigaciones que permitan la toma de decisiones (estudios de hábitos con consumidores, desarrollo de sistemas de indicadores, seguimiento a proyectos).
- Desarrollo de esquemas de capacitación a todos los niveles en materia de Turismo Justo.
- Promoción de los conceptos de Turismo Justo en todos los actores involucrados.
- Desarrollo de foros, conferencias, simposios y paneles de discusión sobre este sistema de producción.

Por último no debemos olvidar el papel del consumidor, el cuál es fundamental para lograr la consolidación del Turismo Justo dado que es quien toma la decisión final sobre comprar productos justos y equitativos. La tendencia indica que a pesar de ser aún marginal, hay un sector de la población, sobre todo en países desarrollados, que prefieren realizar viajes que tengan como objetivo generar beneficios directos a la comunidad local y al medio ambiente.

²⁸Ibidem. Pág. 24

CAPITULO 3

3. Proyecto Turístico de la Escalera Náutica del Mar de Cortés

El Mar de Cortés representa una gran oportunidad para captar el turismo, el potencial de la zona es amplísimo, su asombrosa belleza natural, sus contrastes geográficos, su variedad cultural, así como su vasta biodiversidad, son los elementos claves para lograr un mayor interés de los turistas.

El proyecto planea utilizar al turismo de modo que sea uno de los guardianes del equilibrio ecológico, el eje central para la reconversión de los sectores económicos cuyo futuro se vea amenazado y que ofrezca mejor calidad de vida para los habitantes de las comunidades que integran el proyecto del Mar de Cortés.

El Mar de Cortés es un proyecto prioritario del gobierno federal que responde a las políticas públicas de la Presidencia de la República, que se realiza en el marco de una planeación integral, incluyente y participativa de largo plazo y representa una nueva oportunidad de desarrollo para la población y de conservar el ecosistema de la Región del Mar de Cortés.

Sin embargo tenemos que como primer objetivo de esta investigación es que con ayuda de los elementos del esquema de un plan de negocios, se logro que este proyecto turístico denominado Mar de Cortés, consiguiera la captación de futuros inversionistas y así, el proyecto turístico podría ser uno de los competidores eficaces para los Estados Unidos.

La segunda premisa de esta investigación es que proyectos turísticos, como el de Mar de Cortés es un factor determinante para aumentar el turismo en México, sin embargo no se debe olvidar que este ambicioso proyecto puede causar grandes repercusiones ecológicas y por ello, determinaremos los lineamientos que siguen para la conservación, utilizando un modelo de turismo justo o sostenible.

Por último se analizaran los avances que se han tenido para lograr sus objetivos del proyecto turístico del Mar de Cortés.

3.1. Importancia del Proyecto del Mar de Cortés en el Turismo Mexicano

Al cierre de la administración 1994-2000, inició el “Proyecto Mar de Cortés” donde se realizó el planteamiento estratégico, identificación de sitios y propuestas de acción de planeación para la adquisición de reservas territoriales, desarrollo de la infraestructura náutica y carretera, integración de presupuestos de inversión y consultas con Dependencias Federales.

Como resultado del programa, se consideró que la Región del Mar de Cortés que comprende partes de los Estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa, tiene el potencial más alto a nivel nacional para desarrollar el turismo náutico debido a su elevada biodiversidad, a la riqueza de la pesca deportiva, al valor escénico del litoral y a las condiciones favorables para la navegación.

La finalidad del Proyecto Mar de Cortés, es mantener la dinámica de los procesos ecológicos, conservar los habitantes críticos y la diversidad biológica y, al mismo tiempo, generar oportunidades de desarrollo. Así como constituirse como la columna para ordenar, regular e impulsar la actividad turística como alternativa económica para reconvertir los empleos de la agricultura y la pesca hacia el turismo y los servicios.

El proyecto Escalera Náutica del Mar de Cortés fue formalizado el 21 de febrero de 2001 en la Paz Baja California Sur, con la firma del convenio entre el presidente Vicente Fox, la Secretaria de Turismo Leticia Navarro, el Director del Fonatur John McCarthy y los gobernadores de Sonora, Baja California, Baja California Sur y Sinaloa.

El proyecto Mar de Cortés tiene como objetivo esencial aumentar el turismo norteamericano a México, deberá realizar estrategias importante de promoción y publicidad, como lo analizamos en el primer capítulo de esta investigación.

Uno de los factores claves para lograr que los futuros inversionistas logren invertir en este proyecto es haciendo el resumen ejecutivo, el cual representa como primer paso el estudio de mercado.

De esta forma, está investigación tiene como primer punto analizar el resumen ejecutivo del proyecto turístico del Mar de Cortés. Por lo tanto, como ya habíamos mencionado en el primer capítulo, se necesita la recopilación de información del lugar donde se pretende realizar el proyecto turístico y conocer todas sus ventajas y desventajas del invertir en dichos sitio.

De tal manera que, como primer punto de nuestra investigación del plan de negocios del proyecto turístico del Mar de Cortés, se realizará la situación histórica que presenta la Región del Mar de Cortés, la cual es la que se extiende a lo largo de todo el Golfo de California, desde la desembocadura del Río Colorado hasta el Cabo Corrientes, y comprende, además del Golfo, las aguas litorales de la costa del Océano Pacífico de la Península de Baja California, el territorio de los Estados de Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora, las Barrancas del Cobre en Chihuahua y Puerto Vallarta en Jalisco.



FUENTE: SECTUR. Proyecto turístico escalera náutica del mar de cortés.

Abarca una superficie de 413,836 kilómetros cuadrados de territorio peninsular y continental, 283.000 kilómetros del litoral y 9222 islas e islotes, incluyendo las revillagigedo y las Marías.¹

El territorio se extiende desde Delta del Río Colorado hasta el Cabo corrientes, comprende la península de Baja California, el desierto de Sonora y las planicies costeras del sur, hasta la estibaciones de la sierra madre occidental.

El Golfo de California ocupa el cuarto lugar en biodiversidad entre los ecosistemas del mundo. Las aguas litorales del pacifico son reconocidas internacionalmente para la práctica del surf, así como las del golfo para la pesca deportiva, el buceo, el kayaquismo, la navegación, recreativa, el Velerismo y el datismo, entre otras actividades deportivas.

Además de conocer la situación geográfica del lugar, debemos recordar que es importante analizar la situación actual, donde conoceremos los atractivos culturales que son múltiples. Entre ellos se encuentra las pinturas rupestres, como las de la sierra de San Francisco, declarada patrimonio de la humanidad desde 1993 por la UNESCO; sitios arqueológicos; misiones franciscanas, jesuitas y dominicas, como las de comondú y San Ignacio; antiguo poblado como Mexcatitán, el Fuerte y Santa Rosalía; una gran variedad de grupos étnicos, como los huicholes, mayos, seris y pimas; arte indígena y popular, numerosas fiestas y tradiciones y una variedad gastronómica local.

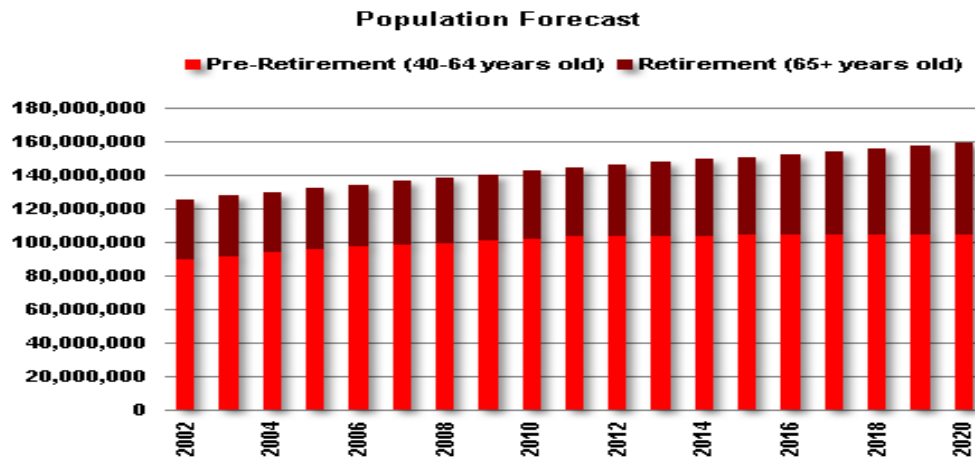
Es así como, debemos conocer el perfil del turista para la posible demanda que se presentará en dicho proyecto. Por lo tanto, el proyecto Mar de Cortés está dirigido al turista que le gusta navegar y que constituye el mercado para el nicho náutico de la región puede ser clasificado en dos grupos:

¹http://www.fonatur.gob.mx/SECTUR_2002_Escalera_Nautica_del_Mar_de_Cortés./html.

El primero se compone de personas que utilizan embarcaciones rentadas o prestadas para navegar durante sus vacaciones fuera de sus lugares de origen se localizan principalmente en Estados Unidos y Europa, especialmente Francia, Alemania, Reino Unido, España, Italia, Holanda y Dinamarca.

El segundo grupo está conformado por los propietarios de yates y veleros que con frecuencia practican la navegación más allá del área cercana a su puerto de atraque habitual, que podría trasladarlos por vía marítima o terrestre remolcado la embarcación con un vehículo a la región del Mar de Cortés para vacacionar. Se localizan en Estados Unidos, principalmente en los estados de California y en menor medida en Washington, Oregón, Arizona, Nuevo México y Colorado.

Diversos estudios publicados, siendo el más reciente del New York Times, revelan que en los próximos cinco años, habrá en los mercados una gran cantidad de retirados y jubilados viviendo con jugosas pensiones económicas y capitales ahorrados a lo largo de varias décadas.²



Fuente: Travel Industry Association of America, TIA.

Uno de los posibles nichos especializados que se presentará en este proyecto turístico son los Ecoturistas que tienen un buen nivel de educación, uno de cada dos americanos, o sea 46 millones de personas, entre 25 y 39 años se consideran a sí mismos como entusiastas de las actividades al aire libre.³

Este grupo de gente práctica con regularidad dos o más actividades al aire libre. Los destinos que deseen atraer a estos grupos deben preparar una oferta que responda a sus inquietudes e intereses.

El turismo de naturaleza se encuentra vinculado, el cual cumple con tres objetivos fundamentales que lo distinguen como una gran opción para la región del Mar de Cortés.

² Sergio E. González Rubiera ACTI CONSULTORES EN TURISMO, S. C. plan Tapachula, 2002 presentación

³ Sergio E. González Rubiera ACTI CONSULTORES EN TURISMO, S. C. plan Tapachula, 2002 presentación.

En el primer lugar, el carácter más respetuoso con el medio en el que se desenvuelve. Los turistas capaces de disfrutar y obtener experiencias positivas del entorno son concientes y respetuosos de su fragilidad.

Un segundo factor es la capacidad que tiene este tipo de turismo para involucrar y atraer a los pobladores de la zona y para derramar sus efectos sobre amplios territorios, consiguiendo que sus esperanzas de prosperidad y de mejora de la calidad de vida encuentre un vehículo efectivo para poderse materializar.

El mercado elegido para proyecto se encuentra vinculado con la naturaleza, como el náutico, el turismo de deportes, aventura, cultural, rural, de salud; estos segmentos son más especializados, exigentes y conscientes de su responsabilidad ambiental.

El segmento náutico ha sido escogido como el impulsor del turismo en toda la región. Es un nicho especializado, cuya actividad es de bajo impacto para el medio ambiente y se distribuye a lo largo de todo el territorio, abarcando hasta sus más recónditos lugares; esta en contacto directo con la naturaleza; es apropiado para la características geográficas, no atrae concentraciones masivas de visitantes y posee una elevada capacidad de gasto.

Además organiza y opera una red especializada de escalas náuticas y desarrolla su infraestructura y presta a las embarcaciones y sus tripulantes los servicios necesarios para la navegación.



Para conocer el mercado donde debe actuar el proyecto, se necesita conocer la afluencia de visitantes durante un periodo de cinco años.

CUADRO 1

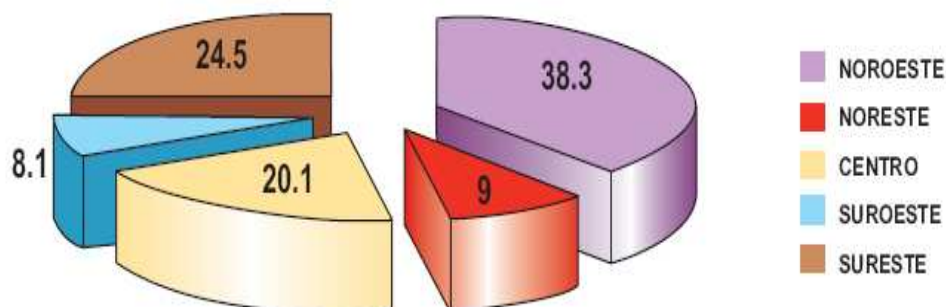
Miles de personas)

Visitantes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Internacionales a México	105 674	100 719	100 153	92 330	99 250	103 146	9 569
Turistas internacionales	20 642	19 810	19 667	18 665	20 618	21 915	2 351
Turismo receptivo	10 591	10 151	9 883	10 353	11 553	12 534	1 432
Vía aérea	7 973	7 662	7 334	7 696	8 870	9 936	ND
Vía terrestre	2 619	2 489	2 549	2 657	2 683	2 598	ND
Turismo fronterizo	10 050	9 659	9 784	8 312	9 065	9 381	919
Peatones	878	980	1 085	949	1 236	1 312	125
Automovilistas	9 172	8 679	8 699	7 363	7 829	8 069	794
Excursionistas internacionales	85 032	80 908	80 485	73 664	78 041	81 231	7 218
Excursionistas fronterizos	81 565	77 103	75 349	68 690	72 139	74 524	6 408
Peatones	15 405	14 663	14 850	13 561	14 771	15 203	1 320
Automovilistas	66 160	62 440	60 499	55 129	57 368	59 321	5 088
Pasajeros en crucero	3 467	3 805	5 136	4 974	6 493	6 707	810

NOTA: La suma de las cifras parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo.
 ND No disponible.
 FUENTE: SECTUR. Data Tur. Consultas información estadística. México: turismo internacional.

En el cuadro número uno, podemos observar los millones de visitantes que han estado en México, durante seis años, ya a pesar de que representa una disminución, no debemos olvidar que la ofertad de alojamiento aumento más rápidamente que la demanda, en 41% al pasar de 48,578 cuartos a 68,472, lo que se reflejo en una menor ocupación.

La Afluencia turística creció en 34% en una década, 6.4 millones de visitante se hospedaron en hoteles, el 9.7 millones fue en el 2003, el cual es el 13% del total nacional. Los 2.3 millones de estadounidense declino al 7 millones en el 2003 causado de un ambiente de inseguridad y estacancamiento económico de Estados Unidos. Sin embargo, la zona más visitada es la zona del mar de cortés contemplando con el 38.3% del total.⁴



FUENTE: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_estadisticas_del_sectur/pdf.

⁴Libro Mar de Cortés, un mundo nacidos de las aguas, FONATUR, Pág. 30

Durante el 2003, la región del Mar de Cortés recibió 9.7 millones de turistas de los cuales el 70% fueron nacionales y el 30% extranjeros. La oferta de hospedaje disponible fue de 68,472 cuartos, equivalente al 13% del total nacional; de aquel número de habitaciones, 79% era de calidad turística (3 a 5 estrellas), o 55.6% de cuatro y cinco estrellas, la ocupación media fue de 45% y la estadía promedio de 2.5 noches.⁵

La comercialización del proyecto se llevo a cabo mediante mecanismo la capacitación turística, a través de las dependencias y entidades facultadas para tales efectos de acuerdo con el Derecho Positivo Mexicano, siendo la Secretaría de Turismo con atribuciones de carácter federal y las Secretarías de Turismo de cada Estado que integran la Región del Mar de Cortés, teniendo un gran impacto en las localidades en donde se han impartido los cursos correspondientes. En Baja California se llevaron a cabo 91 cursos, en Baja California Sur 55, en Nayarit fueron 134, en Sinaloa 56 y en Sonora 108.

Los cursos impartidos versan, entre otros aspectos, en el manejo higiénico de alimentos, primeros auxilios, liderazgo en comunicación, así como en brindar calidad y atención en el servicio, evacuación en casos de emergencia, manejo de tensiones en el trabajo, cualidades y habilidades de los recepcionistas, motivación e integración de equipos, planeación estratégica, compromiso y actitud de los servicios turísticos, visión y liderazgo hacia el desarrollo del sector turístico, cultura turística para el personal de contacto, concientización turística, competitividad de empresas turísticas, etc.

Capacitación 2006

	BC	BCS	Nayarit	Sinaloa	Sonora	Total
julio	4	6	8	5	5	28
agosto	5	5	5	3	6	24
septiembre	4	6	5	4	4	23
Total	13	17	18	12	15	75

FUENTE: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_estadisticas_del_sectur/pdf.

La promoción turística de esta actividad se ha desarrollado en tres vertientes, que son:

1. Elaboración de Material Promocional: Durante la presente administración se han realizado diferentes piezas promocionales en donde se han reflejado las diferentes etapas de evolución y desarrollo del Proyecto Escalera Náutica de la Región del Mar de Cortés, entre los cuales destacan el Libro del Proyecto Mar de Cortés, los folletos denominados “De Sensibilización”, “De Información General del Proyecto”, “Rutas Turísticas” y “Servicios que ofrecerán las Escalas Náuticas”.

⁵ Ibidem. Pág. 32

2. Participación en Foros Turísticos tanto a nivel Nacional como Internacional, tales como la Feria Internacional de Turismo con sede en Madrid, España, el Tianguis Turístico con sede en Acapulco México, Expo Mar en Ensenada, Baja California y Expo Productividad y Desarrollo en La Paz, Baja California Sur.
3. La Tercer vertiente en el denominado Programa de Relaciones Públicas y Publicidad, consisten en la presencia en la radio, televisión y prensa en los Estados de la Región del Mar de Cortés, es difundir a la población residente en que consiste el Proyecto Escalera Náutica de la Región del Mar de Cortés, especificando los beneficios y alcances del mismo.⁶

Durante el 2006, se han realizado 34 presentaciones de este Proyecto ante los Secretarios de Turismo, Presidentes de Asociaciones, Cámaras, líderes informales, empresarios etc.

Por otra parte, se ha llevado a cabo la recopilación de información turística de los Estados integrantes del Proyecto Escalera Náutica de la Región del Mar de Cortés, así como la revisión de pruebas de color previas a la impresión del mapa náutico en español e inglés.

Se participó en la Bolsa Mexicana de Inversión Turística 2006, celebrada en la Ciudad de México, Distrito Federal.

Por último la actividad realizada son los Centros de Interpretación de las Regiones Turísticas Integrales, en donde el Fondo Nacional al Turismo y SINGLAR conjuntamente con la finalidad de contar con un espacio donde el turista pudiera encontrar de manera clara y práctica información de los atractivos turísticos de la región, se le encomendó al responsable del Programa de Regiones Turísticas de SINGLAR la tarea de instalar los Centros de Interpretación de las Regiones Turísticas Integrales en cada una de las Escalas Náuticas, consistiendo cada Centro de lo siguiente:

1 Maqueta (2.44 x 2.44) con los atractivos turísticos de los circuitos.

9 Fotografías con atractivos del entorno.

6 Banners con información del Proyecto y del destino.

1 Sala de video para presentar material audiovisual que muestre los atractivos de la región.⁷

Estas medidas esenciales de exposición del proyecto, nos explica que es la etapa de comercialización, donde como bien ya lo habíamos mencionado en capítulos anteriores, se realiza las actividades de promoción y publicidad, para la captación de los inversionistas.

FONATUR además de presentar, las maquetas de exposiciones, también se ha logrado realizar ferias, donde los inversionistas interesados asisten para conocer el proyecto turístico más factible para sus inversiones. Cabe resaltar que, el proyecto

⁶ SECTUR 2002 Escalera Náutica del Mar de Cortés.

⁷ <http://www.sectur.gob.mx/ INFORME DE SECTUR EN EL 2002/html>

turístico tiene como finalidad en su primera etapa, dar a conocer el proyecto y así lograr el aumento de los futuros inversionistas

3.2. Desarrollo del Proyecto Turístico del Mar de Cortés

El Proyecto Mar de Cortés es de largo plazo, 25 años, y su ejecución se lleva a cabo por etapas, conforme a un Plan Maestro y mediante tres programas:

- a) Las Regiones Turísticas Integrales,
- b) Las Escalas Náuticas SINGLAR, y
- c) Las Localidades de la Costa,

Para las regiones turísticas integrales el principal objetivo es integrar la oferta de atractivos naturales y culturales, los nuevos productos turísticos que se generen, así como una amplia gama de servicios que se podrán al alcance de los viajeros nacionales e internacionales, de modo de construir una red interconectada de rutas y circuitos eco turísticos de mar y tierra; el trazo de cada uno de ellos se integrará transversalmente a la Región, uniendo sitios del océano pacífico, la península de Baja California, el Golfo de California y el Espacio continental.

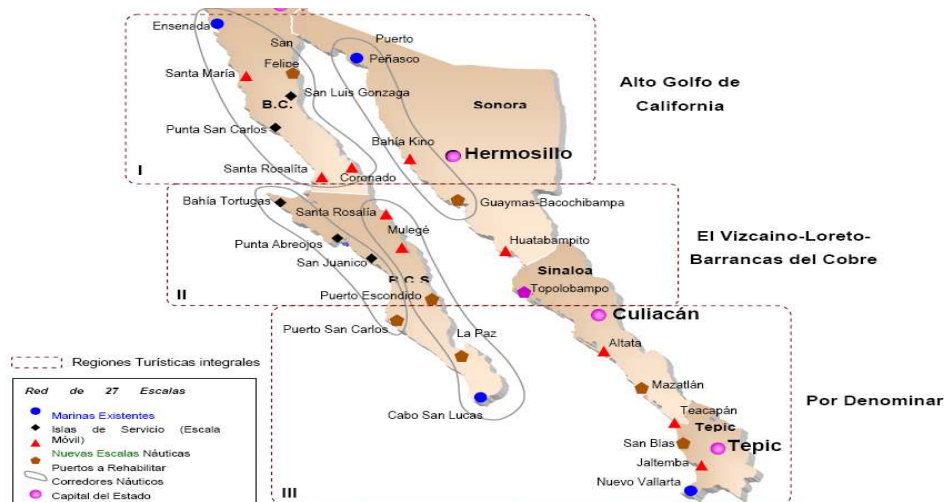


Fuente: FONATUR 2002. ESCALERA NAUTICA.

Dentro de este programa se han propuesto tres Regiones Turísticas Integrales, como se muestra en el mapa las cuales son:

- Alto Golfo de California
- El Vizcaíno – Loreto – Barrancas del Cobre
- Los Cabos – Mazatlán Vallarta,

En los cuales se desarrollarán 14 Rutas Turísticas Integradas por 30 circuitos distribuidos en los cinco Estados participantes de este gran Proyecto.



FUENTE: Plan Regional de Desarrollo Urbano. SECTUR.

A partir del año 2004, se iniciaron las actividades de ejecución de este programa a través de diversas acciones que a continuación se enuncian:

- a) Señalización Turística
- b) Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano
- c) Capacitación Turística
- d) Promoción del Proyecto
- e) Centros de Interpretación de las Regiones Turísticas Integrales

Cabe resaltar que, el indicador de la señalización turística, son elementos esenciales para el desarrollo del estudio técnico que se presentan en este proyecto, donde se realizaron la señalización de cinco circuitos de la región del Mar de Cortés, Planes de Colocación y Manual de Señalética, cuya acción principal fue la elaboración del manual que permitiera delimitar el diseño de señales que se fabricarían e instalarían en la Región del Mar de Cortés, así como la ubicación propuesta para cada una de las señales y su contenido.

Para el 2006 FONATUR contará con la señalización de 12 circuitos que integran 5 Rutas Turísticas, que son:

- a) Los grandes habitantes del Mar
- b) Misiones y Puertos Mágicos
- c) Naturaleza Viva y Arqueología
- d) Barrancas del Cobre
- e) Culturas vivas de la S

Si bien se ha mencionado, que el turismo es una alternativa para el aumento de empleos y de inversión, también debemos reconocer que si no, se lleva a cabo las medidas necesarias para la conservación del ambiente los proyectos a futuro no tendrían éxito, es por ello que el Programa de agenda 21 para el turismo Mexicano tiene como objetivo ser un marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística, consiste

en la satisfacción de las necesidades esenciales de la generación presente sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades esenciales de las generaciones futuras.

Este programa tiene el encargo de realizar diagnósticos de localidades con vocación turística, a fin de lograr la sustentabilidad de los desarrollos turísticos potenciales y reales, ubicados en la Región del Mar de Cortés, en 4 aspectos fundamentales:

- a) Infraestructura
- b) Turismo
- c) Medio Ambiente
- d) Entorno socioeconómico

Por otra parte, se estableció que el “Proyecto Mar de Cortés”, implica la construcción, complementación, mejoramiento y modernización de diferentes obras de infraestructura Náutica, puertos de abrigo ya existentes, aeroportuaria y carretera, como el caso de los nuevos puertos de abrigo o paradores náuticos propuestos en:

- Cabo Colonet, San Luis Gonzaga,
- Puerto Canoas, Santa Rosalíita,
- Bahía de los Ángeles;
- Bahía de Tortugas,
- Punta Abreojos,
- San Juanico,
- Bahía de Kino
- y Altata,

Que tengan un uniforme estándar de instalaciones y operación de la más alta calidad para la facilitación del turismo náutico, así como la integración de diversos aeropuertos y aeródromos existentes, lo que impulsará el desarrollo turístico de los Estados participantes.

Ahora bien, para atender los requerimientos del turismo náutico se contempló la realización del “Programa de Escalas Náuticas”, que tiene por objeto desarrollar la infraestructura necesaria y prestar los servicios para facilitar la navegación segura de embarcaciones en tránsito a lo largo de los litorales del Pacífico y del Mar de Cortés, mediante la integración y operación de una red de Escalas Náuticas.

Las zonas para ubicar las Escalas fueron seleccionadas considerando criterios ecológicos, económicos, turísticos y sociales. Las Escalas Náuticas constituyen las puertas de entrada a las regiones turísticas integrales y serán los centros de intercambio de servicios con instalaciones de bajo impacto, de distintas capacidades de acuerdo con el mercado y las autorizaciones ambientales, donde se brindarán los servicios básicos de ayuda a la navegación y para facilitar las gestiones requeridas para la internación de turistas, embarcaciones y equipos y su tránsito por la región.

En este programa mediante la celebración del Convenio Marco el 21 de febrero del 2001, se consideraron 22 puertos de abrigo y/o Escalas Náuticas, que se integran de la siguiente forma: de 5 puertos existentes en:

- Ensenada,
- Baja California,
- Cabo
- San Lucas y
- La Paz, B.C.S.,
- Guaymas-San Carlos en Sonora
- y Mazatlán en Sinaloa

La complementación de 7 puertos de abrigo en San Felipe Baja California, Puerto Escondido Loreto, B.C.S., Puerto San Carlos, Mulegé y Santa Rosalía en Baja California Sur, Puerto Peñasco en Sonora y Topolobampo en Sinaloa y la construcción de 10 nuevos paradores turísticos en los sitios que posteriormente se definirán de manera conjunta con las autoridades locales, buscando en todo momento óptimas condiciones naturales como el fondeo de embarcaciones en Cabo Colonet, San Luis Gonzaga, Puerto Canoas, Santa Rosalía y Bahía de los Ángeles en Baja California, Bahía de Tortugas, Punta Abreojos y San Juanico en Baja California Sur; Bahía de Kino en Sonora y Altata en Sinaloa.

Actualmente, el Programa sólo incluye 19 Escalas cuyo desarrollo lo lleva a cabo FONATUR y su operación se llevará a cabo por parte de su empresa filial SINGLAR, S.A. de C.V.; las 9 Escalas restantes serán franquiciadas.

Escalas Náuticas a cargo de FONATUR y SINGLAR, S.A. de C.V.:

- Baja California: Santa María, Santa Rosalía, Santos Coronados y San Felipe.
- Baja California Sur: La Paz, Puerto Escondido, Mulegé, Santa Rosalía y Puerto San Carlos.
- Nayarit: San Blas y Jaltemba.
- Sinaloa: Topolobampo, Mazatlán, Altata y Teacapán.
- Sonora: Puerto Peñasco, Bahía Kino, Guaymas y Huatabampo.

Escalas Náuticas a franquiciar:

- Baja California: Punta San Carlos y San Luis Gonzaga.
- Baja California Sur: Bahía de Tortugas, Punta Abreojos, San Juanico y Los Cabos
- Nayarit: Nuevo Vallarta.
- Jalisco: Puerto Vallarta.



Santa Rosalía



Puerto escondido



Puerto Peñasco



San Felipe



Finalmente, el último programa a desarrollar dentro del Proyecto Escalera Náutica de la Región del Mar de Cortés, es el Programa de Mejoramiento Integral de las Localidades de la Costa, cuyo objeto es el reordenamiento y la puesta en valor de los poblados y consiste en la ejecución de Proyectos integrales basados en un modelo de desarrollo urbano sustentable.

Este programa incluye el reordenamiento urbano turístico, la creación de agencias locales de desarrollo, la adquisición y urbanización de reservas territoriales, infraestructura básica y para el saneamiento ambiental e imagen urbana, así como la

promoción de acciones para el desarrollo social y el fortalecimiento de los valores culturales y la identidad de las comunidades.

El programa propone los lineamientos encaminados a un Desarrollo Urbano Turístico Integral a partir de las tres vertientes del desarrollo sustentable: social, ambiental y económica.

La prioridad del programa se centra en las localidades rurales (con menos de 15,000 habitantes) seleccionadas para las Escalas Náuticas. Para cumplir con su objetivo de sustentabilidad, se busca el desarrollo urbano turístico integral de las mismas, a partir de tres vertientes, la social, la ambiental y la económica.

Para ello, con los Estados y municipios se promueve la realización de Proyectos integrales con un modelo de desarrollo urbano sustentable, que incluyen la planeación urbana de las localidades, la creación de comités locales para el mejoramiento de la imagen y los servicios urbanos, la adquisición y urbanización de reservas territoriales, infraestructura básica, saneamiento ambiental e imagen urbana; así como, la promoción de acciones para el desarrollo social y el fortalecimiento de los valores culturales y de la identidad regional y nacional.

Localidades seleccionadas son:

- Baja California: Santa María, Punta San Carlos, Santa Rosalía, Bahía de los Ángeles, San Luis Gonzaga y San Felipe.
- Baja California Sur: Bahía Tortugas, Punta Abreojos, San Juanico, Mulegé, Santa Rosalía y Puerto San Carlos.
- Nayarit: San Blas, Jaltemba y Nuevo Vallarta.
- Sinaloa: Topolobampo, Altata y Teacapán.
- Sonora: Puerto Peñasco, Bahía Kino, Guaymas y Huatabampo



El proyecto como se ha mencionado, deben realizar elementos de infraestructura, para dar a conocer todas las ventajas competitivas del proyecto. Dicha inversión se ve reflejada en la aceptación de proyecto en el mercado internacional.

Se puede decir entonces que las técnicas realizadas para que el proyecto refleje más oportunidades de negocios, han sido gracias al seguimiento exacto, de los indicadores que presenta un plan de negocios.

Con lo anterior, el proyecto turístico, se ha desarrollado con lentitud, debido a la falta de cooperación del Estado. Por lo tanto, la construcción de infraestructura ha sido lenta y los métodos realizados no han observado satisfactoriamente las consecuencias de dicha estructura.

En tal caso, se ha presentado inconformidades por parte de la población, ya que se ha deteriorado los recursos naturales de la zona. Por consecuencia, las organizaciones ambientalistas ha protestado para que el proyecto lleve acabo el modelo alternativo de desarrollo sustentable que se mencionó.

3.3. Impacto al medio Ambiente en el Proyecto Turístico del Mar de Cortés

A pesar de que las autoridades han realizado estrategias para la conservación de la reserva territorial, con los planes ya mencionados, como es el plan de Agenda 21 y el proyecto de protección de las manifestaciones ecológicas, aun se han presentado problemas por el deterioro ecológico que se realiza por las construcciones de las escalas náuticas.

Sin embargo, este mega-proyecto representará una movilización considerable de personas y recursos, pues al desarrollarse se constituye en generador de empleo, así mismo propician una migración fuerte e importante, y con ello también se incrementa la necesidad de abasto de tierra urbanizable, para subsistir, el incremento a la demanda del agua como consumo mínimo es necesario, que se estime conservadoramente en un consumo de aproximadamente 900 litros por habitante por día, y consecuentemente la demanda total en la ocupación total de la oferta futura nos generaría un total de 1,215,000 MM³/año; sin embargo.⁸

“Además el riesgo ambiental que se presenta en las costas es debido a que los sitios son extremadamente sensibles a los cambios ambientales y por consiguiente son áreas con alta vulnerabilidad. La afectación de impacto ambiental superficial, amén de lesionar el terreno y sus consecuencias por desechos, que posteriormente afectan al arrecife costero, cuando se propicia el deterioro del manglar, avecindado natural que se localiza en forma inmediata a estas costas”⁹

Cabe agregar que en los medios desarrollados de la economía del primer mundo, se han implantado políticas y técnicas que desde los diferentes ámbitos permitan lograr una sociedad ambientalmente sustentable, y todos ellos en conjunto han incidido fuertemente en los planeamientos de las propuestas urbanas, supuestos en los que se ha reconocido la degradación a que se ha hecho objeto en el contexto de los recursos

⁸ Programa Mar de Cortes, semarnat 2002

⁹ Ibidem, SEMARNAT,2002

naturales; sin embargo en estas latitudes, ya han sido autorizados por parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales(SEMARNAT), las intervenciones, las inversiones, y el acopio de fuerzas de intervención y de continuar así, con este ritmo y procedimiento, creemos que se llegará a un manejo de escala incontrolable, una política de continuas acciones y consecuencias negativas e irreversibles para los ecosistemas en los que se encuentran enclavados.

Cuando se toca el discurso de la sostenibilidad ha habido una adaptación propicia de conceptos a las políticas de la gestión y uso de los recursos naturales; es así como estamos viviendo la incapacidad de los gobiernos para llevar a cabo una actuación consecuente con los principios del desarrollo sustentable, tanto en su participación, como en la aplicabilidad de la normativa a los desarrolladores e inversionistas, pues los preceptos formulados en las cumbres internacionales para la protección ambiental y la racionalidad económica, han perdido fuerza, el discurso del eco-desarrollo ha venido disolviendo su potencial crítico en su propias estrategias teóricas.

Muchos activistas ecológicos han llamado a este proyecto como el anteproyecto del ecocidio más grande de la historia, ya que amenaza a la región del Mar de Cortés, el cual es considerado como el acuario del mundo.

Una de las zonas afectadas es el desierto sonorense que cambiaría para siempre como consecuencia de la fragmentación del hábitat, el aumento de la contaminación, la introducción de las especies invasoras y químicas peligrosas, los impactos ambientales serían desoladores.

Aunque alterado en algunas áreas por el desarrollo, la agricultura y pastoreo de ganado, este desierto es uno de los ecosistemas áridos del mundo más grandes e intactos. Se extiende a través de 120,000 millas cuadradas (180,000 Km.2), y comprende el suroeste de Arizona, sureste de California y el noroeste de México y la mitad superior de la Península de Baja. Escasamente poblado, México septentrional tiene dos tercios de las porciones más grandes y más silvestres de este extraordinario ecosistema.¹⁰

Además, el desierto sonorense es también cobijo de aproximadamente 17 comunidades indígenas, de las cuales, muchas mantienen sus costumbres intactas y con la construcción de infraestructura, se ha visto en riesgo las poblaciones, las cuales no están de acuerdo con cambiar su modo de vida y con ello, se presentan un problema en la región.

Asimismo, el árido desierto de la costa central del golfo y bajando por el valle del río Colorado hasta los archipiélagos y pantanos de mangle, la región de Sonora es hogar de mas de 800 especies de animales y 5,000 especies de plantas. Tiene la diversidad más amplia del crecimiento vegetativo de todos los desiertos del mundo. Y una de las consecuencias del proyecto turístico seria que el zumbido de los barcos perturbaría la

¹⁰ Ibidem, SEMARNAT,2002

migración de mamíferos del mar. El derrame tóxico del petróleo en la tierra y el mar es una certeza casi inevitable.

La escalera náutica también amenaza con despedazar el tejido social y cultural de la región, al transformar a la población rural en una fuerza laboral para turistas. Las tierras indígenas y las zonas protegidas se transformarán en lugares de descarga de desechos y campos de juegos para el ocio de los turistas, mientras, el aumento de la presencia de la policía y el ejército contribuirá a la militarización de la región. El plan aumentaría el producto interior bruto de los estados de Baja California, Sonora y Sinaloa, pero la riqueza sólo se concentraría en las manos de especuladores extranjeros.

El presidente de México Vicente Fox, permitirá que el proyecto de la escalera náutica se convierta en una colonia de recursos naturales para el uso exclusivo de los Estados Unidos de América. Esto representa una infusión de las corporaciones multinacionales en la región y un empujón masivo para desmembrar los recursos naturales, que, irónicamente, son promovidos como atractivos del plan. En un solo golpe, varios parques de atracciones temáticos que reclasifican elementos del mundo natural como mercancías, son propuestas en el lado del golfo de Baja.

La dependencia de la escalera náutica en hidrocarburos para el transporte de barcos, aviones y automóviles, revela la verdadera meta del proyecto, así como la ganancia a corto plazo, no la calidad de la vida ni la planificación orientada del futuro.

“La escalera náutica está atada al Área del Libre Comercio de las Américas (ALCA) con la construcción de la infraestructura necesaria para la transportación y ampliación de los plazos del Tratado de Libre Comercio a través del hemisferio oeste, en un intento impopular que ha ganado el nombre “TLC en Esteroides.”¹¹

Debido ha esta especificación las consecuencias son: en cuanto a los obreros y las medidas del medioambiente, la escalera náutica provee otra ruta para la “carrera al fondo” que ya viaja la longitud completa del Hemisferio Occidental.

Los muelles en las costas de Baja California y Sonora ciertamente verán la importación de componentes más baratos fabricados en Sudamérica y el sudeste de Asia, que se transportaran por carreteras nuevas a las maquiladoras en el sur de México o cerca de la frontera de México-Estados Unidos de América, lo que ocasionará que baje el empleo y los salarios de estas áreas.

¹¹ Diehn Sonya Angelica, Un Nuevo Mundo de Ideas y Análisis, PAG. 2.

Los embarques de materias tóxicas o peligrosas rechazadas en Estados Unidos de América serían enviados a los muelles o playas mexicanas.

*“Debido a la represión del gobierno de México al trabajo independiente y democráticamente organizado, los sindicatos en este país no están unidos. Así, el aumento de la capacidad de embarcaciones al sur de la frontera con EU, permite a las corporaciones multinacionales competir con la fortaleza de la Unión Internacional de Estibadores y Almacenes (ILWU)”.*¹²

La falta de organización de las comunidades como los Seris o Cunaac, que significa “la gente,” etnia que es la menos numerosa de Sonora, pero que sus recursos e ingresos son gracias a la pesca de su región y la realización del proyecto de Escalera Náutica tiene como consecuencia poner en riesgo la economía de dicha población. El gobierno de cada estado solo ha previsto los cambios generales, pero no han logrado llegar a todas las comunidades pequeñas y sobretodo no las incorpora en el proyecto turístico.

El tema de la sustentabilidad ha permitido de manera muy importante que entre los funcionarios y representantes de las asociaciones de turismo, al menos en el plano de las declaraciones, sea un asunto relevante porque se ha considerado que el crecimiento turístico puede llevar a la depredación de la naturaleza y la cultura locales, con lo cual se destruye la razón por la cual generalmente se desarrolla el turismo.

Por ello, se plantea la necesidad de un cambio de modelo de desarrollo que además de las características actuales, incorpore elementos alternativos que puedan atender de manera simultánea componentes de justicia social, conservación, equidad y producción, en un “modelo tradicional complementado” el cual cumpla la función de reorientar, al menos en parte, una actividad que genera fuertes impactos en materia social, ambiental y desde luego económica.

Tomando en cuenta, que el proyecto turístico si es un proyecto ambiciosos, pero que aún no ha logrado que los recursos naturales se conserven, debe cambiar su modelo de estrategia, para que el beneficio de la captación de flujos de capitales se logre en el aumento de la balanza de pagos y sirva para el crecimiento del producto interno bruto del país.

¹² Ibidem. Pag. 3

Conclusiones

Lo más fructífero de esta investigación no es poder concluir algo contundente respecto a la cuestión del turismo internacional, sino la oportunidad de abrir nuevas líneas de investigación que enriquezcan y den continuidad a las diferentes oportunidades que se presentan para hacer negocios en el turismo internacional.

Ahora se sabe que, el turismo es cada vez más visto como un sector de actividades con grandes virtudes, tanto por su capacidad de impulsar una mayor relación con el resto del mundo, como por su potencial en la generación de divisas, por la creación de empleos, y por sus aportaciones potenciales para el desarrollo de las regiones rezagadas.

En los últimos decenios, el sector turístico ha adquirido una importancia creciente y los efectos indirectos en la economía se han hecho manifiestos. La Organización Mundial del Turismo ha dirigido una iniciativa encaminada a medir sus efectos en términos de principio de contabilidad nacional. Estos parámetros de medición han sido las herramientas necesarias para que el turismo internacional haya incrementado en la última década.

Si bien la investigación realizada se enfocó ha que el turismo internacional es necesario para incrementar el flujo de capital nacional, también se ha analizado que el turismo es un sector estratégico que ayuda a la población, mediante la planeación de los proyectos turísticos existentes.

Los efectos del turismo sobre la economía nacional son una fuente generadora de divisas, como también es el negocio de proveer y comercializa servicios y facilidades para el placer de los viajeros. Por tanto, el concepto de turismo esta directamente relacionado con los gobiernos transportistas, alojamiento, restaurantes e industrias de entretenimiento e indirectamente, virtualmente con todo la industria y negocios del mundo.

De la misma manera se sabe ahora que los proyectos turísticos, han sido factores decisivos para la economía nacional, por lo cual, debe quedar claro que, para que un país incremente su turismo internacional y nacional, debe entender lo que va a ofrecer, levantando un inventario de los recursos naturales, recursos humanos, culturales, la dotación turística y la infraestructura de apoyo turístico.

Considero que se debe entender que, un país que no dispone de un inventario turístico no podrá atraer en forma específica el turismo. Los atractivos turísticos sino son conocidos de nada valen, pues esto significa que no se les ha dado ningún valor, al no ser explotados.

En realidad, el turismo es un factor de conservación y promoción de los valores sociales y culturales, de ahí que se oriente sus esfuerzos al aprovechamiento de los recursos.

Una vez establecidos los recursos naturales, el patrimonio cultural entre otras cualidades de los sitios turísticos, se debe buscar a quien ofrecer estos recursos. Aquí es donde interviene la investigación de mercado como bien se señalo en la presente investigación, pero para dejar como conclusión, este indicador permite saber cuando se debe ofrecer el producto turístico, pues esta actividad está afectada por la estacionalidad y desde luego por las condiciones económicas del cliente.

Siguiendo la lógica de la investigación, el turismo se desarrollo ampliamente durante el sexenio de Vicente Fox Quezada, debido su política de aumentar la inversión privada en México y a su ideología de ser participe del sector empresaria. Pero sin duda, el turismo tiene aspectos significativos para incrementar la economía y por lo tanto, se ha considerado que es una materia incorporada al sector económico.

Sin embargo, en México a pesar de que se ha demostrado que el sector turístico planeado, podría lograr el aumento de divisas y el equilibrio en la balanza de pagos, el gobierno no ha querido realizar la inversión necesaria.

A pesar de que el mercado norteamericano es el más factible para México, ya que como lo mencionamos en la perspectiva del turismo, se incrementara la población que se jubila en Estados Unidos y sus intensiones son establecerse en lugares de México, si el gobierno no resuelve la problemática de inseguridad y violencia presentada en la frontera, el incrementó no será constante.

Considero que es necesario que, el gobierno se encuentre más involucrado en este sector turístico y que analice alternativas para la conservación del medio ambiente. Como también, respetar las culturas de las regiones del Estado y no afectando a la población sino al contrario involucrándola para mejorar su hábitat, asimismo deberá utilizar estrategias de publicidad y promoción con mejor calidad.

El gobierno juega un papel definitivo en el desarrollo de las actividades turísticas de México, pues es quien tiene el poder de crear políticas públicas, así como el marco de acción legal y financiero que el turismo requiere para su desarrollo.

Otro papel importante del gobierno es el de generar la estructura administrativa para diseñar productos turísticos con base en insumos clave como: los recursos naturales y los hechos por el ser humano, las tradiciones, las costumbres, la gastronomía, el folklor, entre otros; además de que impulsa la promoción, el fomento al desarrollo, el financiamiento y el estudio del turismo.

La administración es la estructura funcional que se requiere para hacer realidad palabras y promesas de políticos. El turismo, para que sea efectivo, no puede atenerse a declaraciones, programas y planes sin ningún soporte real de ejecución. La justificación de la administración pública en el turismo sólo es posible por medio de

resultados, es decir, su práctica y desempeño deberá reflejar validación, legitimidad, profesionalismo, efectividad y eficacia.

México, en el Plan Nacional de Turismo 2001-2006 queda claro que hay un avance en las declaraciones del Poder Ejecutivo acerca de la importancia que representa esta actividad. Sin embargo, en sexenios anteriores se le dio poca atención a las declaraciones en beneficio de este sector.

Se vislumbra aquí el objetivo general de la presente investigación, donde se debe analizar que para lograr que el turismo esté presente en un mercado se requiere que sea un producto; entonces, es necesaria la convergencia de otras actividades económicas; con esto se logra que la política turística contemple tal relación en todo su contexto, efectos y usos sociales. Sin embargo, debido a lo complejo de esa relación, la propuesta al Poder Legislativo de la política turística, en su mayorías no es integral, con las consecuencias negativas que esto conlleva en las que quedan de manifiesto sus efectos y usos sociales, así como la desintegración de su esencia misma.

Por su naturaleza, el turismo requiere de una atención especial y cuidado en el diseño de las políticas para lograr sus objetivos estratégicos, operativos y, en consecuencia, sus metas; lo cual exige conocer la versatilidad de este sector para que la política pública responda a las necesidades de las comunidades que participan, directa o indirectamente, en el producto turístico.

No obstante, el gobierno de México todavía no ha dimensionado claramente al turismo como un concepto integral para convertirlo en un pilar de la economía nacional. Los sectores público y privado del país deben ser un binomio que genere los elementos vitales para *ser y hacer* un ejercicio competitivo en la dirección y acción del turismo en la política nacional. La expresión de la política turística –a lo largo de los diferentes periodos gubernamentales- deja entrever, de manera concisa, que en el destino turístico México no se ha fortalecido una cultura empresarial capaz de poner en juego una diversidad de acciones que le permitan ser competitivo en los actuales mercados turísticos mundiales en el contexto de la hipercompetitividad.

A lo largo de este análisis se establece claramente el papel importante y definitivo que tiene la dirección de los negocios para satisfacer al cliente interno y externo. Dado que es urgente hacer de México un destino turístico competitivo e integral en su oferta y la entrega de ésta, se requiere lograr la uniformidad en la satisfacción de sus clientes, independientemente de su giro y tamaño. La capacitación de los directivos de los negocios turísticos es el primer paso que les permitirá conocer, comprender, aplicar y actualizarse en las formas de administrar que faciliten la satisfacción del cliente externo, garantizando así su permanencia en el mercado.

Independientemente de que el dinamismo actual del Sector Turismo ha contribuido al desarrollo económico sustentable de muchas de las regiones de nuestro país, se ha logrado también que a través de la actividad Turística se puedan crear Polos de Desarrollo Regional que ayuden a combatir la pobreza y la marginación. Tenemos como ejemplo el proyecto turístico de la escalera náutica del Mar de Cortés.

Respecto al proyecto de la escalera náutica del Mar de Cortés la presente investigación concluye que dicho proyecto está dirigido al turismo vinculado con la navegación y la cultura donde se pretende atraer al turista más especializado, que tienen conciencia ambiental, que son respetuosos de la naturaleza y de las culturas locales. Con el proyecto de la escalera náutica del Mar de Cortés se busca complementar las actividades que actualmente existen y crear nuevas oportunidades para la población de toda la región en función del gran potencial turístico que tiene. El turismo se convierte así en una verdadera opción para complementar las actividades tradicionales de las poblaciones y ayudar al proceso de reconversión de las mismas ante la globalización.

Hasta ahora, la actividad turística de la zona ha sido esencialmente tradicional, en busca de destinos de sol y playa. Con el proyecto turístico de la escalera náutica del Mar de Cortés se pretende fomentar el turismo alternativo, que responda a las tendencias internacionales y permita evitar el deterioro de los recursos naturales y contribuir a su conservación. El turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo de la salud, el náutico y el turismo rural son algunos ejemplos.

Como una primera premisa para que el desarrollo del proyecto de la escalera náutica del Mar de Cortés no se encuentre estancado y logre el aumento de los flujos de capitales se debe consolidarse la infraestructura existente y hacerla eficiente antes de que desarrollar nueva infraestructura. Cuando resulte indispensable construir nueva infraestructura, ésta debe desarrollarse gradualmente en zonas que ya tienen desarrollo urbano o turístico, evitando la dispersión hacia zonas prístinas y bien conservadas, que son las que garantizarán el atractivo de la región para el turismo. Además, considero que se debe involucrar de manera destacada a las comunidades, sectores, operadores de marinas actuales e instituciones locales,

Como estudiosa de las relaciones internacionales y de los fenómenos que se dan en el ámbito político, jurídico, social, económico y cultural a nivel internacional, entre los Estados, los diferentes tipos de organizaciones y grupos de poder considero que esta clase de fenómeno, como es el valorar al turismo para incrementar la economía nacional y así aumentar la calidad de vida de los mexicanos, son de gran importancia pues no hay que olvidar que el turismo planeado es una gran oportunidad para realizar negocios.

En este momento considero que para lograr que el turismo incremente y México se convierta en una de las potencia del la rama turística, debe incrementar el número de escuelas de capacitación especializada en turismo en diferentes niveles; operadores, técnicos y profesionales.

Además, que el desarrollo del turismo tradicional y alternativo forme parte de la agenda económica de los gobiernos estatales y municipales, como también fortalecer la promoción turística internacional de México como destino turístico.

Fuentes de información.

Acerenza Miguel Ángel, Administración del Turismo. Conceptualización y Organización, Trillas, México, 1984.

Aguilar Álvarez de Alba, Alfonso, Elementos de mercadotecnia, CECSA, México 1988

Cádenas Tabares Fabio. Comercialización del Turismo, Determinación y análisis de mercados, Trillas 1982.

Colaicovo Juan Luís, Técnicas de Negociaciones, Textos y aplicaciones prácticas en el campo internacional. Ed. Macchi, buenos aires 1994.

Contreras Espinosa F. Ecosistema costero Mexicano, UNAM y Conabio, Ediciones Técnicas Científicas, México DF. 1993

Elliott, James, Tourism politics and public sector management, Routledge, Londres. 1997

Hernández Díaz Edgar Alfonso, Planificación Turística. Un enfoque Metodológico, México, Trillas, 1982

Hernández Díaz Edgar Alfonso, Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación. México. Trillas.

Jiménez Martínez Alfonso, Turismo estructura y desarrollo, México trillas 1993.

Lodge C. George," Administrando la globalización en la era de la interdependencia", Panorama, 1996.

Leticia Navarro, Ministra de Turismo de México y Presidenta del Comité de estudios de mercado de la OMT, durante la conferencia de reactivación del turismo.

Libro Mar de cortes, un mundo nacido de las aguas, Fonatur 2005

Mazanec, J., Wober, K. y Zins, Andrea (2007). "Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?" in Journal of Travel Research, 46 (1):86-95.

Nora L. Bringas Rábago • Francisco Lara-Valencia • Djamel Toudert, Investigadores en el Departamento de Estudios Urbanos y Medio Ambiente y Coordinador de la Maestría en Administración Integral del Medio Ambiente (MAIA). El colegio de la Frontera

Oscar de la Torre Padilla, Turismo, fenómeno social, ed. Fondo de cultura económica. México 1984.

Organización Mundial del Turismo, Cuarta reunión del Comité para la Reactivación del Turismo, 2002.

Pérez Palomo Salvador, Turismo Justo, Documento Estratégico Versión I, Encuentro Internacional del Turismo Justo 2006

Ramírez Ávila Estela A. Turismo de Negocios, ED. Trillas, México 2006.

Ramírez Blanco Manuel, Teoría General del Turismo, Ed. Diana 1984.

Reyes Díaz Eduardo, El futuro del comercio Exterior Mexicano, bufete internacional consultores, México 2005.

Santiago Soler, Lesenfatnts Yvea, Vela Martiza, De Arteaga Federico, Cluster de Turismo Sostenible, resultados, lecciones, aprendidas y futuro MIF/FOMIN.

Sauran, A. (1978). "Economic determinants of tourism demand: a survey", in The Tourist Review, 3(1): 2-4.

Secretaria de Turismo, Glosario de turismo, Terminología, medidas y capacidades, México, 2002.

Torres Francisco, Transportación acuática en el turismo, Trillas 1995 México.

Torre Francisco, Introducción al Estudio del turismo, Ed. Continental s.a. de .cv. México 1989.

Revistas

Guadalupe Rico. Bancomext, Negocios Internacionales, Turismo Inmobiliario, El gran nicho de los retirados, noviembre 2006, número 176.

Revista, El PNUMA 2002.turismo sostenible.

Sergio E. González Rubiera. Revista ACTI CONSULTORES EN TURISMO, S. C. plan Tapachula, 2002 presentación.

Diehn Sonya Angelica, Revista Un Nuevo Mundo de Ideas y Análisis.2002

MESOGRAFIA

- <http://www.fonatur.gob.mx>. /Proyecto de la Esclarea Náutica en el Mar de Cortes S/A.
- <http://www.fonatur.gob.mx/indexpresa/html>. Boletines de información.
- [http://www.sectur.gob.mx/work/análisis/programanacional de turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/análisis/programanacional_de_turismo/pdf).
- <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/Pdf>.

- [http://www.Secretariadeeconomia.gob.mx/XXIX Reunión Ordinaria de la Conferencia Nacional de Gobernadores/Turismo como Palanca del Desarrallo Regional en México/html](http://www.Secretariadeeconomia.gob.mx/XXIX_Reunión_Ordinaria_de_la_Conferencia_Nacional_de_Gobernadores/Turismo_como_Palanca_del Desarrallo_Regional_en_México/html).
- [http://www.sectur.gob.mx/informe/ cuatrimestral 2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/cuatrimestral_2006/pdf).
- [http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis del turismo/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/análisis_del_turismo/pdf).
- [http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT 2001-2006/pdf](http://www.sectur.gob.mx/informe/PNT_2001-2006/pdf).
- http://www.vicentefox.org.mx./discurso/crecimiento_sustentable/html.
- [http://www.datatur.sectur.gob.mx/turismo de internación2000-2006/html](http://www.datatur.sectur.gob.mx/turismo_de_internación2000-2006/html)
- <http://www.unwto.org>, Organización Mundial del Turismo, OMT.
- <http://www.datur.gob.mx>