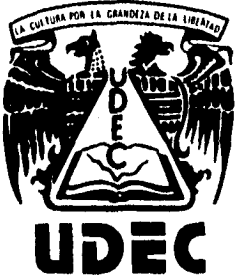


877102



UNIVERSIDAD EMILIO CARDENAS ²

²⁴

ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA U. N. A. M.
CLAVE 8771

UN CAMPO MAS EN EL QUEHACER
ADMINISTRATIVO: EL TURISMO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A :

LORENIA EUGENIA LOPEZ VARGAS

TLALNEPANTLA, EDO. DE MEX.

1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mis padres y hermana, Guillermo A.
López Barba, Lorenia E. Vargas Martínez
y Ericka M. López Vargas por su apoyo y
carifio durante toda mi vida.

A mi esposo, César R. Castro Villela,
por todo su apoyo, dedicación y amor
durante este tiempo.

INDICE

	Pág
A. INTRODUCCION	5
 <u>CAPITULO I</u>	
1. CONCEPTOS IMPORTANTES DEL TURISMO	8
1.1 El significado del turismo	8
1.2 El turismo y su clasificación	10
1.3 Planta turística	11
1.4 La oferta y la demanda en el turismo	11
1.5 Superestructura turística	12
1.6 Nacimiento del turismo	12
1.7 El desarrollo del turismo en México	14
 <u>CAPITULO II</u>	
2. CREACION DE UNA CIUDAD TURISTICA	17
2.1 Centro turístico integralmente planeado	17
2.2 Planeación de una ciudad turística	17
2.3 Factores que permiten que un lugar sea convertido en un centro turístico	18
2.4 El estudio de los proyectos turísticos	19

2.5 El plan maestro como una herramienta para la toma de decisiones en el campo turístico	20
2.5.1 Planes de financiamiento para el apoyo del turismo	20
2.6 Actividades básicas realizadas por el Gobierno Federal a través de diversas entidades	27
2.6.1 Objetivos del Gobierno en el sector turismo	31

CAPITULO III

3.1. EL TURISMO COMO UN APOYO NACIONAL	33
3.1.1 Producto interno bruto	33
3.1.2 Ingreso de divisas	35
3.1.3 Oferta del turismo	36
3.1.4 Demanda del turismo	37
3.1.4.1 Turismo interno	37
3.1.4.2 Turismo receptivo	39
3.1.4.3 Turismo egresivo	47
3.1.5 Generación de empleos	50
3.2. PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS	51
3.2.1 Cadenas hoteleras	51
3.2.2 Propiedades vacacionales	52
3.2.3 Centros de convenciones	53
3.2.4 Agencias de viajes	53
3.2.5 Marinas	53

3.2.6 Campos de Golf	54
3.3. PRINCIPALES CENTROS TURISTICOS EN EL PAIS INTEGRALMENTE PLANIFICADOS	58
3.3.1 Antecedentes	58
3.3.1.1 Bahías de Huatulco	60
3.3.1.2 Cancún	63
3.3.1.3 Ixtapa	66
3.3.1.4 Los Cabos	68
3.3.1.5 Loreto	70
3.3.2 Los megaproyectos	72
3.4. MEXICO EN EL MERCADO TURISTICO MUNDIAL	93
3.4.1 Competencia a nivel internacional	93
 <u>CAPITULO IV</u>	
4. PERSPECTIVAS EN EL CAMPO TURISTICO	96
4.1 La realidad y las necesidades del sector turismo	96
4.1.1. ANALISIS DEL MEGAPROYECTO DE SAN BUENAVENTURA	101
CONCLUSION	111
BIBLIOGRAFIA	113

INTRODUCCION:

El turismo es considerado como una importante actividad económica que unifica a demandantes y oferentes, constituidos los primeros por conjuntos de población pertenecientes a estratos de distinta condición económica, que de manera voluntaria o inducida se desplazan hacia los centros turísticos, por lo que atañe a los oferentes, éstos están compuestos por un grupo de empresas heterogéneas que de manera directa o indirecta ponen a disposición de los viajeros sus bienes y servicios, incluyendo aquí empresas de transportes, comerciales, de alojamiento turístico, restaurantes, centros nocturnos. El objetivo fundamental del presente trabajo dentro de este campo, es resaltar a través de los conocimientos administrativos adquiridos la importancia que tiene el Administrador para lograr el desarrollo, y la satisfactoria interrelación de todas estas empresas, por medio de la coordinación de actividades encaminadas a satisfacer una necesidad, ya que contando con la intervención de la Administración podemos hablar que se cuenta con una objetiva planeación así como la integración correcta de todos los elementos estableciendo sistemas de control que les ayuden a verificar que se llegue a los fines y metas trazadas, además de esto, un apropiado estilo de dirección puede asegurar el satisfactorio cumplimiento de los objetivos propuestos.

Partiendo de esta base se decidió llevar acabo el estudio de un megaproyecto considerando tanto el significado del turismo como sus diferentes facetas, exponiendo conceptos importantes del turismo y su clasificación; puntos de los cuales se hace mención en el primer capítulo.

Dando un seguimiento a este tema se expone en el capítulo dos como base del megaproyecto, la creación de una ciudad turística, dando a conocer los factores que permiten que un lugar sea convertido en un centro turístico.

En el capítulo tres, haciendo notar su importancia en el entorno económico, se expone el turismo como un apoyo para el desarrollo nacional, ya que conociendo la importancia del ingreso que por divisas se obtiene así como la oferta y demanda del turismo, hace de estos puntos elementos integrantes de este capítulo.

En el capítulo cuarto se hace notar la expansión del campo turístico en nuestro país, hablando de las perspectivas de éste, así como de las necesidades del sector, para con esto, lograr identificar la plena demanda de servicios que se requieren para así conceder una satisfacción total y el pleno desarrollo de este megaproyecto, el cual es analizado.

Sabido es, que para el estudio, el desarrollo y funcionamiento de un megaproyecto como éste, se deben de considerar todos los factores que implican al llevarlos acabo. Se deben contemplar aspectos internos y externos, factores políticos, económicos, sociales y culturales, por lo que la complejidad del proyecto se hace mayor, provocando con esto la insustituible aplicación de un proceso Administrativo que nos lleve a la identificación plena con los objetivos que se pretenden alcanzar, así como una verdadera relación entre los factores que intervienen y afectan en dicho proyecto.

Donde el Administrador juega un papel importante, ya que los conocimientos adquiridos le permiten llevar a cabo el proceso señalado con altas posibilidades de éxito.

Y por último se concluye sobre la importancia que tiene el Administrador no solo para este proyecto en específico, sino para cualesquier otro que requiera de la participación de disciplinas diferentes, igualmente se hace notar que puede intervenir como responsable en proyectos que sean de su total responsabilidad sin la intervención de otras disciplinas.

CAPITULO I

1. CONCEPTOS IMPORTANTES DEL TURISMO.

Para el entendimiento correcto del presente trabajo, es necesario el conocimiento de los siguientes conceptos básicos del turismo:

1.1 EL SIGNIFICADO DEL TURISMO.

El turismo es un conjunto de servicios que se ofrecen al turista, y que no necesariamente tienen que ser comprados o vendidos en el lugar donde se ofrecen.

Turista, es aquella persona que realiza un viaje y hace uso de determinada planta turística.

Planta turística, es un conjunto de satisfactores formado por los hoteles, restaurantes, centros recreativos, balnearios y diversos negocios enfocados al turismo; conocidos también como servicio turístico, el conjunto de instalaciones, la gente demandante, los oferentes y la planta dan lugar a la actividad turística.

Zona turística, es el lugar con la infraestructura suficiente en comunicaciones y transportes, además del equipo necesario para brindar de la mejor manera los servicios turísticos.

Area turística, es la parte en la que se puede dividir la zona turística, y por lo tanto al ser menor debe contar con los elementos mínimos para que se de el turismo.

Atractivo turístico, es el lugar que tiene diversas características para descansar y divertirse, que proporcionan el deseo de viajar y de abandonar por una temporada el lugar de residencia para ir a otro

Categoría turística, es la manera en que se clasifican los diversos centros turísticos.

Corredor turístico, es aquel que conecta varios destinos turísticos.

Centro turístico, es aquel lugar que cuenta con infraestructura urbana y turística, agencias de viajes, atractivos naturales, culturales e históricos, comercios, teléfonos, centros de información, sistema de transporte, casas de cambio, oficinas de correos, que mantengan constantemente una relación de 1 a 1 o de 1 a 7 entre la población residente y la turística, y que no necesite más de una hora y media en automóvil para ser recorrido.

Complejo turístico, lugar que necesita para ser visitado por lo menos tres días y cuya área de influencia puede ser cubierta en tres horas utilizando el transporte terrestre. Contiene más de una parte urbana y múltiples atractivos.

Mercado turístico, es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes de servicios turísticos, donde se vende y se compra el producto, y sus principales variantes son la competencia, los canales de comercialización, los precios, la oferta y la demanda.

1.2 EL TURISMO Y SU CLASIFICACION.

TURISMO RECEPTIVO.

Es el que se refiere a los viajes que realizan los extranjeros y los nacionales residentes en el extranjero, que visitan nuestro país.

TURISMO INTERNO.

También conocido como nacional, es el que se origina dentro del mismo país, con sus propios residentes, que realizan viajes con una duración mayor a un día.

TURISMO EGRESIVO.

Es el que se genera por los residentes de cualquier país, y que se desplazan para visitar otros lugares en el exterior.

TURISMO MASIVO.

Es el que hace referencia a la magnitud del flujo turístico.

TURISMO SELECTIVO.

Es el reservado a ciertos sectores sociales con ingresos elevados.

TURISMO POPULAR.

Se ubica en las cercanías de las ciudades importantes, se destina a sectores de la sociedad con un poder económico reducido.

TURISMO SOCIAL.

Es muy similar al popular con la diferencia de que el social es más vacacional, mientras de que el otro es más recreativo.

TURISMO SUBVENCIONADO.

Este es apoyado por la política turística federal y estatal para el beneficio de los sectores con ingresos menores.

1.3 PLANTA TURISTICA.

Son todos los elementos con que se cuenta para crear un servicio turístico.

1.4 LA OFERTA Y LA DEMANDA EN EL TURISMO.

La oferta son los servicios turísticos que se ofrecen en el mercado. Y se representa por los hoteles, discotecas, restaurantes, agencias de viajes, transportes aéreos, marítimos, terrestres, etcétera.

La demanda son los servicios turísticos requeridos por el mercado. Es representada por grupos de población pertenecientes a distintos niveles socioeconómicos que acuden a los diversos sitios turísticos.

1.5 SUPERESTRUCTURA TURISTICA.

Es la manera en la cual el sector privado y el público se organizan para lograr un equilibrio entre la creación de servicios y su venta.

1.6 NACIMIENTO DEL TURISMO.

El turismo nace cuando diversos grupos de personas tienen la necesidad o el gusto de viajar a lugares novedosos, o con algún interés cultural, sentimental, histórico o patrimonial.

A mediados del siglo XIX, solamente muy pocas personas contaban con los medios necesarios para poder viajar; y por otra parte las vías de comunicación no eran lo suficientemente buenas para realizar dichos viajes. En ese siglo las personas de un buen nivel socioeconómico ya consideraban a los viajes como un factor muy importante para la educación (1).

Con la creación del ferrocarril, el número de viajes se vio en aumento, se instalaron un considerable número de albergues y tanto los precios como el

(1) Cárdenas, Fabio. Comercialización del Turismo. Ed. Trillas. pp 10

tiempo de traslado de un lugar a otro disminuyeron notablemente. Pero aún con las ventajas anteriormente mencionadas, las únicas personas que podían realizar diversos viajes, eran las que tenían mejor posición, y por lo tanto los grandes grupos de la población eran prácticamente privados de los paseos turísticos.

A principios del siglo XX, fueron creados diversos factores de suma importancia, los cuales han ayudado al desarrollo del turismo masivo, como lo son: la gran promoción y la diversa propaganda turística, el incremento salarial de una gran parte de la población mundial, las leyes laborales que en varios países han concluido que el trabajador tiene derecho a un periodo vacacional con goce de sueldo, y el desarrollo de las vías de comunicación entre otros.

Antes de la segunda guerra mundial, varios países tenían condiciones adecuadas en sus economías; después del conflicto armado sufrieron escasez de recursos, y estancamiento, lo que propició que muchos gobernantes se preocuparan por la situación y empezaran a buscar diversas alternativas que contribuyeran al impulso de las actividades productivas, ayudando así a la economía. Y es cuando empieza a existir un flujo de turistas a nivel mundial, muy considerable.

El turismo comenzó a cobrar fuerza, diversos inversionistas se interesaban cada vez más por invertir, no solo por la situación que prevalecía en ese momento, sino porque esta actividad empezaba a ocupar un lugar privilegiado en comparación con otras.

A partir de la década de los cuarenta la gente que tenía las posibilidades de viajar, concibió al turismo como una necesidad a satisfacer periódicamente, y fue así que países con potencial turístico, empezaron a invertir en infraestructura para que el turismo pudiera ser cada vez más placentero.

Diversos países como España, Grecia, Francia, Israel, Italia, Estados Unidos entre otros, se han convertido en grandes receptores de turismo.

En los últimos años la afluencia turística en el mundo a ido en aumento, han cambiado sus destinos al crearse nuevos centros turísticos como los del Caribe, en donde México toma una gran importancia. Pero a pesar de su excelente localización frente al principal mercado del mundo (Estados Unidos de América) no tiene un buen nivel en las corrientes turísticas mundiales, ya que en los últimos 20 años ha tenido un promedio del 1.5%.

Pero en general, el turismo a nivel mundial ha tenido un gran aumento, permitiendo a los países tener un ingreso considerable de divisas, incentivar la inversión, crear empleos, distribuir mejor el ingreso, y apoyar a las actividades productivas para el incremento de la economía mundial.

1.7 EL DESARROLLO DEL TURISMO EN MEXICO

México ha contado con una balanza turística a partir de 1945, ya que el tipo de cambio ha influido para que los estadounidenses visiten los principales centros turísticos del país.

Por lo que respecta a este sector las autoridades del país han puesto especial atención.

En el gobierno de Manuel Avila Camacho se convocaba a la inversión turística con su política de peso contra peso, lo cual significaba que cada peso que se aportara a la iniciativa privada iba acompañado por uno del gobierno; esto para crear confianza en la inversión. En esta época lugares como el Caribe y Hawai estaban considerados como los más relevantes, lo que comprometía al país, a brindar apoyo a la actividad turística para ganar mercado.

Posteriormente el Presidente Miguel Alemán promovió el crecimiento en las vías de comunicación, y apoyo con diversos recursos al centro turístico más importante en esa época, Acapulco.

Con el Presidente Adolfo Ruiz Cortines, se trató de conservar y fomentar nuestras tradiciones y valores culturales, ya que se temía que estos fueran destruidos como estaba pasando en Cuba; y es que por este predecesor la política turística trató de mantener la autenticidad del pueblo mexicano.

Fue en este tiempo que lugares como Europa, el Caribe, Estados Unidos y Canadá tomaron mucha fuerza, mientras que México quedaba rezagado.

Al llegar a la Presidencia Gustavo Díaz Ordáz, alimentó la política turística, para ello le solicitó al Banco de México su colaboración realizando estudios, los cuales se realizaron entre 1968 y 1969. Teniendo como resultado lo siguiente: Cancún para dar presencia a México en el Caribe, a Ixtapa por el saturamiento en Acapulco, Los Cabos y Loreto para provocar poblar a Baja

California Sur que hasta 1974 se convirtió en un Estado más de la República Mexicana, Y por último Bahías de Huatulco como apoyo al detrimento económico del estado, transformándose en el proyecto más ambicioso diseñado por el gobierno mexicano.

Estos sitios fueron hechos con una alta tecnología de innovación. En 1973 se inauguró Cancún y en 1974 Ixtapa. En este año el departamento de turismo fue convertido en una Secretaría de Estado y se realizó la vinculación entre el Fondo de Infraestructura y Promoción Turística (INFRATUR) y el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR) para formar el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), fideicomiso dependiente de Nacional Financiera (NAFIN).

Al nacer otros centros turísticos de forma completamente espontánea como Puerto Vallarta, Zihuatanejo, Cozumel y Mazatlán, no cuentan en un principio con los recursos para satisfacer plenamente las necesidades del turista.

En la administración de Miguel De la Madrid Hurtado, los centros turísticos muestran grandes indicios de crecimiento.

Y en el presente con Ernesto Zedillo Ponce de Leon se procura avanzar en la política turística, fortaleciendo a la iniciativa privada, sin negar que no se ha llegado a un buen nivel, pero se busca crear más fondos y sociedades de inversión que apoyen al sector turismo.

CAPITULO II

2. CREACION DE UNA CIUDAD TURISTICA.

2.1 CENTRO TURISTICO INTEGRALMENTE PLANEADO.

Es aquel cuyo desarrollo ha sido evaluado anteriormente por etapas, y la forma en la cual va a llevarse a cabo está respaldada por un plan maestro.

2.2 PLANEACION DE UNA CIUDAD TURISTICA.

Después de la segunda guerra mundial la planeación económica y su actividad empezaron a cobrar importancia. Esta práctica económica se aplicaba ya en economías socialistas, pero sus resultados repercutieron en países con economía de mercado, como en México donde es tomado éste instrumento para apoyar el crecimiento económico ordenado, que ayuda a dar una mejor atención a la población de un país pobre en la satisfacción de sus necesidades elementales.

Es importante recordar que la planeación implica modificar la realidad para adecuarla a los objetivos y metas que se pretenden alcanzar.

2.3 FACTORES QUE PERMITEN QUE UN LUGAR SEA CONVERTIDO EN UN CENTRO TURISTICO.

Existen diversos factores como lo son: sociales, naturales, culturales, económicos, etcétera, que deben garantizar en el futuro, beneficios tanto directos como indirectos, que difícilmente llegarían a obtenerse realizando otro tipo de inversiones en la región.

Por lo regular las ciudades turísticas integralmente planeadas son ubicadas en sitios " que se caracterizaban por una situación económica, social, estacionaria, o de atraso y que se localizaban en puntos muy alejados de los principales centros urbanos, financieros, educativos y políticos del país, factores que a su vez determinaban la incomunicación y la pobreza " (2).

El diseño de los centros turísticos integralmente planeados tienen como fin principal la captación de ingresos ya sean estos en divisas o en moneda nacional, que proporcionan un beneficio tanto a la población residente en el lugar del desarrollo y su área de influencia, así como a los inversionistas que, tengan relación directa o indirecta con los servicios turísticos. Entre los principales motivos por los cuales fueron apoyados estos centros, se encuentran los mencionados por el Gobierno Federal en sus lineamientos generales de política turística, los cuales tienen como meta contribuir al desarrollo nacional y regional, distribuir el ingreso, y generar empleos.

(2) García Villa, Adolfo. Planificación y evaluación del turismo. Ed. Limusa 1984 Pág. 20

2.4 EL ESTUDIO DE LOS PROYECTOS TURISTICOS

Dentro de la planeación turística se encuentra como un punto de suma importancia la evaluación de los proyectos turísticos. Por medio de ésta se sabe si un proyecto es rentable o no, esto es cuando producen recursos económicos que superan a los costos.

Para esto se realiza una evaluación, un análisis de costos-beneficios donde se necesita saber y cuantificar las fuentes de ingreso y los niveles de egreso. El preparar la evaluación lleva consigo una selección de alternativas de inversión, se realizan estudios sobre la situación futura del proyecto, su vida útil, se presentan presupuestos de ingresos y egresos, se actualizan los beneficios y se calcula la tasa interna de retorno, el valor presente neto y la relación costo-beneficio. Después de haber realizado los pasos anteriormente mencionados se selecciona el proyecto que permita obtener los mayores rendimientos sobre la inversión inicial. (3)

Para que el proyecto que se piensa poner en marcha sea satisfactorio es necesario conocer el mercado, la oferta y la demanda, la competencia los precios y la comercialización del área turística en estudio.

(3) *Ibidem*, pág 18

2.5 EL PLAN MAESTRO COMO UNA HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL CAMPO TURISTICO.

Nuestro país es innovador en este tipo de políticas turísticas. El plan maestro viene a ser el plan detallado de lo que se pretende realizar, es aquí en donde se determinan las características de ubicación de las áreas urbanas, rurales, comerciales, hoteleras, residenciales, de edificios públicos, recreativas, de aeropuertos, de marina y de reservas ecológicas. También se definen las proyecciones de la ciudad turística en cuanto al número de cuartos, hoteles, niveles de ocupación, de gasto, vuelos y frecuencias, establece la calidad de las construcciones y las características arquitectónicas, incluye las necesidades de infraestructura y equipamientos necesarios, y estudios sobre la procedencia y asignación de la inversión. En general las metas principales del plan maestro es analizar los objetivos de los proyectos, estudiar el medio físico, la infraestructura, llevar a cabo un análisis socioeconómico, legal y establecer las estrategias a seguir, informar las perspectivas financieras y ofrecer una evaluación confiable. Esto es el reconocimiento minucioso de la región donde se desea invertir y de sus perspectivas en el orden económico, social y ecológico.

2.5.1 PLANES DE FINANCIAMIENTO PARA EL APOYO DEL TURISMO.

Los planes de financiamiento contienen la semblanza de las fuentes de crédito tanto nacionales como extranjeros, los puntos referentes a la contratación de

las mismas como lo son: la entidad que se va a hacer cargo de las obligaciones mismas del proyecto, monto, garantía, el plazo y sus amortizaciones, el lugar de pago, las tasas de interés, el tipo de cambio y la moneda con que se obtendrá al préstamo.

Cada uno de los proyectos turísticos, en lo que a su aspecto financiero se refieren, se analizan por medio de instrumentos contables como lo son: el balance general, que pretende mostrar la situación financiera en la que se encuentra el proyecto de inversión, el cual se conforma de la suma total de los activos a corto y largo plazo con los que se contará así como de las deudas y las obligaciones que se asumirán y las aportaciones que lleguen a tener los socios; el estado de resultados, nos hace ver en que forma se obtendrá la utilidad y los costos por generar también el nivel de ventas que se tenga previsto, y por último el estado de pérdidas y ganancias, el cual muestra los movimientos financieros del proyecto en cuanto a entradas y salidas del dinero.

El análisis financiero nos va a ayudar, entre otras cosas, a conocer el nivel de liquidez que tiene el proyecto, su capacidad para hacerle frente a las obligaciones en largo y corto plazo, su capital de trabajo, rentabilidad, el tiempo en que deberá recibir ingresos de aquellos a los que les ofreció su servicio, los días que necesitará por parte de sus proveedores antes de que les pueda pagar.

En México, el Gobierno de la República participa proporcionando una serie de alternativas de inversión financieras atractivas, para que así la actividad

turística se desarrolle al máximo, dando impulso a las regiones que cuentan con los elementos necesarios para convertirse en un centro turístico.

Entre los métodos de análisis para la evaluación de proyectos turísticos se encuentran los siguientes:

El valor presente neto (VPN).

Es la diferencia entre los ingresos netos actuales y las inversiones actualizadas durante el periodo de vida del proyecto. Cuando el valor presente neto es positivo indica que la rentabilidad de la inversión está sobre la tasa de rechazo, esto es que si el valor presente neto es igual o mayor que cero el proyecto se puede considerar aceptable, pero sería un rechazo si ocurriera un caso contrario. Sin embargo éste es solamente un indicador de las corrientes de liquidez positivas o de las utilidades netas del proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR).

Es la tasa en la que el valor actual de ingresos efectivo es igual al valor actual de las salidas de efectivo, o bien, la tasa en la que el valor actual es cero. Puede llegarse a la tasa interna de retorno mediante aproximaciones subsecuentes buscando el valor presente neto positivo o negativo y mientras más cerca se encuentre del cero existirá mayor precisión y por lo tanto será más sencillo integrar la tasa interna de retorno.

Por medio de ésta se pueden determinar las condiciones de financiamiento mediante los préstamos, ya que indica la tasa de interés máxima que podría pagarse sin que hubiera pérdidas en el proyecto. Un inversionista podría arriesgar sus recursos si la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de rechazo, que al mismo tiempo es la mínima tasa aceptable para el capital invertido.

Periodo de recuperación.

Es el tiempo en que se recupera la inversión inicial tomando en cuenta los flujos de ingresos actuales obtenidos por el proyecto.

La evaluación económica es considerada como un requisito indispensable para la planeación monetaria, ya que pretende maximizar el bienestar de la población.

El cálculo de la evaluación económica involucra múltiples problemas técnicos pero representa un medio adecuado para valorar los efectos de las inversiones sobre las aspiraciones nacionales del desarrollo, sean éstas de crecimiento económico, disminución del desempleo, diversificación de las actividades productivas, elevación de los niveles de vida, etcétera.

La evaluación económica de un proyecto turístico incluye dos aspectos importantes:

Análisis de costo-beneficio.

Este método al ser muy efectivo ha sido utilizado por bancos internacionales y regionales de desarrollo, como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Cuando alguna institución financiera desea maximizar el uso de sus recursos prestados, busca asegurar que el proyecto por desarrollar se lleve a cabo cumpliendo atinadamente con los criterios económicos, financieros, técnicos, sociales y físicos. El análisis costo-beneficio valora los beneficios económicos y los costos sociales de un proyecto de inversión, y los reduce a un denominador común. Hay que tener presente que existe una gran diferencia entre el análisis de costo-beneficio y los métodos que evalúan la situación financiera de las inversiones. Los costos y beneficios sociales se miden por los precios de cuenta y sombra, mientras que los costos y beneficios financieros se cuantifican por los precios del mercado. Habrá costos sociales cuando los recursos con los que se cuente tengan que ser apartados de otra actividad para ser utilizados en el proyecto, así es que el análisis en cuestión se dirige a revisar todos los aspectos que contribuyen al mejoramiento de las condiciones sociales de una comunidad y considera la proyección de los estados financieros para identificar costos y beneficios que serán objeto de cuantificación aunque previamente deban realizarse ciertos ajustes, considerando criterios para revalorar algunos insumos y productos cuyos precios de mercado son distintos a los de la sombra, así que para realizar ajustes a los estados financieros implica analizar los siguientes aspectos:

- Los pagos de transferencia, tendrán un costo social siempre y cuando los recursos de que se haga uso provengan del exterior o si tienen origen nacional y se dirigen a entidades del exterior.

- Imprevistos, las situaciones no esperadas y cuya posible ocurrencia puedan modificar el desarrollo del proyecto tendrán un costo social solamente que den lugar al desvío de recursos de otros usos posibles.

- Externas, estas pueden ser positivas o negativas, las primeras pueden ser la construcción de infraestructura, urbanización y equipamiento que indudablemente jugarán un papel relevante en el desarrollo del proyecto, las segundas tienen que ver con la contaminación del medio ambiente, y el deterioro del ecosistema. La medición de los factores externos sobre dichos proyectos resulta ser complicado pero ésta debe llevarse a cabo aunque sea de manera cualitativa.

- Efectos multiplicadores, una de las razones por las que se considera a la inversión como altamente rentable en términos sociales, es porque da lugar a una gran variedad de efectos multiplicadores, como lo son la generación de empleos directos e indirectos, o la integración de regiones que permanecían alejadas del proceso de desarrollo nacional y que pueden favorecer la distribución del ingreso, otro multiplicador de la actividad turística es la captación de divisas que favorecen al país para adquirir los productos que tienen que importarse.

Los precios de cuenta o sombra involucran la revalorización de algunos insumos y productos del proyecto y cuyos precios son distintos a los del mercado. Los precios de cuenta o de sombra se obtienen a través de la interacción de los objetivos de la política y la disposición de recursos como lo son, el capital, la mano de obra, divisas o recursos naturales; si uno de los elementos anteriores es escaso o tiene mucha competencia su precio de cuenta será mayor. Esto sucede con frecuencia en países en vías de desarrollo ya que los precios de cuenta son diferentes a los del mercado, y esto provoca que las diferencias sean más marcadas en el campo del capital y de la mano de obra.

El realizar una evaluación económica no es nada sencillo de llevar a cabo, ya que es un trabajo que requiere de una información elaborada y proporcionada por un equipo interdisciplinario de investigadores, dar valores de cuenta a distintos conceptos resulta ser un actividad de mucha creatividad.

Para poder aplicar en cualquier ramo el análisis económico de los proyectos es aconsejable apoyarse en un documento sobre precios de cuenta realizado por la Comisión Nacional Financiera y el Banco Interamericano de Desarrollo, el cual contiene tablas de factores que multiplicados por los precios de mercado provocan que éstos se conviertan en precios de cuenta, no obstante cada trabajo de ese estilo requiere de un alto grado de creatividad para quien lo piensa realizar.

Es por esto que el trabajo de la evaluación económica de proyectos es un instrumento muy valioso que abre las expectativas a quienes además de valorar las utilidades financieras de sus inversiones se interesan por brindar beneficios sociales al país.

2.6 ACTIVIDADES BASICAS REALIZADAS POR EL GOBIERNO FEDERAL A TRAVES DE DIVERSAS ENTIDADES.

Los objetivos y metas planteados para el desarrollo de nuevos centros turísticos y el apoyo a los ya existentes, requieren de la participación y coordinación de los diferentes agentes involucrados en ellos como lo son los gobiernos en los niveles federal, estatal y municipal, las acciones conjuntas de los tres niveles han garantizado las ventajas que se derivan a la población residente en sitios turísticos, a los visitantes y a los inversionistas. A continuación se hace mención de las Secretarías de Estado, sus organismos y actividades vinculadas con los desarrollos turísticos del país:

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

ORGANISMOS: Teléfonos de México, Ferrocarriles Nacionales de México.

ACTIVIDADES: -Transporte federal,
 -Rectificación de carretera,
 -Central y red telefónica,
 -Aprobación de obras marítimas,
 -Construcción de aeropuertos,
 -Correos y telégrafos.

SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL.

ACTIVIDADES: -Capacitación cooperativa y sindicatos.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

- ORGANISMOS:** Conalep, Inah.
- ACTIVIDADES:**
- Construcción de escuelas,
 - Museos,
 - Centros de cultura,
 - Rescate arqueológico,
 - Capacitación técnica.

SECRETARIA DE GOBERNACION.

- ACTIVIDADES:** -Registro de población y turismo receptivo.

SECRETARIA DE ENERGIA, MINAS E INDUSTRIA PARAESTATAL.

- ORGANISMOS:** Petróleos Mexicanos, Comisión Federal de Electricidad.
- ACTIVIDADES:** -Suministro de energía eléctrica y combustibles.

SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL.

- ORGANISMOS:** Fonhapo, Fovi, Infonavit.
- ACTIVIDADES:**
- Control del desarrollo urbano,
 - Impacto ambiental,
 - Construcción de vivienda.

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.

- ORGANISMOS:** Conasupo.
- ACTIVIDADES:**
- Abasto y almacenes,
 - Conasuper,
 - Diconsa.

SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL Y MARINA.

- ACTIVIDADES:** -Vigilancia y seguridad.

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO.

- ORGANISMOS:** La Banca, Nafin.
- ACTIVIDADES:**
- Apoyo a la industria,
 - Créditos urbanizados,
 - Cobro de derechos,
 - Control de vehículos,
 - Aprobación de fondos de inversión.

SECRETARIA DE TURISMO.

- ORGANISMO:** Fonatur.
- ACTIVIDADES:**
- Inversión hotelera,
 - Financiamiento,
 - Capacitación turística,
 - Promoción y fomento,

- Tarifas de servicios turísticos,
- Normatividad de proyectos,
- Operación de sistemas,
- Ejecución de obras de infraestructura,
- Elaboración del plan maestro,
- Regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.
- Dirección sectorial del proyecto.

SECRETARIA DE SALUD.

ORGANISMOS: Instituto Mexicano del Seguro Social.

- ACTIVIDADES:**
- Construcción de hospitales,
 - Campañas de prevención,
 - Centros de convivencia.

SECRETARIA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS.

- ACTIVIDADES:**
- Estudios acuíferos,
 - Apoyo a la producción agrícola,
 - Proyecto zona,
 - Capacitación en huertos,
 - Campañas forestales,
 - Introducción de agua potable,
 - Producción agrícola,
 - Riego,

- Agricultura,
- Estudios y diseños hidráulicos.

GOBIERNO ESTATAL Y MUNICIPAL.

- ACTIVIDADES:**
- Desarrollo urbano,
 - Licencias y permisos,
 - Recolección de basura y panteones,
 - Seguridad pública y servicios,
 - Transporte urbano,
 - Aprobación de planes,
 - Construcción, equipamiento y vivienda.

2.6.1 OBJETIVOS DEL GOBIERNO EN EL SECTOR TURISMO.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo (1989-1994) se establecen los lineamientos y principios elementales para lograr la modernización del turismo, en primer lugar hace un reconocimiento de que aun falta mucho por hacer dentro de la actividad turística, ya que el potencial con que se cuenta es vasto, y debe aprovecharse en plenitud; por otra parte brinda apoyo a la promoción del turismo cultural y social, también pretende crear fondos estatales y sociedades de inversión para impulsar y desarrollar la oferta turística, haciendo uso de aportaciones por parte de todos los niveles de gobierno, de la iniciativa

privada y del sector social, tomando como base de apoyo al Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).(4)

(4) Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994

CAPITULO III

3.1. EL TURISMO COMO UN APOYO NACIONAL

3.1.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO

La economía ha presentado saldos muy variados en cuanto a su crecimiento, en términos generales el Producto Interno Bruto no ha seguido una tendencia estable durante las décadas anteriores a 1990, no obstante en la mayoría de los años las tasas de crecimiento han sido positivas, y en otros que se consideran claves, como 1972-1973, 1978-1981 que coinciden fundamentalmente con incrementos en los precios internacionales del petróleo, los resultados fueron muy alentadores. La petrolización económica y la caída de los precios de los hidrocarburos trajo consigo para los años de 1982 en adelante consecuencias verdaderamente críticas para vastos sectores de la economía, no solamente hizo que la situación financiera nacional se volviera insostenible, sino que además afloraron con gran vigor resabios y problemas estructurales.

El Producto Interno Bruto de 1970-1979 creció a una tasa promedio anual de 6.7%, mientras que de 1980- 1989 fue de 1.24% anual en promedio. Ahora bien, de 1970 a 1979 la economía creció en un 74% y de 1980 a 1989 reportó un incremento real de 11.76%, por lo que a 1992 su incremento fue de N\$5,607.48, existiendo una variación entre 1991 y 1992 del 2.6%. Estos datos corroboran que la economía ha padecido una importante contracción en su

crecimiento a partir de los ochenta y en especial desde 1982, ya que durante el sexenio que inicia ese año el PIB aumentó en 0%.

La actividad turística sufrió también un retroceso debido en gran parte a la situación desfavorable de la economía nacional desde 1982. Si se toma en cuenta que arriba del 85% del producto turístico que se genera en el país es consumido por los mismos mexicanos, se puede deducir con claridad que la pérdida del poder adquisitivo derivado de la crisis económica impidió que los turistas se incrementaran.

Así mismo, la actividad turística se vio limitada por las campañas de desprestigio que se suscitaron a raíz de los terremotos de 1985, que afectaron la infraestructura de algunos centros turísticos como Ixtapa Zihuatanejo que en realidad no pudieron ser considerados como críticos al menos en esa área. No obstante, el Distrito Federal, es el centro de captación más conocido en el país y el que cuenta con la mayor oferta hotelera, como también es uno de los sitios más demandados por el turismo nacional y fue aquí donde los sismos golpearon más fuerte, lo cual creó pánico en los visitantes.

Otro fenómeno que afectó al turismo fue el Huracán Gilberto en 1988 que causó daños en Cancún, Quintana Roo, claro que los efectos adversos fueron mucho menores que los padecidos en 1985.

Cabe destacar que en el año del huracán la actividad turística mostró un crecimiento del 1.1% respecto al año anterior.

3.1.2 INGRESO DE DIVISAS

Desde hace 20 años (1970-1990), la balanza turística ha sido superavitaria registrando en ese lapso una tasa de crecimiento en su saldo del 10.9% anual, así se tiene que por la partida de sus ingresos la tasa ha sido del 10.6% y en la de egresos del 10.2%.

La captación de divisas resulta de la mayor importancia para la economía del país, en la medida que se requiere de esos recursos para financiar las importaciones que son indispensables para el desarrollo, así mismo muchos recursos deben ser empleados para cumplir con los recursos de endeudamiento externo cuyo monto se ubica por arriba de los 79889 millones de dólares (marzo del 90) (5).

A pesar de los acuerdos de reducción de deuda lograda por el gobierno federal con los acreedores externos con las transferencias de recursos continúan significando montos relevantes que se van al exterior y que en el año de 1990 correspondieron al 2% del producto interno bruto, de allí el imperativo de fomentar la actividad turística y de promover en forma agresiva el turismo receptivo de internación. Por lo que correspondió a 1989, el saldo de la balanza de turismo registró un superávit de 1015 millones de dólares (6), para los meses de enero a septiembre lo que indica

un incremento del 8.4% en el turismo receptivo de internación, mientras la cuenta a la que pertenece el turismo, registró un déficit de 3815 millones de dólares.

(5) Banamex. Examen de la situación económica de México. mensual, febrero 1990 volumen LXVI/771 pp 76-77

(6) Mercado de valores #6 1990 p.13

La actividad turística ostenta una posición privilegiada en el país por su capacidad para atraer las divisas que se requieren y llevar a cabo las transacciones económicas con el exterior.

Por lo tanto es importante hacer un reconocimiento acerca de la participación que tiene el turismo en la balanza de cuenta corriente, la cual está formada por las importaciones, exportaciones y los servicios que se mueven y realizan entre los mexicanos e individuos residentes en el país con los habitantes de fuera sean estos extranjeros o coterráneos.

Del año de 1970 a 1976, la participación del turismo en los ingresos de la cuenta corriente se mantuvo cercana a un 12% cada año, de 1977 hasta la actualidad ese porcentaje se ubica aproximadamente en 7%.

Por el lado de los ingresos de 1970 hasta nuestros días su participación fue del 3.3%.

Destaca el turismo entonces por ser una actividad económica que obtiene más recursos de los que aporta hacia el exterior. Por turismo se han obtenido más recursos que por concepto de transacciones fronterizas desde 1979, inclusive éstas presentan saldos negativos desde 1982.

3.1.3 OFERTA DEL TURISMO

En el año de 1992 de acuerdo a datos proporcionados por SECTUR la oferta hotelera alcanzó los 355,189 cuartos que se encuentran distribuidos en 7600 establecimientos.

Los establecimientos de hospedaje y cuartos se jerarquizan y se les denomina de acuerdo a su categoría, así que la de mayor calidad y prestigio que ofrece es

la llamada clase especial, le sigue el gran turismo, el de categoría de 5 estrellas y hasta una estrella, posteriormente se encuentran los de clase económica, y sin categoría.

La oferta es mayor en los establecimientos de categoría de dos estrellas, de clase económica y sin categoría. El correspondiente a la clase especial y de gran turismo suman 2.17% del total de los cuartos de hotel del país y los establecimientos con dos o una estrellas, clase económica y sin categoría constituyen el 59.03% del total de la oferta de cuartos a nivel nacional.

3.1.4 DEMANDA DEL TURISMO

La actividad turística en México ha mostrado desde hace muchos años una tendencia favorable, salvo en los últimos de la década de los ochenta debido a la crisis económica sufrida desde 1982, a los terremotos que perjudicaron bienes inmuebles turísticos y al Huracán Gilberto en 1988. De cualquier forma el turismo receptivo como el doméstico ofrecen tendencias, afortunadamente satisfactorias.

3.1.4.1 TURISMO INTERNO

Tanto el turismo interno como el receptivo cuentan con una oferta hotelera relevante en todo el territorio nacional lo que le permite a ambos una expansión en el futuro.

Arriba del 85% del turismo total está cubierto por el generado en el interior del país, mientras que el correspondiente al receptivo su participación es aproximadamente del 15%.

El volumen de flujo turístico interno permite a los inversionistas tener confianza en una demanda y mercado potencial constante pero también muestra que es indispensable impulsar campañas mucho más agresivas de propaganda y publicidad para hacer crecer al turismo internacional.

Las entidades federativas con mayor captación turística han sido durante los últimos años Jalisco, Distrito Federal, Veracruz y Baja California, cuyos atractivos turísticos satisfacen cerca del 35% del total de la demanda generada al interior del país.

De 1987 a 1988 el flujo interno de turistas registró un incremento del 1% debido posiblemente a los controles ejercidos contra la inflación a través de la política económica del gobierno que detiene en alguna medida la caída del poder adquisitivo de los turistas.

Según SECTUR, se dice que ha sido posible el incremento del flujo de turistas debido a que los paseantes con ingresos menores han optado por visitar destinos turísticos al interior del país sustituyendo a los de playa y dirigiéndose a los llamados coloniales cuya afluencia turística es en mayor medida terrestre, la permanencia en esos sitios es corta y la densidad en cada cuarto es elevada, por otro lado se ha dado una mayor demanda de hoteles considerados de categorías que ofrecen menores precios.

Ahora bien se consideran ciudades coloniales a Guanajuato, Morelia, Mérida, Querétaro, Zacatecas, Puebla, entre otras.

La mayoría de turistas de origen nacional suelen visitar los centros turísticos del interior entre los que se cuentan las ciudades coloniales, en segundo lugar la preferencia se ubica en los grandes centros urbanos y en tercer sitio las áreas turísticas de playa.

Resulta altamente significativo considerar que cerca del 2% de los turistas nacionales toman como destino final integralmente planeados como Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Bahías de Huatulco.

En la actualidad las estadísticas se encuentran así:

Turismo interno	Unidad de medida	Variación 92/93	
Visitante interno	Miles de personas	38,200	2.0

3.1.4.2 TURISMO RECEPTIVO

La evolución del turismo receptivo ha tenido una trayectoria optimista ya que desde 1970 hasta nuestros días ha crecido en un 150% aproximadamente, con un incremento anual promedio del 5.3%, de 1988 a 1989 aumento un 8.4%.

En 1988 5,692,000 personas residentes en el exterior visitaron el país. La parte más relevante del turismo de internación arribó al país por vía aérea, dicho flujo ha tenido una participación destacada dentro del total, la cual ha variado de 38.9% en 1970 a 64.4% en 1988. Durante ese año llegaron al país por avión 3,667,000 personas; por otra parte la tasa de crecimiento anual fue del 18.3% y el 2.2% para visitantes que usan la vía terrestre.

En 1992 visitaron a nuestro país cerca de 6,352 provenientes de turistas.

De todos ellos el 57% llegó por vía aérea.

Como los turistas provenientes de los Estados Unidos son los que mayor peso tienen dentro del total del turismo receptivo conviene indicar en que Estados se genera la afluencia; de este modo se encuentra que la entidad con más fuerza es Texas, seguido por California, Arizona, Florida, Illinois y Nueva York; les siguen New Jersey, Nuevo México, Pensylvania, Ohio, Michigan y Lousiana, existen otros Estados pero éstos son los más importantes.

Por puerto de entrada se entiende el lugar por donde tocan territorio nacional los visitantes provenientes del exterior. Por este concepto se tiene que el mayor volumen de turistas llega al país como se había mencionado, por avión y esto ocurre desde 1980. Por otra parte los centros de mayor captación turística considerados como puerto de entrada son por orden de importancia el Distrito Federal, Puerto Vallarta, Acapulco, Nuevo Laredo, Nogales, Sonora, y Mazatlán.

El crecimiento anual de la afluencia de dólares desde 1970 hasta los días actuales se considera como del 10.6%.

De las personas que vienen a México, cerca del 80% lo hace de placer según SECTUR, tenemos entonces que los visitantes en primer lugar viajan por descanso, en segundo lugar para visitar a sus familiares y en tercer lugar para realizar negocios.

Las personas que viajaron con el propósito de llevar a cabo negocios sumaron cerca del 6% del total del turismo captado.

El turismo receptivo puede ser dividido en: nacionales y extranjeros residentes en el exterior, los segundos constituyen el 80% del total de esa tendencia desde 1980.

De acuerdo al Banco de México, por una encuesta anual del turismo receptivo señala que desde 1984 hasta 1988, y hasta nuestros días la mayoría de los visitantes procedentes del exterior obtienen ingresos superiores a 40,000 dólares anuales y el 90% de ellos son extranjeros, en segundo lugar, están los visitantes que perciben una remuneración de hasta 30,000 dólares y le siguen los que ganan hasta 150,000 dólares donde más de la mitad correspondió al extranjero.

LUGAR DE PROCEDEN CIA	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1993+
USA	5,320	-0.5	2,985	1.9
Canadá	276	6.2	199	2.1
Europa	361	10.1	386	17.3
América Latina	362	-9.0	269	-5.6
Otros	33	-17.5	29	-38.3
TOTAL	6,352	-10.7	3,868	-22.6

FUENTE: Encuesta del Banco de México.

A continuación se muestran las estadísticas hasta 1992 en cuanto a turismo receptivo se refiere.

Cuadro 3.1 Vía de transporte

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1991
Vía aérea	4,683	4.0	3,274	2.5
Vía terrestre	1,669	-10.7	594	0.7
TOTAL	6,352	-0.3	3,868	2.2

FUENTE: Encuesta del Banco de México

Cuadro 3.2 Motivo del viaje

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1991
Placer	4,517	1.4	2,863	0.4
Negocios	377	16.4	288	42.7
Estudios	40	-7.0	49	-1.0
Tránsito	57	-27.8	8	-29.2
Visitas familiares	1,193	-1.8	580	12.2
Visitas amistades	136	-3.5	62	-3.6
Otros	32	-72.4	18	-79.6
TOTAL	6,352	-0.3	3,868	2.2

FUENTE: Encuesta del Banco de México

Cuadro 3.3 Nacionalidad

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1991
Extranjeros	4,759	-3.3	3,004	2-2.8
Nacionales residentes en el exterior	1,593	9.9	823	26.3
TOTAL	6,352	-0.2	3,868	2.2

FUENTE: Encuesta del Banco de México

Cuadro 3.4 Turistas procedentes de Estados Unidos

	NO. EN MILLONES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1991
Arizona	251	-11.9	81	3.3
California	1818	13.7	1095	26.9
Florida	252	-21.7	144	-32.5
Illinois	318	14.8	211	16.5
Lousiana	73	-24.7	37	-41.0
Michigan	88	27.5	60	28.4
New Yersy	76	58.3	49	45.3
New México	57	-25.0	25	-6.0
New York	272	25.9	189	24.2
Ohio	57	18.8	30	6.5
Pensylvania	67	71.8	40	45.2
Texas	850	-28.3	353	-36.3
Otros	1141	5.2	673	1.6
TOTAL	5,320	-0.5	2,985	1.9

FUENTE: Encuesta del Banco de México

3.1.4.3 TURISMO EGRESIVO

El turismo egresivo hace alusión a los viajes que realizan los residentes en nuestro país hacia el exterior.

Durante los años recientes el turismo con carácter de egresivo ha presentado un crecimiento importante medido en un 16%. Según la Secretaría de Turismo, en 1988 llegó a representar una salida de 3,351,200 personas y en 1989 3,862,900 lo que para 1992 se convertiría en 6,352,000 personas. De 1970 hasta 1989 la tasa media actual de crecimiento se ubica en un 6.5% en ese aspecto, así mismo los individuos que llevan acabo esta actividad utilizan en gran medida las vías terrestres. El mayor volumen de turismo egresivo se dirige hacia los Estados Unidos, un segundo grupo de turistas se va a Europa y en menor medida visitan América Latina y otros lugares del mundo. Durante las dos décadas anteriores a 1990 el gasto medio generado por el turismo agresivo creció a una tasa anual promedio del 4.8%, este gasto se ubicó en 1989, en 399.9 dólares por persona y medio en forma diaria este fue de 57.1 dólares.

Los turistas que se dirigen al exterior permanecen fuera de México entre 6 y 8 días aproximadamente.

Cerca del 80% del gasto total del turismo agresivo se va hacia los Estados Unidos y el segundo monto importante se dirige a Europa.

Los motivos para que alguien decida visitar un lugar en el exterior son en orden de importancia conforme la experiencia de los años ochenta: fueron por placer, negocios, visita familiares, compras y por estudios.

A continuación se muestran las estadísticas respectivas de 1992 en cuanto a turismo agresivo se refiere.

Cuadro 3.5 Motivo del viaje.

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACIÓN 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DÓLARES 1992	VARIACIÓN 1992 / 1991
Placer	1,714	12.0	1,012	8.5
Negocios	222	-13.3	164	-20.6
Estudios	31	40.9	43	13.5
Visitas familiares	2,053	31.5	571	73.1
Visita amistades	141	-19.0	63	2.3
Atención médica	95	-22.8	58	-26.0
Compras	359	-21.8	116	-38.2
Otros	63	31.3	54	18.9
TOTAL	4,678	12.1	2,079	10.7

FUENTE: Encuesta del Banco de México

Cuadro 3.6 Principal destino del viaje

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACIÓN 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACIÓN 1992 / 1991
USA	4,324	11.8	1,668	10.8
Canadá	18	12.5	17	6.3
Europa	192	14.3	274	11.8
América Cen.	72	20.0	46	12.2
América Sur	31	14.8	28	7.7
Asia	13	18.2	18	5.9
Otros	28	12.0	28	0.0
TOTAL	4,678	12.1	2,079	10.7

FUENTE: Encuesta del Banco de México

Cuadro 3.7 Vía de transporte.

	NO. EN MILES DE PERSONAS 1992	VARIACION 1992 / 1991	GASTO EN MILLONES DE DOLARES 1992	VARIACION 1992 / 1991
Vía aérea	1,389	13.9	2,079	4.4
Vía terrestre	3,289	11.4	1,150	19.5
TOTAL	4,678	12.1	930	10.7

FUENTE: Encuesta del Banco de México

3.1.5 GENERACION DE EMPLEOS

La Secretaría de Turismo afirma que desde 1970 hasta nuestros días por cada empleo directo generado en la actividad turística se crean otros 2.5 indirectos, cuestión que convierte al turismo en un sector muy importante en la economía del país tomando en cuenta los graves problemas del desempleo que sufre la población económicamente activa.

Tradicionalmente, del total del personal ocupado a nivel nacional, al rededor del 8% ha correspondido a la actividad turística.

Durante 1992 al rededor de 2,000,000 eran empleadas gracias al turismo, de las cuales 572,000 se dedicaban a realizar actividades directas y las restantes estaban trabajando en labores indirectas o colaterales de apoyo al sector. De 1970 a 1992 los empleos generados por el turismo han ofrecido resultados muy favorables ya que su incremento se calcula que fue del 113.5% y con tendencia alcista.

Similar crecimiento se presentó para el caso de los empleos directos e indirectos. Estos porcentajes se vuelven más interesantes, si tomamos en cuenta que de 1970 hasta 1986 la población ocupada a nivel nacional creció, en 67.8% y el turismo durante el mismo lapso hizo que sus empleos se incrementaran en un 109.8% aproximadamente.

3.2 PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS

3.2.1 CADENAS HOTELERAS

Durante 1989 en México existían alrededor de 4,552 hoteles. Entre las cadenas hoteleras más relevantes de México durante 1989 se encontraban Best-Wester con un total de 29 establecimientos, seguida en orden de importancia por la Holiday Inn, Fiesta Americana, Misión, Camino Real y Club Mediterrane. La cadena con mayor capacidad de la oferta de cuartos es la Holiday Inn que

cuenta con más de 5,145 habitaciones y de acuerdo a las estadísticas básicas de la actividad turística le suceden la cadena Fiesta Americana con 4,668 cuartos y el Camino Real con 3,450.

3.2.2 PROPIEDADES VACACIONALES

El turista quiere en ocasiones tener un lugar fijo de visita regular y aminorar gastos en su descanso o por el deseo de invertir adquiere propiedades para uso vacacional.

A nivel internacional y durante la década anterior a 1990 las adquisiciones o propiedades vacacionales se incrementaron en un 15.85% aproximadamente y en México crecieron en un 15.3%.

El origen de los compradores es mayoritariamente mexicano, no obstante la participación de extranjeros en este aspecto asciende a un 42.5%.

Los centros turísticos que han logrado las mayores ventas de propiedades vacacionales son Puerto Vallarta, Cancún, Mazatlán y Acapulco.

Respecto al origen de las compras de propiedades vacacionales se puede decir que los mexicanos tienen una gran preferencia por adquirir las mismas en Manzanillo, Acapulco e Ixtapa, mientras que los extranjeros prefieren comprar preferentemente en los Cabos, Cozumel y Cancún.

3.2.3 CENTROS DE CONVENCIONES

La nación mexicana cuenta con numerosos sitios que garantizan al turista estancias confortables y opciones atractivas para todo tipo de visitantes, como es el caso de los hombres de negocios que necesitan realizar eventos, banquetes, ferias, exposiciones, etcétera.

Se estima que existen en México más de 471 hoteles con algún salón para eventos, congreso o convenciones; la Secretaría de Turismo considera que existen en la República Mexicana más de 1,140 salones con características suficientes para llevar a cabo alguna de las actividades mencionadas.

3.2.4 AGENCIAS DE VIAJES

México cuenta con un total de 4,944 establecimientos con ese giro, destacan en ese aspecto por su cantidad las ubicadas en el Distrito Federal que poseen más de 1,665 agencias, seguido de Jalisco y Nuevo León, mientras que Tlaxcala, Campeche e Hidalgo apenas alcanzan a sumar 50 establecimientos.

3.2.5 MARINAS

Anteriormente se pensaba que el turismo náutico era una actividad exclusiva de los extranjeros que navegaban en nuestras costas en sus propias embarcaciones, actualmente, sabemos que cualquier turista nacional o extranjero que se

embarca para realizar alguna actividad náutica, está haciendo un turismo náutico, se entiende como actividad náutica el pasear en una embarcación con o sin fondo de cristal, en paseos colectivos o individuales, en ruta fija o en servicio de taxi marítimo, embarcarse para bucear, esnorquelear, esquiar, o subirse a un paracaídas jalado por un a lancha.

Dentro del turismo náutico existe lo que se conoce como marinas, que son sitios con instalaciones apropiadas para atracar embarcaciones deportivas:

Desde el año de 1992 se cuenta en México con alrededor de 46 marinas turísticas y con un total de 56 muelles para el atraque de barcos que no cuentan aún con los servicios e instalaciones suficientes para considerarse marinas.

Por su importancia en cuanto al número de marinas destaca el Estado de Quintana Roo y por sus instalaciones principalmente los Estados de Baja California Norte y Sur.

3.2.6 CAMPOS DE GOLF

Entre las alternativas de entretenimiento en el país se encuentran los campos de golf, que a 1992 tenían 128; el Estado de México destaca por tener el mayor número de campos con 15, seguido por los Estados de Jalisco con 9 y posteriormente por el Distrito Federal con 8, Guanajuato con 8, y Morelos con 8.

A continuación se presenta un cuadro el cual nos hace una semblanza de los principales establecimientos turísticos del país a 1992:

En resumen podríamos decir que durante 1992 el turismo del país mostró signos de estabilización y recomposición ya que diferentes variables de medición de esta actividad arrojaron resultados muy similares a los de 1990 y 1991 pese a diversas incertidumbres que afectaron al sector turístico a nivel internacional.

Lo anterior permite afirmar que esta actividad se ha forjado una posición definida en el marco nacional si consideramos que la participación en el Producto Interno Bruto de la rama de restaurantes y hoteles se mantuvo en el 3%, se estima que el empleo generado por la actividad aumentó en 1.8%, y los ingresos por turismo receptivo a nuestro país aumentaron en 2.2% respecto a 1991.

El turismo receptivo se mantuvo en los niveles de los dos últimos años, ya que se estima que arribaron al país 6.4 millones de turistas, los visitantes a hoteles disminuyeron ligeramente respecto a 1991, así como los niveles de ocupación hotelera; por su parte la industria de tiempo compartido registró un incremento en semanas vendidas del 3.8%, los pasajeros que arribaron a los aeropuertos del país y en crucero aumentaron en 4.7% y 2.6%, respectivamente.

El turismo receptivo que ingresó al país por vía aérea representó el 74% del total, y aumentó en 4% respecto a 1991; los nacionales residentes en el

extranjero que visitaron México ascendieron a 1.6 millones de personas, y efectuaron un gasto superior al de 1991 en 26%.

Por otra parte se registró un crecimiento del 10% en la captación de turistas europeos siendo éstos 361 mil personas, con lo que se vieron cristalizadas las expectativas manifestadas durante la II Eurobolsa de Turismo.

En la Frontera Norte del país se registró el movimiento de 185 millones de viajeros, 76 millones de ellos visitando México y 109 Estados Unidos; el número de visitantes que permanecieron en la Zona Fronteriza de 24 a 72 horas ascendió a 10.8 millones de personas, 10% más que año 1991.

Los indicadores de la actividad turística en las playas del país reflejan ligeros incrementos, ya que los visitantes a hoteles de categoría turística de los centros integralmente planeados aumentó en 4% y a las playas tradicionales en 2.8, mientras que la llegada de pasajeros a los puertos del primer grupo aumentó en 4.1% y a los del segundo en 0.3%.

Cozumel por su parte continua siendo el principal puerto de arribo de cruceros, al atender a 610 mil pasajeros, cifra 24% superior a la de 1991 y que representa el 32% del total atendido por los 9 principales puertos nacionales.

No obstante que se observa la estabilización de las variables mencionadas, los indicadores de la oferta turística registran incrementos constantes, es decir, que se continúa con la ampliación de la infraestructura turística en un esfuerzo por motivar el crecimiento de la demanda al plantearse nuevas alternativas en la elección de los servicios y destinos turísticos.

Se estima que la oferta de cuartos aumentó en 2.9%, los asientos en vuelos directos a aeropuertos del país en 34% y en el número de arribos de cruceros en un 18%.

El número de habitaciones en establecimientos de hospedaje ascendió 355,189, concentrándose en 45% de éstos en 5 Entidades Federativas - Distrito Federal, Jalisco, Guerrero, Quintana Roo y Veracruz -; los vuelos nacionales directos a aeropuertos del país aumentaron en un 38% y los internacionales en un 19%, ascendiendo los primeros a 261 mil y los segundos a 65,500.

Por otra parte, la evolución de la actividad turística en el país es similar a la del turismo mundial, ya que ajustando los datos observados a los criterios recomendados por la Organización Mundial del Turismo registra un incremento respecto 1991 del 6.9%, superior al promedio mundial del 4.4%.

Es importante destacar que este crecimiento se observa debido a que, de acuerdo con los criterios del organismo citado, en el rubro Turistas Internacionales se debe incluir a todos los visitantes al país que efectúan una estancia de por lo menos una noche, criterio que actualmente no cubren las cifras de turismo receptivo por incluir solo a los turistas que permanecen más de 72 horas o que se internan al país más allá de la milla 35 de la frontera.

Con dicho criterio la captación de turistas internacionales de México ascendió durante 1992 a 17 millones 272 mil personas, con lo que se ubica en el octavo lugar a nivel internacional, representando esta cifra el 30% de la captación de Francia (primer lugar mundial), y el 48% de la de España (tercer lugar), superior en 12% a la de Canadá y 92% a la de Grecia.

Bajo este mismo esquema los ingresos por turismo internacional ascienden a 4 mil 471 millones de dólares, con lo que México se ubica en el lugar número 13, siendo éstos solo el equivalente al 9% de lo que Estados Unidos (primer lugar mundial).

3.3 PRINCIPALES CENTROS TURISTICOS EN EL PAIS INTEGRALMENTE PLANIFICADOS

3.3.1 ANTECEDENTES

Se sabe conforme a lo visto en la parte correspondiente a la demanda turística que a nivel nacional los centros turísticos pueden ser divididos en cinco agregados importantes los cuales son:

- 1.- Centros de playa
- 2.- Grandes centros urbanos
- 3.- Centros turísticos del interior
- 4.- Centros fronterizos
- 5.- Resto del país.

De entre ellos los que mayor participación tienen respecto a la captación de turistas son por orden de importancia los centros turísticos del interior, los urbanos y los de playa.

Bajo este mismo esquema los ingresos por turismo internacional ascienden a 4 mil 471 millones de dólares, con lo que México se ubica en el lugar número 13, siendo éstos solo el equivalente al 9% de lo que Estados Unidos (primer lugar mundial).

3.3 PRINCIPALES CENTROS TURISTICOS EN EL PAIS INTEGRALMENTE PLANIFICADOS

3.3.1 ANTECEDENTES

Se sabe conforme a lo visto en la parte correspondiente a la demanda turística que a nivel nacional los centros turísticos pueden ser divididos en cinco agregados importantes los cuales son:

- 1.- Centros de playa
- 2.- Grandes centros urbanos
- 3.- Centros turísticos del interior
- 4.- Centros fronterizos
- 5.- Resto del país.

De entre ellos los que mayor participación tienen respecto a la captación de turistas son por orden de importancia los centros turísticos del interior, los urbanos y los de playa.

Dentro de estos últimos se incluyen a los polos turísticos plenamente integrados que deben ser tomados en cuenta de manera especial debido a su creciente participación en la captación de divisas e ingresos relevantes para el desarrollo de ciertas regiones de influencia donde éstos se han creado.

Los centros turísticos que más llaman la atención de los turistas potenciales en la actualidad son los integralmente planeados por su innovación, increíble infraestructura, aire tropical, flora y fauna marina y terrestre, es decir, su participación en la atracción de turistas se ubica a nivel nacional en un 1.9% aproximadamente.

La importancia de dichos centros radica no solo en su crecimiento permanente, sino también en los instrumentos técnicos desarrollados en materia turística que repercuten positivamente en el logro de los objetivos para los cuales fueron creados, como son la captación de divisas, generación de empleos, impulso al desarrollo regional, descanso y buen trato al turista.

El gobierno mexicano ha estado interesado desde hace varios años en dar apoyo al sector turismo, así es como en 1968 se consolida la idea de construir Ciudades Turísticas buscando ante todo la captación del aumento de divisas, crear más empleos directos e indirectos y dar posibilidades reales para el desarrollo de otras actividades productivas con recursos obtenidos por turismo, de este modo se acordó llevar a cabo un sin fin de estudios de factibilidad en colaboración con el Banco de México para localizar áreas con características propias para que pudiera darse el turismo, por medio de ellos se pudo ubicar a

ciertas zonas con posibilidades reales de desarrollo, las que se ajustaban a los requerimientos establecidos por el Gobierno de México los cuales fueron:

- La Costa de Jalisco
- La Costa de Oaxaca
- El Caribe Mexicano
- La Península de Baja California
- La Costa de Guerrero

3.3.1.1 BAHIAS DE HUATULCO

La Ciudad Turística integralmente planeada que mayores ambiciones despierta a los planeadores integrales, es sin duda el de Bahías de Huatulco del cual se estima estará terminado después del año 2010 y podrá competir por el liderazgo en materia turística con Acapulco y Cancún, además contará con una población mayor a los 600 mil habitantes y captará 2 millones de turistas anualmente, lo que representará crear el 25% del Producto Interno Bruto del Estado de Oaxaca.

Huatulco es un poblado muy viejo y la línea costera donde se ubica pertenece al Municipio de Santa María Huatulco su cabecera se encuentra a 34 Km de la Bahía de Santa Cruz.

Así como Cancún, Huatulco es la segunda Ciudad Turística integralmente planeada iniciada desde cero a partir de 1983 antes de lo cual Huatulco difícilmente podía aparecer en un mapa.(7).

Por su tamaño el proyecto turístico Bahías de Huatulco fue dividido en tres etapas, caso igual que Cancún durante la primera, se previó impulsar a las Bahías de Chahué, Santa Cruz y Tangolunda, para posteriormente llevar a cabo una ampliación en la Bahía de Conejos, abarcando la franja costera al oriente de la reserva.

Entre los factores que influyeron para la selección de Bahías están en primer término el hecho de que en Santa Cruz por ejemplo, habitaba cierto número de personas que bien podían ser utilizadas en el proyecto y también resultar beneficiadas.

Cerca de la Bahía de Chahué se encuentra un valle que tiene los elementos suficientes para albergar la zona urbana, por último destaca el hecho de que las cuatro bahías se encuentran a distancias cortas unas de las otras, lo que implica un beneficio en virtud de que la zona es montañosa y las instalaciones de infraestructura es costosa, pero a menor distancia erogaciones menos elevadas.

(7) FONATUR, Ciudades Turísticas. Una estrategia mexicana de desarrollo 1988

La primera etapa busca el abastecimiento de agua de la zona y se respalda en el Río Copalita.

Durante la segunda fase se planeó apoyar turísticamente el área de playas abiertas, la Bahía de San Agustín, Bajos de Coyula y del Arenal ubicados en la parte occidental del área de conservación, en la región opuesta al polo turístico esta área ocupa una superficie que llega al Río Coyula de 500 hectáreas y es el único lugar con tierras planas en la zona.

La última fase abarca las Bahías de Organo, Cacaluta y Chachacual, en la parte central al litoral cuenta con cuantiosas ensenadas (pequeñas bahías) y caletas, es una región agreste, con muchos riscos y salientes, lo que hace difícil la construcción de instalaciones turísticas muy grandes, en tal virtud que se dejan para la última etapa.

Desde que se dieron los primeros pasos en la planeación de la Ciudad Turística integral de Huatulco, se determinó como necesidad el desalojo de residentes establecidos frente a la Bahía de Santa Cruz, con lo que se propuso indemnizar a los propietarios. No obstante, en el largo plazo la situación se tornó conflictiva debido a que los comuneros consideraban insuficientes los recursos otorgados, en ese caso tuvieron que intervenir diversas entidades del Gobierno Federal, así, en 1988 todavía 46 propietarios quedaban en Santa Cruz, obviamente que las razones que impiden el traslado son de origen económico ya que el lugar donde se encuentran les brinda la oportunidad de obtener ingresos importantes, por otra parte, los promotores del proyecto turístico

argumentan que esos asentamientos irregulares son insalubres y que se necesita poner remedio a esta situación.

3.3.1.2 CANCUN

Considerado el caso de un desarrollo turístico en el Caribe, se planteó un programa dirigido a seleccionar un área en lo que con la instalación de servicios públicos y comunicación se tuviera la posibilidad de lograr un desarrollo rápido para así poder hacer una fuerte competencia a la Cuenca Turística Caribeña.

Con el inicio del proyecto se logró el compromiso por parte del gobierno de hacer crecer las fuentes de trabajo para apoyar a zonas económicamente atrasadas a través del flujo masivo de personas hacia el polo turístico(8).

Cuando se pusieron en marcha los planes y programas del proyecto se consideraba que la zona a desarrollar sería la Isla de Cozumel, debido a que ya contaba con alguna infraestructura importante que permitiría un crecimiento con menores desventajas, a pesar de ello se tuvieron que enfrentar serios problemas para la implementación del proyecto debido a la falta de agua potable, posteriormente se determinó que sería otra la región por impulsar en razón a sus inigualables bellezas naturales y paisajes majestuosos, ausencia de asentamientos humanos y ubicada cerca de las fuentes abastecedoras de servicios como lo es Puerto Juárez.

(8) Un desarrollo turístico integral en Quintana Roo. 1989.

Cancún se encuentra ubicado en el Estado de Quintana Roo dentro del Municipio de Benito Juárez y ocupa una superficie aproximada de 12,700 hectáreas, su clima se caracteriza por ser tropical, cálido-húmedo con una temperatura media anual de 27.5 ° C .

El plan rector diseñado para el desarrollo turístico Cancún se divide fundamentalmente en tres elementos, el primero corresponde a la zona turística que a la vez se subdivide en tres etapas. La primera de ellas abarca un crecimiento que va del área conocida como Bahía de Mujeres hasta la punta Cancún, así como también la parte del litoral abierto caribeño hasta los límites interiores de la Laguna de Bojorques llegando a la punta Nizuc hasta los bordes de la reserva territorial.

El segundo elemento lo constituye la zona urbana cerca del Puerto de Juárez. El plan maestro hace la evaluación correspondiente para el desarrollo y diseño de las zonas destinadas para áreas verdes y urbanas, así es que defina la notificación y vialidad del desarrollo. Por otra parte el plan rector se propuso eliminar problemas surgidos por el establecimiento irregular de grupos de personas cerca del área urbana la cual fue una labor que toma prácticamente diez años antes de que se pudiera corregir en cierta medida.

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo concibió la idea de crear en Cancún el sistema de supermanzanas en la parte sur del casco urbano que es una innovación en materia de vialidad dirigida a hacer más fluida la circulación vehicular, el mismo fondo contempló un crecimiento del desarrollo sobre la parte correspondiente a la carretera Mérida-Puerto Juárez.

Un último elemento relevante es sin duda la construcción del aeropuerto internacional ubicado en la zona inicial de la carretera Cancún-Tulum al sur del desarrollo.

Dada la magnitud del proyecto, éste no pudo haber estado exento de problemas en su implementación y éstos surgieron precisamente en los límites de la reserva territorial en una zona llamada " la colonia " Puerto Juárez, teniendo como causa la migración desproporcionada en comparación a lo inicialmente planeado debida fundamentalmente a la atracción que representa para muchos mexicanos el crecimiento de la oferta de empleo, algunos de los cuales provinieron en gran medida de las zonas agrícolas de la península Yucateca. Los nuevos pobladores se instalaron en terrenos pertenecientes al ejido de Isla Mujeres, las dificultades generadas por estos asentamientos precaristas se agravaron principalmente porque la dotación de servicios para esas zonas no estaba contemplada en los planes diseñados inicialmente. Para dar salida al fenómeno migratorio los Gobiernos Federal, Municipal y Local, crearon un fideicomiso que pretendió desde el principio dar solución a la irregular tenencia de la tierra, no obstante la situación conflictiva persistió.

Se dice que el plan maestro de Cancún había contemplado el otorgamiento de créditos para personas con recursos escasos con pagos máximos hasta el 30% del salario mínimo, a pesar de ello la legislación bancaria impedía el acceso a ellos debido a los requisitos pedidos a los solicitantes siendo que muchos agentes económicos difícilmente podían comprobar el monto de sus ingresos mensuales, en este caso se encontraban los albañiles, carpinteros y participantes informales de la actividad económica, la consecuencia fue el crecimiento de los asentamientos irregulares.

A pesar de los factores señalados Cancún es un centro turístico potencialmente exitoso.

3.3.1.3 IXTAPA

El polo turístico de Ixtapa-Zihuatanejo identificado como el "Dorado Pacífico" de México fue creado para apoyar en su crecimiento y consolidación en materia turística el Estado de Guerrero, mediante la generación de ingresos y empleos adicionales y contribuir en forma colateral al desarrollo económico del país. Con la implementación del proyecto en cuestión, se llegó a formar lo que se conoce como triángulo del sol que incluye a Ixtapa-Zihuatanejo, Acapulco y Taxco (9):

A finales de la década de los 70's Zihuatanejo tenía ya como vías de acceso la carretera Acapulco-Zihuatanejo y contaba con aproximadamente 158 cuartos y un aeropuerto internacional de 1.5 Km de distancia con una longitud de 1100 metros para aceptar aviones de alcance corto.

Ixtapa Zihuatanejo es un centro turístico que se localiza en el Estado de Guerrero en el Municipio José Azueta, cuenta con una superficie de aproximadamente 4245 hectáreas, su clima es cálido-tropical y tiene una temperatura anual media de 25.7° C.

(9) Ixtapa un desarrollo turístico integral en Guerrero, 1989.

De acuerdo a la opinión de expertos en materia de planes rectores el de Ixtapa es el más completo y detallado de los realizados debido a que cuenta con estudios competentes en materia geológica, vegetación, regiones pendientes, ventilación, atractivos turísticos y otros, el resultado fue la división del desarrollo en dos zonas, una que va de la playa Masahua hasta los límites de la reserva incluyendo el desarrollo integral de la zona, por otra parte hacia la región sur se tiene el centro urbano de Zihuatanejo.

Durante la primera etapa del desarrollo el plan rector consideró la remodelación de Zihuatanejo y el área de Ixtapa que a su vez se comunicarían a través de un Boulevard llamado Paseo de Ixtapa.

A Zihuatanejo se canalizaron recursos para remodelar la zona hotelera aledaña a la playa, área recreativa urbana, comercial y lo correspondiente a la infraestructura de vialidad.

El diseño arquitectónico se basa en el modelo de las supermanzanas como el utilizado en Cancún por la parte media de ellas se encuentra el campo de golf y se planeó destinar una área de tierra y 104 hectáreas y otras 71 de agua para desarrollar la Marina Ixtapa.

La segunda etapa del plan maestro decide el desarrollo de la zona que va desde punta Ixtapa hasta el Rfo con igual nombre.

Ixtapa y Zihuatanejo se caracterizan por ser dos centros turísticos muy bellos su infraestructura soleada le inyecta vida al turista, sus playas hermosas de agua limpia, las artesanías de su gente hacen que el paseante sienta el deseo de caminar y visitar todos los sitios que forman el complejo turístico, hoteles con

vistas exuberantes como aquella del Hotel Camino Real, sitios de aguas tranquilas tipo alberca como la que posee la Isla Ixtapa, los deportes acuáticos, la vegetación y sus distintas playas conforman un marco de exquisita atracción.

3.3.1.4 LOS CABOS

Una posibilidad real de desarrollo económico para el Estado de Baja California Sur lo representan sin duda los Cabos, cuyo crecimiento está inmerso en la estrategia nacional de turismo. En la parte sur de Baja California se encuentra con un corredor turístico que durante la década de los 60 ya contaba con algunos hoteles y pistas de terrasería para turistas que llegaban por la vía aérea y otros que llegaban por mar y hacían escala en Cabo San Lucas (10).

Con estudios turísticos llevados a cabo por el Banco de México y la carretera La Paz-Cabo San Lucas, se determinó que la zona tenía altas posibilidades para desarrollar su potencial turístico.

Los Cabos es un Municipio ubicado en el Estado de Baja California Sur con una superficie total de aproximadamente 1917 hectáreas, su clima es seco-desértico y tiene una temperatura promedio anual cercana a los 24° C .

La conformación de la zona urbana de San José del Cabo, y el trazo de un desarrollo turístico en la franja que va desde esta población hasta el mar,

(10) Los Cabos un desarrollo turístico integral en Baja California Sur. 1989

incluyendo el área costera de la Bahía de San José, empezando por el estero y llegando a punta Palmillas, fueron los objetivos iniciales del plan rector original, pasando el tiempo se concibió la idea de hacer un corredor turístico, para ello el Fondo Nacional de Fomento al Turismo realizó un plan maestro particular tanto para el Pueblo Náutico como para la Zona Urbana en Cabo San Lucas.

Para el largo plazo dicho corredor tendría amplias posibilidades de convertirse en un centro de atracción turística de importancia mayor, el proyecto estima que el potencial con que cuenta este sitio es superior a las 40,000 habitaciones.

Para el Gobierno Federal es preocupante la situación de aislamiento de Baja California Sur por lo que el proyecto en cuestión pretende combatir el problema; dicho Estado posee en la actualidad arriaba de 1,000 Km en carreteras con pavimento, cuenta con aeropuertos internacionales en Los Cabos, Loreto y La Paz, existen además puertos en proceso de crecimiento como son Pichilingue, La Paz, San Lucas y Puerto Escondido.

La entidad cuenta con más de 3,143 cuartos en funcionamiento, aún así continúa siendo la entidad con menos población del país. Sus habitaciones llegaban 128,000 en 1970 y hasta 275,000 en 1988.

El proyecto de San José del Cabo en unión a Cabo San Lucas constituye el primer ensayo del concepto del puerto turístico agregado al concepto de proyectos integralmente planeado. El desarrollo ha rebasado a las expectativas

y está abarcando las reservas territoriales, su acelerado crecimiento ha dado lugar a un déficit habitacional y de servicios.

3.3.1.4 LORETO

La idea de crear un desarrollo turístico en Loreto Napoló-Puerto Escondido, se inicia a finales de la década de los sesentas, en que el gobierno de México se propuso implementar apoyos importantes para la creación de polos turísticos integrales. Como se ha mencionado Baja California Sur cuenta con los elementos potenciales suficientes para atraer a un gran número de turistas provenientes de los Estados Unidos. En 1973, quedó abierta la carretera transpeninsular con la que se integró completamente la Península de Baja California que vino a mermar el aislamiento de la región, además en 1974 nació un nuevo Estado, el de Baja California Sur, desde entonces el gobierno expropió terrenos ejidales para ocuparlos en el desarrollo de actividades turísticas.

En el año de 1976, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo realizó estudios más específicos siguiendo los planes iniciados en años anteriores para apoyar a los centros turísticos de Loreto, Napoló y Puerto Escondido.

Loreto se localiza en el Estado de Baja California Sur dentro del Municipio de Comondú, tiene una longitud de aproximadamente 3km. por 1.5 de ancho, tiene una superficie de 743 hectáreas.

En cuanto a Puerto Escondido, este se ubica en el mismo Municipio de Loreto y sus dimensiones se definen por una longitud de 9km. por 7 de ancho, y cuenta con 6,400 hectáreas.

Napoló en la misma región de los dos centros anteriores tiene una longitud de 7 Km. en promedio y 5 de ancho; cuenta con una superficie de 3.552 hectáreas; el clima de los tres centros turísticos es seco-desértico con una temperatura media anual de 24.4° C.

El plan maestro de Loreto, en su primera fase incluye la zona urbana excluyendo el Rfo Loreto y el área del aeropuerto internacional, la superficie alcanza 443 hectáreas, 34% de las cuales están destinadas a la parte vieja, el 16% para conservación, un 35% para la región urbana y por último el ejido Emiliano Zapata ocupa la parte restante .

En la segunda fase se contempla el impulso de la zona de Napoló de cuya superficie el 31% se ocupa como reserva territorial, el 17% para la actividad turística y lo que resta para la conservación.

Las obras de tratamiento de aguas negras y tanques de almacenamiento se ubicaron en la periferia del desarrollo, procurando dejar los inmuebles no relacionados con el turismo fuera de su principal zona de influencia.

En la tercera parte los planeadores consideraron el desarrollo de Puerto Escondido y apoyar la construcción de un poblado náutico para 2,500 yates de altura, lo que representa la posibilidad de captar ingresos adicionales y la generación de nuevos empleos.

3.3.2 LOS MEGAPROYECTOS

Un megaproyecto consisten la creación de un proyecto integralmente planeado dentro de un centro turístico que ya existe y que significa la formación de una oferta relevante en terrenos turísticos de gran calidad, que se venden a la iniciativa privada para que pueda desarrollar la infraestructura y superestructura dando mayor imagen al centro turístico.

Para este tipo de actividad el Fondo Nacional de Fomento al Turismo deja la promoción de la oferta a los agentes privados sin dejar de apoyar, los cuales se comprometen a desarrollar la infraestructura de áreas de capacidad para incluir varios hoteles, una marina, un campo de golf, centros comerciales, habitación residencial y otros servicios.

Un megaproyecto significa la participación de iniciativa privada nacional y extranjera para atraer nuevos segmentos de mercado a los centros turísticos y representan un fuerte impulso multiplicador en la generación de empleos y la captación de divisas.

El megaproyecto está basado en un plan maestro que especifica los usos de suelo, teniendo en mente el delicado balance de la ecología, belleza y recursos naturales con el desarrollo de hoteles, marinas campos de golf, centros comerciales, zonas residenciales, condominios y todos los servicios necesarios con el respaldo y experiencia de Fonatur.

Con la idea de optimizar estas inversiones, los Megaproyectos están ubicados preferentemente cerca de destinos ya existentes con una imagen ya establecida, población, aeropuerto, infraestructura básica y otros factores capaces de garantizar su desarrollo continuo.

A la fecha se han conceptualizado 15 Megaproyectos, de los cuales como producto de su intenso programa de promoción con inversionistas nacionales y extranjeros, ya se encuentran con vías de realización los Megaproyectos de Puerto Cancún, San Buena Aventura, Marina Ixtapa, Punta Ixtapa y Puerto Loreto.

Los anteriores Megaproyectos representan una inversión cercana a los 3,000 millones de dólares y se estima que en lapso de 10 años estarán operando en toda su capacidad.

Cozumel, Punta Bonó, Bahía de Cacaluta y Bahía de Chahué actualmente en etapa de difusión y promoción, significan la consolidación de sus lugares de ubicación a complementar de manera contundente los servicios turísticos que se ofrecen, lo que les permitirá continuar en los primeros lugares del mapa turístico.

Los Megaproyectos de más reciente creación, como lo son, El Soldado de Cortés, La Pesca de la Amistad, significan un impulso muy importante de la actividad turística en regiones poco exploradas en este rubro, pero de gran capacidad para ofrecer atractivos naturales y culturales que se encuentran a la

altura de los gustos más exigentes del mundo, contando ya un gran mercado del Sur de la Unión Americana.

Por último, los Megaproyectos de Santa María del Obraje, Rancho Majahua y Presa de la Colina, de vocación cultural el primero y ecológicos los dos segundos, son proyectos que atenderán los nuevos segmentos del mercado que actualmente están ganando preferencia en el turismo mundial.

A continuación se muestra el programa de desarrollo turístico en cuanto a Megaproyectos se refiere:

MEGAPROYECTO	UBICACION	CONCEPTO	CUARTOS	CUARTOS	RESIDENCIAS
			HOTELES	DEPTOS.	UNIDADES
1. PUERTO CANCUN	CANCUN, Q. ROO	Desarrollo turístico-náutico de la más alta calidad	5547	2038	1355
2. SAN BUENAVENTURA	CANCUN, Q. ROO	Malecón turístico con desarrollo urbano	362	4138	1332
3. MARINA IXTAPA	IXTAPA, GRO.	Marina turística, campo de golf, desarrollo hotelero y departamental	3250	2381	1204
4. PUNTA IXTAPA	IXTAPA, GRO.	Conjunto residencial de alta calidad complementado con desarrollo hotelero	466	2145	158
5. PUERTO LORETO	BAJA CALIFORNIA SUR	Desarrollo náutico, residencial y hotelero	1050	1007	1417
6. PUERTO CHAHUE	HUATULCO, OAX.	Marina con servicios náuticos y residenciales	212	240	37
7. SANTA M.A. DEL OBRAJE	SAN MIGUEL DE ALLENDE, GTO.	Conjunto turístico-cultural con hotel, comercios, teatros, talleres y viviendas.	130	-	135
8. BAHIA DE CACALUTA	HUATULCO, OAX	Centro turístico integral con una marina, golf y deportes acuáticos.	1500	1000	805
9. PUNTA BONO	LORETO, B.C.S.	Marina turística y desarrollo inmobiliario	663	626	22
10. PUERTO BELLO	COZUMEL, Q. ROO	Desarrollo hotelero con actividades recreativas marítimas	2502	270	90
11. EL SOLDADO DE CORTES	GUAYMAS, SON.	Centro turístico integral con marina, golf y clubes	9236	2720	1414
12. LA PESCA	SOTO LA MARINA, TAMPS.	Centro turístico integralmente planeado enfocada a actividades náuticas.	3000	5250	210
13. RANCHO MAJAGUA	MANZANILLO, COL.	Desarrollo turístico-ecológico	1050	3000	750
14. PRESA DE LA AMISTAD	CD. ACUÑA, COAH.	Desarrollo turístico integralmente planeado, golf y marina	5390	3980	1160
15. LAGO DE LA COLINA	CD. CAMARGO, CHIH.	Desarrollo turístico-ecológico	1200	1200	1000

FUENTE: FONATUR

MEGAPROYECTO	INVERSION MILLONES DE CDS			IMPACTO					
	INVERSI- ON EN INFRAESTRUC- TURAS	INVERSI- ON EN SERVICIOS	TOTAL	EMPLEOS DIRECTOS	EMPLEOS INDIRECTOS	TURISTAS EXTRANJEROS AL AÑO	DIVISAS MILLONES DOLARES	TURISTAS NACIONALES	AGILES DE MILLONES EN PESOS
1. PUERTO CANCUN	213	1300	1513	11714	29285	570000	350.0	180000	200.0
2. SAN BUENAVENTURA	40	255	295	4681	11703	27606	13.8	5521	4.4
3. MARINA IXTAPA	68	450	518	8460	21150	227527	113.8	136516	109.2
4. PUNTA IXTAPA	15	172	187	3002	7505	32624	16.3	19574	15.7
5. PUERTO LORETO	39	521	560	4000	10000	126000	69.0	23750	25.0
6. PUERTO CHAHUE	11	61	72	595	1488	17880	8.0	4470	3.6
7. SANTA MA. DEL OBRAJE	2	17	19	330	825	9900	5.4	2500	17.5
8. BAHIA DE CACALUTA	75	340	415	4055	10138	195000	112.0	49000	40.0
9. PUNTA BONO	16	96	112	1765	4412	64532	32.3	16133	13.0
10. PUERTO BELLO	35	265	300	1653	4187	54970	27.4	29600	26.3
11. EL SOLDADO DE CORTES	143	2007	2150	17988	44970	967000	1100.0	84000	19.3
12. LA PESCA	196	1200	1396	9960	24900	328500	164.2	164250	131.4
13. RANCHO MAJAGUA	90	34	124	5325	13313	161000	64.4	69000	55.2
14. PRESA DE LA AMISTAD	70	1088	1158	13225	33063	174454	66.3	43614	26.1
15. LAGO DE LA COLINA	105	192	297	3000	4500	15000	2.6	210000	49.8
TOTAL	1118	7998	9116	89753	221439	297993	2145.5	1037928	736.5

A continuación se hará una breve semblanza de los Megaproyectos que en la actualidad son de los más importantes:

PUERTO CANCUN

Descripción

La incorporación del concepto de puerto turístico de muy alta calidad, al desarrollo turístico integral de Cancún, equivale a culminar y redondear la oferta de ese importante desarrollo.

El momento actual el deterioro de la imagen de Cancún, al lanzamiento de Puerto Cancún significa el levantar de golpe la imagen de Cancún y de todo el Caribe Mexicano, con un producto turístico similar a Port Grimaud o Marbella, con todo el entorno de alta calidad asociado con el concepto de puerto turístico, que no solo significa los lujosos yates del jet set internacional, sino las residencias con muelle privado, en canales frente al mar, los restaurantes, boutiques, mercados de especialidades, museos, campos de golf, paseos y en general el paisaje naval llevando a la máxima sofisticación en la oferta turística.

La determinación tomada por FONATUR, a sustituir la tercera etapa hotelera, convirtiéndola en una zona de equipamiento, recreación y desarrollo de complejos turísticos medianos de muy baja densidad, para concentrar la densidad hotelera permisible en Puerto Cancún, es un gran paso conceptual ya que el atractivo y el nivel de un centro turístico no se

logran simplemente concentrando alojamiento y servicios, sino haciéndolo en torno a la imagen conceptual adecuada y a las necesidades, la demanda y la imagen buscada por el turismo internacional.

Puerto Cancún supera el concepto de turismo de playa, en torno al cual han girado, de una o de otra manera, todos los centros turísticos mexicanos y se lanza a la conquista de la excelencia en materia turística, representada por los centros turísticos del Mediterráneo.

El concepto de puerto turístico de altísima calidad, no solo atiende a la imagen turística del producto, sino que combina acertadamente una serie de elementos urbano-turísticos que resuelven tanto problemáticas económicas como sociales y dan como resultado una evolución general del Caribe Mexicano traducido en el bienestar social correspondiente:

- Se restituye la imagen de excelencia a Cancún, en una época crítica para el futuro del proyecto.
- Se ofrece una alternativa de muy alta calidad y atractivo al mercado constituido por más de 35 mil motoyates y veleros de gran tamaño (además de miles de decenas de embarcaciones menores), localizados en las costas de Florida, Louisiana y Texas.
- Se da a la Ciudad de Cancún una extraordinaria salida al mar, y se encuentran la zona urbana y la zona turística, integrándose en la mejor área de todo el proyecto de Cancún.

- Se abre a la oferta una zona residencial de lujo de la más alta calidad.

- Se reubica la zona comercial urbano-turístico de la Ciudad, ya seriamente deteriorada a lo largo de la Avenida Tulum y se ofrece un espacio comparable a la Plaza de San Marcos en Venecia.

- Se reubica el centro urbano, comercial y cultural, en una gran plaza (la plaza mayor) digna del corazón de la Ciudad Turística de Cancún.

- Se mantiene, incrementa y mejora la zona verde de la Ciudad al construirse dos nuevos campos de golf de 18 hoyos cada uno, un campo de polo y acceso a la zona arqueológica de San Buenaventura.

- Se equipa náuticamente, al más alto nivel, a Cancún y se inicia la operación del primer astillero dedicado a la fabricación de embarcaciones deportivas y a su mantenimiento, en exclusiva.

- Se abre a la gran hotelería internacional de gran turismo, la mejor zona de México para el establecimiento de 12 hoteles de categoría internacional.

- Se crea la oferta de oficinas, habitación media alta y se ofrece por primera vez un espacio cultural organizado, en el centro de la renovada Ciudad Turística de Cancún.

- Se opera un nuevo y gran centro de convenciones, y se dignifica el mercado de artesanías y especialidades.

ESTA LEY SE DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- Se complementa una gran inversión federal y privada con la culminación del proyecto de desarrollo turístico integral más importante del país.

- Se agrega la imagen náutica y portuaria al proyecto de Cancún y se controla estrictamente la arquitectura de Puerto Cancún, para retomar el control de la imagen urbana de Cancún, con un criterio mexicano y caribeño propio de nuestra idiosincrasia, que no se logró en etapas anteriores al proyecto.

Ubicación y Capacidad

El terreno en donde se localiza el proyecto de Puerto Cancún, está situado entre la Ciudad de Cancún y Bahía de Mujeres, colindando, al norte con terrenos de Puerto Juárez; al este, con Bahía de Mujeres; al sur con la Avenida Kukulkán y al poniente, con la Avenida Bonampak.

Con una superficie total de 3 528 000 metros cuadrados, permite llevar a cabo un desarrollo de gran magnitud, que cuente con todos los elementos para la creación de un puerto turístico de primer orden.

Localizado sobre un suelo calizo y pantanoso, que pretenden realizar una serie de canales navegables para embarcaciones de grande y mediano tamaño y conformar una serie de penínsulas de tierra firme, aprovechando el concepto de terrenos con el mayor frente posible al agua, representa una mayor inversión en infraestructura, pero una mucho mayor recuperación por el valor agregado a la tierra resultante.

PLAN MAESTRO

TIPO DEL SUELO	No. de lotes Disponibles	Área Vendible	Área m ² Vendible	No. de Cuartos	No. de Viviendas	m ² de Comercio	Áreas Verdes
- Hotelero	20	40.67		5097			
- Condohotel	13	1.22		450			
- Departamental	656	53.15			101		150
- Departamental mixto	30	9.66			714		200
- Residencial	196	23.51			1355		1000
- Comercial	9	5.24				52417	
- Campo de golf	1	66.35					
- Club de tenis	1	0.71					
- Club de playa	1	1.89					
- Club de yates	1	0.60					500
- Marina seca	2	6.49					
- Taller marina	1	0.94					
- Capitanía	1	0.44					
- Gasolinera	1	0.30					
- Estación de camiones		0.48					
- Estacionamiento	1	2.13					
- Áreas verdes	1		2.51				
- Oficinas públicas	1	0.15					
- Centro de convenciones		1.99					
- Museo	1	0.24					
- Servicios básicos			3.54				
- Vialidades			35.67				
- Canales de navegación y cuerpos de agua			76.14				
- Bombas de servicio			1.94				
TOTAL	937	216.17	119.80	5547	2170	52417	1850

FUENTE: FONATUR

INVERSION (millones de dólares)

CONCEPTO	RUBRO	TOTAL
I TERRENO	45.0	45.0
II OBRAS BASICAS INFRAESTRUCTURA		
1. Subestaciones eléctricas	9.0	
2. Centrales telefónicas	4.0	
3. Agua potable, captación y conducción	8.0	21.0
III OBRAS COMPLEMENTARIAS INFRAESTRUCTURA		
1. Potabilizadora	3.4	
2. Planta de tratamiento	3.5	6.9
IV OBRAS MARITIMAS		
Escolleras, muros perimetrales, dragados, rellenos, muelles, marina pública, señalamiento náutico, y equipamiento.		54.4
V URBANIZACION		
Tercerías, pavimentación, guarniciones y banquetas, redes de agua potable, drenaje sanitario y pluvial-pozos de absorción, red eléctrica subterránea, alumbrado público, canalización telefónica, jardinería, red de riego, red contra incendio, emisor, plazas, tanque de regularización de agua potable, tratamiento preliminar de aguas negras de embarcaciones y puentes.		58.6
VI OTROS		
1. Imprevistos (10%)	14.1	
2. Promoción y publicidad (5%)	8.0	
3. Estudios y proyectos (4.5%)	5.0	27.1
TOTAL		213.0

FUENTE: FONATUR

Rentabilidad

Tomando en consideración las nuevas políticas de FONATUR, que se orientan a lograr el desarrollo bajo un marco de escasez de recursos, pero conservando la orientación y objetivos del proyecto, se estableció que la mejor alternativa sería la asociación del fondo con inversionistas privados, donde FONATUR aporte los terrenos, y los inversionistas nacionales y extranjeros, todas las obras náuticas, de urbanización y de infraestructura, inclusive las de cabeza.

De esta manera, se constituirá un fideicomiso que tendrá como fideicomisarios al grupo de inversionistas, con el 75.7%, valor estimado de las obras, y a FONATUR con el 24.3% por aportación de los terrenos, en el cual se fijará perfectamente que la supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo especificaciones del proyecto y formas de uso de suelo, recaerá en FONATUR.

Se estima que el tiempo de ejecución de las obras será, cuando mucho de 36 meses; y que será factible vender, en una primera etapa de 5 años, alrededor del 60% de la tierra, dejando el restante 40% como una reserva territorial estratégica comercial.

Como se observa la rentabilidad del proyecto es altamente satisfactoria, considerando además que la instrumentación del mismo se hará bajo las directrices, normas, objetivos que FONATUR ha establecido en este Megaproyecto, sin asumir riesgos de inversión financiera.

Rentabilidad

Tomando en consideración las nuevas políticas de FONATUR, que se orientan a lograr el desarrollo bajo un marco de escasez de recursos, pero conservando la orientación y objetivos del proyecto, se estableció que la mejor alternativa sería la asociación del fondo con inversionistas privados, donde FONATUR aporte los terrenos, y los inversionistas nacionales y extranjeros, todas las obras náuticas, de urbanización y de infraestructura, inclusive las de cabeza.

De esta manera, se constituirá un fideicomiso que tendrá como fideicomisarios al grupo de inversionistas, con el 75.7%, valor estimado de las obras, y a FONATUR con el 24.3% por aportación de los terrenos, en el cual se fijará perfectamente que la supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo especificaciones del proyecto y formas de uso de suelo, recaerá en FONATUR.

Se estima que el tiempo de ejecución de las obras será, cuando mucho de 36 meses; y que será factible vender, en una primera etapa de 5 años, alrededor del 60% de la tierra, dejando el restante 40% como una reserva territorial estratégica comercial.

Como se observa la rentabilidad del proyecto es altamente satisfactoria, considerando además que la instrumentación del mismo se hará bajo las directrices, normas, objetivos que FONATUR ha establecido en este Megaproyecto, sin asumir riesgos de inversión financiera.

PUNTA IXTAPA

Descripción

El Megaproyecto de Punta Ixtapa está considerado dentro de la segunda etapa de desarrollo del centro integralmente planeado de Ixtapa-Zihuatanejo.

Este proyecto ofrece una gran diversidad de servicios turísticos y recreativos que conjuntamente con la oferta inmobiliaria complementarán las necesidades del crecimiento de este centro.

El Megaproyecto de Punta Ixtapa está conceptualizado para ofrecer productos de baja densidad, enmarcados por una amplia extensión de áreas de conservación ecológica. Contempla predominantemente la construcción de villas y condominios, un hotel de gran turismo y una gran zona comercial, así como servicios recreativos.

Ubicación

Al noroeste de Ixtapa, Guerrero, entre el Cerro Hedionda y el Litoral del Océano Pacífico.

(1) *Ibidem*. pág. 66

PLAN MAESTRO

USO DE SUELO	AREA VENDEDORA	AREA NO VENDEDORA	No. DE QUINTAS	CAPACIDADES		
				No. DE DEPTOS	No. DE CASAS	M2 DE COMERCIO
- Hotel/Condohotel	3.69		466		158	
- Villas	5.19			490		10062
- Condominios	18.35			368		
- Comercial mixto y recreativo	1.29					65520
- Comercial	8.40					
- Club de playa	0.18	24.61				
- Areas verdes		1.43				
- Vialidades			466		858	158
TOTAL	37.10	26.04				75582

FUENTE: FONATUR

INVERSION (MILLONES DE DOLARES)

TERRENO	15.0
SUPERESTRUCTURA	
Hoteles de 4 y 5 estrellas	81.5
Condominios	69.6
Habitacional	7.8
Zona comercial	6.0
Club de playa	7.0
SUBTOTAL	171.9
TOTAL	186.9

FUENTE: FONATUR

IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL

1. REQUERIMIENTOS	
AGUA POTABLE	55 litros/segundo
TRATAMIENTO DE AGUAS NEGRAS	44 litros/segundo
ELECTRIFICACION	39MVA
LINEAS TELEFONICAS	3745
2. EMPLEOS GENERADOS	
DIRECTOS	3002
INDIRECTOS	7505
3. VISITANTES ANUALES ESPERADOS	
EXTRANJEROS	32624
DIVISAS	16.3 millones de dólares
NACIONALES	19574
GASTO	15700 millones de pesos

FUENTE: FONATUR

PUERTO CHAHUE

Descripción

El proyecto turístico de Bahías de Huatulco constituye el eslabón de los desarrollos turísticos integralmente planeados en la década de los ochentas. Surge en este momento, como un proyecto prioritario que puede contribuir a la diversificación de la planta turística nacional e incrementar la capitación de divisas.

Los objetivos que promueve FONATUR, principalmente en Huatulco, son diversificación de la planta turística, capitación de divisas, generación de fuentes de trabajo y fomento al desarrollo regional.

La estrategia originalmente adoptada consideró para una primera etapa, el desarrollo turístico de Bahías de Santa Cruz y Tangolunda, las cuales ya se encuentran en marcha acelerada.

El área del proyecto de Puerto Chahué está constituida por un terreno con pendientes suaves, con una superficie plana y otra inundable, ideal para el desarrollo de una marina. Los bordes del predio tienen elevaciones de hasta 20 metros de altura, con características propicias para el desarrollo hotelero e inmobiliario.

Las características físicas del predio presentan condiciones favorables para el crecimiento turístico siendo recomendable que se contemplen densidades moderadas y que se preserven las zonas de mayor fragilidad, las cuales deberán someterse a una menor intensidad del uso del suelo, con el propósito de no alterar en forma drástica las condiciones naturales actuales.

El proyecto contempla un esquema irregular de diseño a partir del cual se estructuran los siguientes usos: hotelero, comercial, departamental, servicios, habitacional mixto y unifamiliar.

Ubicación

El proyecto se localiza al sureste del Aeropuerto Internacional de Huatulco, éste colinda con la reserva territorial de FONATUR, al este, con la Bahía de Santa Cruz y al Sur con el Océano Pacífico.

PLAN MAESTRO

USO DEL SUELO	AREA	AREA NO	NO. DE	NO. DE	AREA	ATRAQUES
	VENDIBLE	VENDIBLE	CUARTOS	VIVIENDAS	COMERCIAL MZ.	
Hotelero	0.98		140			
Condohotel	0.69		72			
Departamental	1.39		72			
Marina	0.65					136
Servicios Náuticos	0.52					
Comercial	1.16				2500	
Habitacional mixto	2.48		168			
Habitacional unifamiliar	4.68			37		
Dársena		7.68				
Vialidades		2.56				
Zona Federal Marítima Terrestre		1.37				
TOTAL	12.55	11.61	452		2500	136

FUENTE: FONATUR

INVERSION (MILLONES DE DOLARES)

INFRAESTRUCTURA	0.5
OBRAS DE CABEZA	1.6
URBANIZACION	4.8
OBRAS MARITIMAS	3.6
TERRENO	10.5
SUBTOTAL	
SUPERESTRUCTURA	
HOTEL	7.8
CONDOHOTEL	5.2
DEPARTAMENTOS Y VIVIENDAS	33.1
COMERCIOS Y SERVICIOS	15.4
SUBTOTAL	61.5
TOTAL	72.0

FUENTE: FONATUR

IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL

1. REQUERIMIENTOS	
Agua potable	12 litros/segundo
Planta de tratamiento de aguas negras	10 litros/segundo
Electrificación	4MVA
Líneas telefónicas	430
2. EMPLEOS GENERADOS	
Directos	595
Indirectos	1488
3. VISITANTES ANUALES ESPERADOS	
Extranjeros	17880
Divisas	8.0 millones de dólares
Nacionales	4470
Gasto	3600 millones de pesos
4. INVERSIONES EN SUPERESTRUCTURA	61.5 millones de dólares

FUENTE: FONATUR

3.4. MEXICO EN EL MERCADO TURISTICO MUNDIAL

3.4.1 COMPETENCIA A NIVEL INTERNACIONAL

La actividad turística se ha convertido sin duda alguna en una necesidad que el hombre de hoy necesita satisfacer, el flujo turístico mundial ha crecido vertiginosamente durante los últimos años; para tener una idea de este fenómeno turístico, basta considerar el flujo mundial que en 1980 fue de 282,841,000 turistas cifra que en 1990 llegó a ser de 403,578,000 paseantes.

Para saber con quien compite México en materia turística es preciso como primer paso evaluar la participación de cada continente dentro de la capitación mundial de turistas.

Considerando lo anterior es que se hace un análisis correspondiente al papel que juegan cada uno de los cinco continentes en el ramo turístico. Es indispensable para ello tomar en cuenta al continente Europeo que es el que capta más de la mitad del turismo internacional, siendo que para 1989 logró que alrededor de 249,276,000 de personas visitaran sus tierras, a escala internacional América, Asia, Africa y Oceanía ocupan por orden de importancia los lugares siguientes:

En relación con México y su participación turística a nivel mundial durante 1989 llegó a ser de 1.6%, osea que para ese mismo lapso la Nación Mexicana logró atraer 6,287,000 turistas, cifra que tradicionalmente ha sido superior a lo captado por Oceanía.

Incurсионando aún más en materia de competencia internacional inmediatamente se debe tener en mente el nivel de las tarifas hoteleras mundiales. La Secretaría de Turismo ofrece regularmente cifras relacionadas a los costos de hospedajes pero éstas no sirven para comparaciones muy acordes con la realidad debido a que se toman en la temporada de invierno momento en que las tarifas europeas se vuelven menores, de lo que saldrían beneficiadas en una comparación con otras regiones del mundo.

Lo que es conveniente señalar es que los Estados Unidos tienen tarifas más altas que las de México, y en este último los centros turísticos más caros en cuanto a tarifas hoteleras son por orden de importancia Cancún, Puerto Vallarta y Acapulco.

Respecto a la zona del Caribe la región que ofrece al turista mayores precios es San Juan de Puerto Rico, y en relación a los Estados Unidos el lugar más costoso para visitar es Honolulu.

Se dice que durante la década de los ochentas México logró reducir sus tarifas en grado importante en comparación con el Caribe y en el mercado estadounidense, no obstante la influencia sigue siendo mayor en estos últimos.

En otro orden de ideas se tiene que la zona del Caribe disputa en gran medida los turistas a México, por otra parte el mercado estadounidense no es menos importante ya que es el centro turístico más relevante del Continente Americano y las zonas con mayor afluencia en esa nación son Miami con 37,739 cuartos, seguido de Honolulu con 33,980 cuya oferta turística refleja sin duda su importancia.

El crecimiento del turismo internacional se ha estado desarrollando a un ritmo favorable, se manifiesta un cambio cualitativo en el flujo de las corrientes turísticas de los países más avanzados, que supone una redistribución mundial en la capacitación de lo cual puede beneficiarse México.

México constituye un importante destino alternativo para otras corrientes del mundo y cuenta ya con una suficiente oferta de alojamiento y servicios que le permiten competir con los principales mercados turísticos del mundo, orientando su estrategia al desarrollo de la infraestructura y servicios que le permitan atender adecuadamente a segmentos especializados que incrementen la utilización de las instalaciones de centros de playa, pudiéndose beneficiar con esto a los centros del interior.

En forma paralela con lo anterior, se requiere diversificar la oferta del alojamiento para atender en forma equilibrada a un mercado cautivo (condominios), y a nuevos visitantes (hoteles).

A través de un mayor control y conocimiento de sus mercados, México está en posibilidad de encontrar soluciones alternativas que le permitan mantener un ritmo sostenido de crecimiento ya sea a través de una mayor capacitación de volumen de visitantes o bien mejorar la calidad de la demanda a través de aumentar la estada y el gasto.

CAPITULO IV

1. PERSPECTIVAS EN EL CAMPO TURISTICO

1.1 LA REALIDAD Y LAS NECESIDADES DEL SECTOR TURISMO

Nunca como ahora el turismo se ha convertido a nivel internacional, en una industria con altas posibilidades de atraer ingresos importantes para muchas naciones.

La competencia en todos los ordenes se vuelve más aguda conforme transcurre el tiempo y con toda seguridad el turismo está inmerso en este proceso. Como se ha visto México es un país con bastos recursos, de los cuales se puede aprovechar para aumentar su captación de divisas, generar empleos y contribuir en mayor grado en la producción de satisfactores. Las oportunidades y potenciales, beneficios que ofrece la actividad turística, obliga a una reflexión y al análisis serio con el objeto de generar propuestas dirigidas a impulsar el turismo. La formulación de sugerencias y su aplicación cuando éstas son valiosas, permitirá al país tener un instrumento que lo apoyará en la solución de diversos problemas de orden económico y social, captará un mayor volumen de divisas, con sus correspondientes efectos multiplicadores sobre otras actividades colaterales, significará más oportunidades de empleo, e importantes obras de infraestructura. En este sentido es recomendable que después de todos los comentarios hechos durante el desarrollo del trabajo, se considere lo siguiente para fortalecer la actividad del sector turismo:

- México debe ofrecer lugares turísticos para atraer deportistas, a los amantes del arte, la historia y los museos, los paisajes, en fin cada turista debe encontrar sitios adecuados a su edad y preferencia, México tiene amplia diversidad.

- El turista que proviene del exterior debe saber que para conocer México no es suficiente con visitarlo una sola vez, ni siquiera cien.

- Intensificar las campañas de promoción y publicidad.

- En la actividad turística debe ser de preocupación permanente, el que sean cubiertos todos los mercados demandantes para cada nivel de ingreso, cada segmento del mercado turístico debe ser aprovechado plenamente.

- Tarifas competitivas para cada segmento del mercado.

- Promover más vuelos, mejorar las vías de comunicación marítimas y terrestres.

- En el exterior debe haber campañas paralelas de apoyo.

- Tener presente que ofrecer buenos servicios es condición indispensable para lograr el éxito de la actividad.

- Se deben de explotar todos y cada uno de los centros turísticos existentes, hay que realizar publicidad interesante. Se pueden extraer

ingresos de la promoción intensiva de centros arqueológicos, ciudades coloniales, museos, centros históricos y playas.

- Deben diversificarse los mercados de atracción turística sin descuidar la plena explotación de los ya existentes.

- Crear paquetes turísticos que incluyan la prestación de todos los servicios posibles al turista, desde que sale de su hogar hasta que regresa, para esto se requiere la formalización de convenios de apoyo mutuo entre agencias de viajes, líneas aéreas, centros de convenciones, hoteles, restaurantes y centros recreativos para que en amplia coordinación el turista tenga todo lo necesario para viajar.

- Fomentar la capacitación de manera seria, para que existan quienes puedan conducir eficientemente el desarrollo de empresas turísticas.

México debido a su riqueza natural, cultural e histórica, tiene amplias posibilidades para continuar beneficiándose de tales riquezas mediante la operación de ofertas adecuadas a los distintos mercados, nacional y extranjero, en calidad y precio. Para aprovechar el gran potencial turístico de México es menester ofrecer a los visitantes viajes que abarquen el recorrido de varias ciudades con riquezas arqueológicas y naturales, en un solo viaje; como puede ser la península de Yucatán, el sureste (Oaxaca y Chiapas), en el centro del país, etc.

Promover la visita de varios centros de playa por vía marítima, por ejemplo, los centros turísticos del Pacífico, del Caribe (Cozumel, Cancún e Isla

Mujeres). Deben hacerse cada vez más competitivos los destinos turísticos, vigilando que las tarifas de los hoteles sean adecuadas y que estos tengan las características esperadas por los turistas.

Se recomienda realizar estudios minuciosos relativos a los mercados de Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia y el Sur de América, para detectar el producto que demandan los grupos turísticos de esas regiones.

Durante los últimos años han predominado los mercados familiar, económico y deportivo, pero se nota que hay una tendencia al crecimiento de grupos que buscan espacios abiertos, la naturaleza en su máxima expresión y aquellos segmentos que demandan servicios de muy alta calidad en el turismo náutico que tienen una demanda alta en los Estados Unidos constituye un mercado grande que puede ser aprovechado por la nación mexicana.

Deben realizarse esfuerzos de diversificación tanto de los mercados demandantes como de las actividades económicas en lugares donde el turismo tiene lugar, con el objeto de evitar en la medida de lo posible la disminución de empleos e ingresos que se proporcionan a la población que depende de la actividad.

Es necesario crear centros de abasto cuyo propósito debe estar encaminado a satisfacer a precios razonables las necesidades alimentarias de la población residente y visitante.

Es bueno destacar que el mercado turístico del Japón por su capacidad económica reviste especial significación por lo cual se propone que existan

Mujeres). Deben hacerse cada vez más competitivos los destinos turísticos, vigilando que las tarifas de los hoteles sean adecuadas y que estos tengan las características esperadas por los turistas.

Se recomienda realizar estudios minuciosos relativos a los mercados de Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia y el Sur de América, para detectar el producto que demandan los grupos turísticos de esas regiones.

Durante los últimos años han predominado los mercados familiar, económico y deportivo, pero se nota que hay una tendencia al crecimiento de grupos que buscan espacios abiertos, la naturaleza en su máxima expresión y aquellos segmentos que demandan servicios de muy alta calidad en el turismo náutico que tienen una demanda alta en los Estados Unidos constituye un mercado grande que puede ser aprovechado por la nación mexicana.

Deben realizarse esfuerzos de diversificación tanto de los mercados demandantes como de las actividades económicas en lugares donde el turismo tiene lugar, con el objeto de evitar en la medida de lo posible la disminución de empleos e ingresos que se proporcionan a la población que depende de la actividad.

Es necesario crear centros de abasto cuyo propósito debe estar encaminado a satisfacer a precios razonables las necesidades alimentarias de la población residente y visitante.

Es bueno destacar que el mercado turístico del Japón por su capacidad económica reviste especial significación por lo cual se propone que existan

promotores en ese país que atraigan anualmente corrientes turísticas numerosas de ese poderoso país.

Por último debe decirse que es de sumo interés considerar la conservación y recuperación del medio ambiente a través de un desarrollo turístico que esté fundado en una planeación, que en los hechos signifique la aplicación de más medidas preventivas y correctivas.

4.1.1. ANALISIS DEL MEGAPROYECTO DE SAN BUENAVENTURA

A raíz del gran impulso de la actividad turística por la demanda de servicios urbanos en Cancún y que prácticamente se duplicó su oferta hotelera, FONATUR ha buscado como parte de una política de desarrollo integral de los centros turísticos, impulsar el crecimiento partiendo del aprovechamiento de la reserva territorial urbana existente, alentando proyectos prioritarios que coadyuven al impulso de la actividad turística, a este propósito obedece la elaboración del megaproyecto de San Buenaventura que permitirá:

- a. Crear un complejo habitacional-comercial de gran atractivo que propicie una mezcla favorable de las actividades urbanas y turísticas dentro de la Ciudad, aprovechando las condiciones únicas que proporciona la localización del sitio.
- b. Satisfacer las necesidades del suelo comercial y de oficinas que demanda el crecimiento urbano, de tal forma que se genere un centro de actividades urbanas en combinación con las actividades hoteleras y de recreación, considerando dentro del proyecto el diseño y reglamentación que aseguren el desarrollo ordenado de dichas áreas.
- c. Proporcionar a la Ciudad el ambiente marítimo del que carece, a través de un malecón que permita la integración visual de la Ciudad con la zona turística, y el desarrollo de actividades náuticas y portuarias de la zona de la laguna.

El proyecto de San Buenaventura, se localiza al sureste del área urbana de Cancún actual, formando parte de la reserva urbana-turística de FONATUR que queda comprendida dentro de una importante zona de transición delimitada entre Bahía de Mujeres, la Laguna Nichupté y la zona urbana hasta el límite, definido por la Av. Bonampak y la Av. Tulum.

La superficie prevista para el proyecto es de 85 hectáreas; el área del proyecto presenta un terreno con pendientes reducidas, que lo configuran como una superficie plana, en la cual las áreas más elevadas se concentran hacia la Av. Tulum.

El proyecto contempla un esquema simétrico de diseño a partir del cual se estructuran las siguientes zonas:

Zonas habitacionales: localizadas longitudinalmente sobre ejes secundarios, en las que existe una organización de barrios en donde se ha considerado una mezcla de usos familiares y de conjuntos horizontales que permiten tener una oferta diversificada de vivienda.

Zonas comerciales: localizadas a lo largo de la vialidad principal de acceso y en un predio ubicado al noroeste del proyecto, que contemplan dos tipos de oferta: el uso comercial concentrado y de gran escala orientado a los grandes centros comerciales (tipo mall) y el comercio de menor escala y mayor diversificación de los giros en combinación con los usos de oficinas.

Zona hotelera: conformada por hoteles de densidad media que se localizan en los extremos del malecón, sirviendo de remate a este último.

Zona de usos mixtos: localizada a lado del malecón en la que está previsto el uso comercial y recreativo mezclado con vivienda multifamiliar, que cuenta con plazas y estacionamientos que permiten regular la densidad general de esta zona y sirven de ventanas por las que se puede apreciar el ambiente.

Zona del malecón: en la que está previsto el muelle y la terminal marítima en donde se realizarán obras de dragado para la circulación de pequeñas embarcaciones.

Haciendo un análisis comparativo entre los requerimientos para la realización del megaproyecto y de los elementos con los que se cuenta, tenemos como primer punto lo referente a población:

En el municipio de Benito Juárez, que es en donde se localiza el proyecto, el número de habitantes es de 176,765 representando este el 35.8% aproximadamente del Estado, de los cuales el 38.49% (68,053) aproximadamente, pertenecen a la población económicamente activa conformada por 67,104 ocupados y 949 desocupados, y ya que el proyecto requiere de 15,384 empleos tentativamente, de los cuales 4,681 son directos y 11,703 son indirectos, aproximadamente, esto genera un incremento en las fuentes de trabajo del 24%, afirmando con esto que el proyecto es lo suficientemente importante para la región. (11)

En otro aspecto, el proyecto de San Buenaventura espera tener anualmente el siguiente número de visitantes:

Extranjeros 27,606

Nacionales 5,521

(12) Censo INEGI 1990

los cuales se calcula que dejarán ingresos por:

Divisas	13.8 millones de dólares
Gastos	4,400,000 mil nuevos pesos

Los cuales al ser comparados con el cuadro que muestra a los turistas que visitaron el Estado durante 1991, hacen que el proyecto resulte muy importante, ya que el número de visitantes a San Buenaventura representaría entre nacionales y extranjeros en 1.02% de la captación de todo el Estado, cantidad que en términos turísticos es representativa.

Turistas que visitaron la entidad y gasto según residencia y objeto del viaje

OBJETO DEL VIAJE	TURISTAS	MILES DE N\$
Extranjeros	3,064,210	3,167,690
Placer	1,764,419	2,727,240
Negocios	72,897	54,400
Estudios	35,348	36,266
Tránsito	943,533	145,066
Visita a familiares	70,697	72,533
Visita a amistades	71,271	43,519
Otros	106,045	90,666
Nacionales	182,242	181,333
Placer	73,697	65,280
Negocios	108,545	116,053

FUENTE: SECTUR, DELEGACION EN EL ESTADO. DIRECCION DE PLANEACION Y DESARROLLO TURISTICO

Ahora bien, si tomamos en cuenta el hecho de que en 1992, el número de turistas que se alojaron en establecimientos de hospedaje temporal por la categoría del lugar, en el Municipio de Benito Juárez, fueron de la siguiente manera:

Gran Turismo	736,751
5 Estrellas	573,958
4 Estrellas	347,910
3 Estrellas	266,049
2 Estrellas	61,396
1 Estrella	20,465
TOTAL	2,006,529

esto permite darnos una idea de lo que el megaproyecto puede llegar a estimar, ya que como se había mencionado, éste pretende captar entre turistas extranjeros y nacionales un total de 33,127 visitantes aproximados, lo que representan el 1.7% de los huéspedes alojados en los establecimientos de hospedaje del Municipio.

Entre los servicios que el megaproyecto pretende brindar están:

- 404 cuartos en hotel
- 201 residencias
- 2,495 departamentos
- 244 habitación de conjuntos
- 56,806 m² locales comerciales-oficinas
- 8,381 m² área comercial

Para ello requiere del apoyo de las autoridades del municipio de Benito Juárez, en cuanto a los servicios que él proporciona, como son:

Agua potable	145 litros/segundo
Tratamiento de aguas negras	130 litros/segundo
Energía eléctrica	30 mva
Líneas telefónicas	3,000 unidades

para que con esto el megaproyecto de san Buenaventura pueda dar a los turistas que requieran de sus servicios la mejor atención, en lo que respecta a sus instalaciones.

Por lo que respecta a la inversión que en el proyecto se estima tenemos lo siguiente:

CONCEPTO	RUBRO	TOTAL
I Terreno	10,220	10,220
II Obras Básicas de Infraestructura		
1) Subestación eléctrica	1,277	
2) Central telefónica	894	
3) Agua potable, captación, conducción	4,197	
III Obras complementarias-infraestructura		3,803
1) Planta potabilizadora	859	
2) Planta tratamiento de aguas negras	1,826	
3) Electrificación y alumbrado	1,118	
IV Obras Marítimas		6,857
1) Rellenos	6,058	
2) Muros de contención	799	
V Urbanización		5,450
1) Terminal transporte terrestre	255	
2) Plazas y jardines	511	
3) Estacionamientos	85	
4) Malecón	757	
5) Vialidades	3,842	
TOTAL		39,669

FUENTE: FONATUR

Por lo que respecta a la inversión que en el proyecto se estima tenemos lo siguiente:

CONCEPTO	RUBRO	TOTAL
I Terreno	10,220	10,220
II Obras Básicas de Infraestructura		
1) Subestación eléctrica	1,277	
2) Central telefónica	894	
3) Agua potable, captación, conducción	4,197	
III Obras complementarias-infraestructura		3,803
1) Planta potabilizadora	859	
2) Planta tratamiento de aguas negras	1,826	
3) Electrificación y alumbrado	1,118	
IV Obras Marítimas		6,857
1) Rellenos	6,058	
2) Muros de contención	799	
V Urbanización		5,450
1) Terminal transporte terrestre	255	
2) Plazas y jardines	511	
3) Estacionamientos	85	
4) Malecón	757	
5) Vialidades	3,842	
TOTAL		39,669

FUENTE: FONATUR

Al analizar un proyecto como este, un punto de suma importancia es la rentabilidad del mismo, y en este caso tenemos que por los nuevos objetivos del fondo, de lograr el desarrollo turístico del país en un marco de escasez de recursos, pero conservando la orientación y los objetivos para el crecimiento armónico y eficiente, se decidió que la mejor alternativa para el desarrollo del proyecto, es la asociación de FONATUR con inversionistas privados para la construcción de las obras de urbanización, marítima y de infraestructura, inclusive la ampliación de las obras del lugar.

De esta manera, se constituirá un fideicomiso que tendrá como fideicomisarios al grupo de inversionistas con el 74% del valor estimado de las obras, y a FONATUR con el 26% de la aportación del terreno, en el cual se fijará claramente que la supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo especificaciones del proyecto y normas de uso de suelo, recaerá en FONATUR.

Se estima que el tiempo de ejecución de las obras será un plazo no mayor a 12 meses; será factible y conveniente iniciar la venta de los predios al quinto mes de desarrolladas las obras, de tal manera que al término de las mismas, haya un avance de las ventas de un 30%, y el resto de la tierra a realizarse en un plazo no mayor de un año.

En el esquema siguiente se muestra de una manera más clara la recuperación de lo invertido.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Total
I Aportaciones en especie					
a) FONATUR	14.64				14.64
b) Inversionistas: obras de infraestructura, urbanización y equipamiento	10.20	--	--	--	10.20
TOTAL	24.84	--	--	--	24.84
II Recuperación de la venta de lotes	39.04			---	39.04
a) Hectáreas vendidas					
b) Precio por m2 (en dólares)	14.97	35.35	--	---	50.32
c) Ventas anuales	103.3	103.3	--	--	103.3
d) Recuperación de ventas. Ingreso anual	15.46	36.52	--	--	51.97
III Resultado para FONATUR					
a) 26% ventas	5.41	18.19	17.42	10.95	51.98 13.51

FUENTE: FONATUR

Como se observa, la rentabilidad del proyecto es altamente satisfactoria, considerando además que la instrumentación del mismo se hará bajo las directrices, normas y objetivos que FONATUR ha establecido en este megaproyecto, sin asumir riesgos de inversión financiera.

CONCLUSION

Conociendo que el turismo es una actividad completamente dinámica y que debe modernizarse constantemente, se ha expuesto el estudio de un megaproyecto con un carácter pleno de importancia, ya que obteniendo el desarrollo y éxito que de este estudio se espera, podemos afirmar que sus alcances pueden ser tan sólidos como los establecidos, remarcando en este punto, la importancia que tiene el Administrador como pieza fundamental desde el inicio y final de los estudios que como éste se puedan realizar, atribuyendo dicho éxito a la capacidad de análisis, planeación y organización con que cuenta el Administrador.

Es importante hacer mención de que como en todo proyecto intervienen factores que conllevan a un arduo y minucioso trabajo; dichos factores como pueden ser el económico, político, social o cultural son atendidos por los especialistas en el ramo, sin embargo, esto hace destacar la capacidad que tiene el administrador para integrar dichos factores y lograr de la combinación de ellos la culminación del proyecto.

Sirve entonces, este estudio de San Buenaventura, como una confirmación de la importancia que tiene el Administrador en el desarrollo de un plan como el expuesto, el cual permite destacar las habilidades, capacidad y entrega profesional que deben mostrar en el desarrollo de las actividades inherentes al mismo.

Su desarrollo no es limitado solo a estas actividades, ya que su formación le permite asumir la responsabilidad de un proyecto, sin contar con el apoyo de manera directa de otras disciplinas.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Banamex; Examen de la Situación Económica de México; mensual; febrero 1990 volumen LXVI número 771.
- 2.- Cárdenas, Fabio; Comercialización del Turismo; edición primera, editorial trillas.
- 3.- Censo INEGI; 1990
- 4.- Fonatur; Ciudades Turísticas, Una estrategia mexicana de desarrollo; 1988.
- 5.- Fonatur; Cancún; Un desarrollo turístico integral en Quintana Roo, 1989.
- 6.- Fonatur, Huatulco; Un desarrollo turístico integral en Oaxaca. 1989.
- 7.- Fonatur; Ixtapa; Un desarrollo turístico integral en Guerrero, 1989.
- 8.- Fonatur; Los Cabos; Un desarrollo turístico integral en Baja California Sur, 1989.
- 9.- García Villa, Adolfo; Planificación y evaluación del turismo; primera edición 1984, cuarta reimpresión 1991; editorial limusa.
- 10.- Nacional Financiera; Mercado de Valores; quincenal marzo 15 de 1990 número 6.
- 11.- Secretaría de Programación y Presupuesto; Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994.

12.- Secretaría de Turismo; Estadísticas básicas de la actividad turística, 1989.

13.- Secretaría de Turismo; Estadísticas básicas de la actividad turística, 1990.