



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**División de Ciencias Sociales
y Económico- Administrativas**

**Desarrollo Turístico en Xcalak: Análisis
de sus Perspectivas Mercadológicas**

TRABAJO MONOGRÁFICO

Para obtener el grado de
Licenciado en Sistemas Comerciales

Presenta:

Jorge Alberto Barrera Ángeles

SUPERVISORES:

M.C. Rafael Romero Mayo

M.C. Karen Diane Eaton

M.C. Crucita Aurora Ken Rodríguez

Chetumal, Quintana Roo 2004

043949

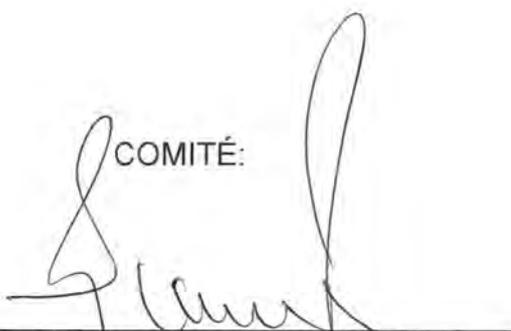


UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Trabajo monográfico elaborado bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de: Licenciado en Sistemas Comerciales

COMITÉ:

SUPERVISOR:


M.C. Rafael Romero Mayo

SUPERVISOR:


M.C. Karen Diane Eaton

SUPERVISOR:


M.C. Crucita Ken Rodríguez

Chetumal, Quintana Roo, Mayo de 2004

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Son muchos los caminos que el hombre recorre en su breve existir, son mucha las inquietudes, las ideas y los deseos. Unos minutos y unas letras no bastan para describir la inmensa felicidad que radica en mi cuando pienso que este es el cierre de un ciclo mas en mi ya no tan breve vida, instantes como estos son los que la llenan de felicidad, haciendo que esta parezca eterna. La lista de sentimientos experimentados puede ser extensa, pero no tanto como la de los agradecimientos a todas y cada una de las personas que estuvieron apoyándome de forma directa o indirecta, tal vez podría enlistarlos así.

Doy gracias a mi Dios por permitirme estar lleno de salud, al igual que mis seres queridos, por permitirme tener vida en vida, y a la vida gracias por darme la dicha de ser Universitario, inquieto, idealista, rebelde, y demás adjetivos que emanan de esta bella etapa.

Agradezco con mi infinito amor, admiración y agradecimiento a mi Padre, Ezequiel Barrera, por todo su incondicional apoyo e inteligentes consejos, por creer en mí hasta el final y porque jamás me dejó solo pese a la distancia.

A mi Madre, Martha Ángeles por enseñarme a ser independiente y cimentar lo que ahora soy, por educarme con este carácter, siempre fuerte ante la adversidad, por tus rezos y desvelos por mí, con todo el amor que sólo un hijo puede sentir por su madre, Te Amo mami y gracias por todo tu apoyo.

A mis hermanos Bigui y Javi, que vieron siempre latente mi ilusión por conseguir un título universitario y saben lo mucho que esto representa para mí, así como lo mucho que me ha costado conseguir este logro, el no poder ver crecer de cerca a mis 4 pequeños niños Ari, Lizette, Adán y Javier, sobrinos esto es suyo.

A mi abuela Ana Barrera, por estar siempre pendiente de mí y de los míos mientras yo no estaba, gracias abuelita, siempre valorare los centavos que usted me daba en cada viaje.

Familia Álvarez Rodríguez, en especial Sra. Noemí, por ser mi segunda madre jamás podré pagar su apoyo y cariño, sus regaños y su hospitalidad Dios la bendiga.

Ing. Luciano Álvarez, lo prometido hermano, aquí tienes mi monografía con el cariño de un verdadero amigo, gracias por estar siempre pendiente de mí.

A toda mi familia y amigos en México (Tony, Víctor, Alex, Arturo, Marisela, Edgar, Juan) que siempre me recibían con ilusión y me despedían con nostalgia, pero con la firme convicción de que valdría la pena el sacrificio de estar lejos, los quiero.

EN CHETUMAL

A mi primo y amigo, Lic. Ignacio Zaragoza Ángeles, gracias por aceptarme y soportarme unos meses en tu casa, de igual manera a ti Yolis, mil gracias por todo.

Maestras Karen Eaton y Crucita Ken, gracias por su apoyo incondicional, como maestras asesoras y amigas, por preocuparse y estar pendiente de mí, esta monografía es nuestra.

Profesor Rafael Romero Mayo gracias por su incondicional asesoría y paciencia.

Un infinito agradecimiento a todos mis amigos, a mi hermano Marco Antonio Jiménez " Che" por estar siempre a mi lado, compartiendo el pan y el vino, las dulces y las amargas, las risas y las interminables lágrimas, por ser mi familia y estar siempre al pendiente de éste, tu latoso amigo, gracias hermano.

A Salvador Pérez, " Chavita", por partir el pan y convertirlo en dos, "ya comiste", siempre recordare y extrañare aquellas interminables platicas, gracias mi hermano.

A mi amigo Juan Pablo Peraza, por todo tu apoyo y compañía en esta nueva etapa de mi vida, gracias hermano.

A mi querida amiga Karla Almanza, por su incondicional apoyo, siempre recordare tu grata compañía hermanita.

A la Familia Cervantes Maya, especialmente a ti Cinthia, gracias por tu cariño, por soportarme y estar junto de mi aunque a veces no me diera cuenta, te quiero.

A la familia Moro Díaz gracias por apoyarme siempre, dios los bendiga.

A mis bohemios e idealistas amigos, Alfredo Fernández, Eduardo Morentin y Gerardo Bonilla, siempre recordare esas veladas que me hicieron sentir universitario donde confabulábamos y jugábamos a cambiar todo, algún día haremos algo muy grande.

Gracias a todos pero principalmente a dios por permitirme concluir con tantas satisfacciones otra etapa de mi vida.

INDICE

	Pp.
INTRODUCCIÓN	1
I. EL TURISMO COMO OBJETO DE ESTUDIO	3
1.1 Conceptualización del turismo	3
1.2 Conceptualización del turista	7
1.3 Tipología y Clasificación de las actividades turísticas	10
1.4 Convergencia conceptual del turismo.....	17
1.5 Ecoturismo: Definición y principales características	20
II. GENERALIDADES HISTÓRICAS Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN QUINTANA ROO	26
2.1- Antecedentes del turismo en Quintana Roo	26
2.2 Situación actual del Turismo en Quintana Roo	31
2.3 El proyecto Mundo Maya	39
2.4 El proyecto de Costa Maya	41
III. XCALAK Y EL ECOTURISMO	45
3.1 Antecedentes Históricos.....	45
3.2. Características generales del poblado	49
3.3 El ecoturismo en Xcalak como una alternativa de desarrollo sustentable	51
3.4 Descripción de la infraestructura e insumos naturales para el ejercicio del ecoturismo comunitario	54
IV. PERSPECTIVAS MERCADOLÓGICAS DEL POBLADO DE XCALAK	59
4.1. Conceptualización del Marketing	59
4.1.1 Producto turístico y ciclo de vida del producto turístico	60
4.2. Tipología del Turista (Segmentación de Mercados Turísticos)....	63

4.2.1 Análisis de los Factores Externos e Internos que influyen en la ejecución de la actividad turística en Xcalak	65
4.3 Directrices recomendadas para la desarrollar ecoturismo comunitario	69
4.4 Principal Mercado del Poblado de Xcalak	70
4.5 Sustentabilidad del Turismo Mediante la Gestión de la nueva Tecnología para el Marketing de Destinos Turísticos	72
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	81

INDICE DE CUADROS

	Pp.
Cuadro 1. Componentes del Ecoturismo	25
Cuadro 2. Ciclo de vida del producto turístico (Spring Breakers ¿El Mercado?)	35

INDICE DE TABLAS

	Pp.
Tabla No. 1 crecimiento de la infraestructura hotelera en la isla de Cozumel, 1960-1983	29
Tabla 2: Descripción del crecimiento hotelero, por número de habitaciones y año de inicio de operaciones del hotel	30
Tabla 3: Características generales de las viviendas, 1995	49
Tabla 4. Principales países emisores de ecoturistas	71

INDICE DE MAPAS

	Pp.
Mapa No. 1 Mundo Maya: México (península de Yucatán), Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador.....	41
Mapa No.2. Corredor Rivera Maya y Costa Maya, Quintana Roo.....	44

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad muy importante a nivel mundial, ya que genera gran cantidad de ingresos para las naciones que la practican. En la actualidad ha sufrido una gran serie de cambios debido a las diferentes conductas de los consumidores, así como a los factores mundiales que la influyen directamente, como lo son la crisis económica presente a nivel mundial, conflictos mundiales y atentados terrorista y demás fenómenos, producto de la globalización que hoy en día vivimos.

Quintana Roo, nuestro estado, basa su economía en esta actividad, teniendo en la región norte de su geografía una gran infraestructura hotelera que vivió sus años de mayor esplendor a finales de los 70s y a lo largo de la década de los 80s.

Los tiempos han cambiado no sólo para la zona norte de la entidad, sino también para la parte sur, quien basó por mucho tiempo su economía en el comercio de productos de exportación.

En la actualidad la situación es otra, el norte intenta incursionar en nuevos proyectos turísticos que le permitan percibir mayores ingresos y diversificar la oferta turística, prueba de esto son los intentos de creaciones de Home Ports en Playa del Carmen, Xcaret y Puerto Morelos; por otra parte los dilemas ambientales que emanan de la construcción de hoteles en áreas protegidas. Mientras tanto la incorporación de la zona sur en la economía es fundamental, se buscan actividades turísticas que generen ingresos económicos sin perjudicar el medio ambiente como en la región norte.

Por su parte el gobierno estatal impulsa proyectos en la región sur de la entidad, para tener alternativas de desarrollo como lo es el proyecto Costa Maya, donde se encuentra ubicado el poblado de Xcalak, que también en alguna época (1950) gozo de gran auge y plenitud económica.

El presente estudio pretende hacer un análisis de la actividad turística en el estado, enfocándose principalmente en el análisis de la comunidad de Xcalak, pretendiendo identificar algunas de las perspectivas que tiene su inserción en el sector Ecoturístico. Basado en los insumos naturales con los que cuenta la región, así como las actuales tendencias turísticas.

CAPITULO I

EL TURISMO COMO OBJETO DE ESTUDIO

El turismo es una disciplina que nos permite analizar y estudiar desde diferentes ópticas, la naturaleza de esta actividad favorece a realizar constantes estudios teórico-prácticos.

Con el propósito de hacer más digerible el presente trabajo monográfico iniciaremos por abordar el significado de la palabra turismo, posteriormente analizaremos la definición del turismo y finalmente los conceptos que emergen del desarrollo que dicha actividad ha tenido.

1.1 Conceptualización del turismo.

En un primer acercamiento podemos decir que las palabras turismo y turista poseen la misma raíz, diferenciados solamente por los sufijos -ista, -ismo, por lo que primeramente estudiaremos la palabra *tour*¹; Para Luis Fernández, esta palabra data documentalmente del año de 1760 y aparece en el intransitivo, "to make a tour, mencionando que con anterioridad (Específicamente el año de 1746) donde aparece la frase, *to take a turn*" (*in or about a place, especialy Riding or driving*) (Fernández.1985.21).

Para algunos diccionarios la palabra, "tour" procede del vocablo inglés solo como un galicismo² del francés *tour*. Esto podría dar pie a creer que la invención o el nacimiento de las palabras *turismo* y *turista* sean de origen inglés, para dar nombre a esta actividad primeramente iniciada en dicho país (Fernández.1985).

¹ Palabra en ingles que significa ir de viaje

² Palabra o característica fonética, morfosintáctica o semántica de la lengua francesa empleada en otra lengua.

“Desde un punto de vista etimológico, encontramos que ambas palabras provienen del latín, cuyas raíces *tour* y *turn*, emergen de *tournus* (tomo) y *tomare*” (redondear, torear, labrar a torno, o en el latín vulgar, girar) (Fernández, 1985.21).

Por su parte Arthur Haulot, ofrece la probabilidad de que la palabra sea de origen hebreo, ya que la palabra *Tour* en el antiguo e inexistente Hebreo moderno, la palabra significa " viaje a descubierta", reconocimiento o exploración (Haulot en Fernández.1985.22).

Podemos decir que dentro de este fenómeno existen dos elementos claves: el Turista y el Turismo. El primero que obviamente involucra al sujeto y el segundo que representa todo su entorno y todos los elementos que emergen de este. Entre los autores más importantes encontramos a Glucksmann (1929), que decía que el Turismo es un vencimiento de espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen un lugar de residencia.

Schwinck, lo define como “el movimiento de personas que abandona temporalmente el lugar de su residencia permanentemente, por cualquier motivo racional con el espíritu, el cuerpo o la profesión”. (Schwinck en Fernández, 1985.24).

En el año de 1930, Burmann lo describe basándose en el concepto de viaje de placer característico de la primera mitad del siglo XX, sin pasar por alto las necesidades motivacionales del individuo en cuestión "turista". “Turismo es el conjunto de los viajes, cuyo objeto es el placer o motivos comerciales,³ profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo” (Burman en Fernández.1985.24).

³ Algunos autores aceptan esto, siempre y cuando los bienes adquiridos sean para autoconsumo o que la intención principal de esta compra no sea revenderlos para lucrar con ellos, aquí podrá haber la contradicción del concepto turista, recordemos que el viaje pretende que no sea con fines de lucro. O también podemos observar el brote de una actividad turística, denominada turismo comercial.

El mismo año Fernández Fúster, cita a dos autores, refiriéndose al turismo de esta manera, [...] *sobre este aspecto del placer, Roscherd y Strander que lo califican de "consumo de lujo" [...]* "Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con el objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura o para llevar acabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales" (Roscherd y Stander, en Fernández.1985.25).

Algunos autores consideran que es importante no confundir o interpretar el turismo como un problema transporte, ósea con tránsito de turistas. El turismo empieza precisamente ahí, cuando este tráfico termina, en el puerto, al requerir un servicio como producto.

Podríamos decir que el turismo puede ser un concepto derivado del tráfico, que tuvo sus inicios en la prehistoria. También podemos decir que de este concepto emergen una serie de actividades tan cambiantes como el comportamiento humano y su influencia en su entorno ambiental, económico, cultura, entre otros.

La definición expuesta por Glucksmann (1940) años antes de la II Guerra Mundial se postula así, "Turismo es la suma de las relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeraamente en lugar de estancia y los naturales de ese lugar" (Glucksmann en Fernández.1985.25).

Benscheidt, también de la escuela berlinesa, retoca la definición expuesta con anterioridad, y la presenta así, "El conjunto de relaciones pacificas entre viajeros que se detiene en un sitio; las personas no domiciliadas ahí y los naturales de la región"⁴ (Benscheidt en Fernández.1985.26).

⁴ Esta relacion es para el desarrollo de la localidades con potencial turistico, que debera beneficiar a la poblacion local.

Otra definición, no menos importante es la expuesta en *The English Dictionary* (Oxford, 1950, s.v) se encuentran las palabras Turista y Turismo, con fechas de 1800 y 1811 respectivamente, en donde se analiza de la siguiente manera:

TOURIST: One who makes a tour, specially one who does this for recreation; one who travels for pleasure or culture, visiting a number of places for their objects of interest, scenery or the like.

TOURISM: the theory and practice of touring; travelling for pleasure. Use, depreciatory.

Para Francisco de la Torre, "el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladen desde su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural" (De la Torre.1991.33).

Erick Miolan lo define como la "industria sin chimeneas" y en su libro *Turismo: Nuestra Industria Sin Chimeneas*, particulariza al turismo de la siguiente manera: "...es bueno, porque deja beneficios en todos los órdenes [...] produce divisas en abundancia a los países que lo desarrollan; es una actividad económica de gran rendimiento, con mayor rapidez, menor inversión y menor riesgo [...] Es una fuente de trabajo importantísima y contribuye eficazmente al progreso de las áreas preferidas, siempre y cuando posean recursos aprovechables turísticamente [...] fomenta el buen entendimiento y la convivencia humana, ya que destruye los odios que separan a los hombres, y enseña a los pueblos a vivir en paz, en alegría y en felicidad [...] contribuye al desarrollo de la cultura de los pueblos, de su arte, de la música, de su folklore. "El Turismo es, a mi juicio, un fenómeno social,

económico, político y cultural, que ha producido para su propio beneficio”⁵ (Miolán, 1994.6).

Algunos autores dividen la actividad turística en tres vertientes, para aquellos que lo observan desde el punto de vista del desplazamiento o cambio de lugar, hacen mención de las corrientes turísticas observándolo desde el lado dinámico. Para otros, que observaban el término o la llegada de estas corrientes a determinados lugares, lo definían por el lado estático, el de la estancia.

Existió otra vertiente más, la del lado teológico⁶ del desplazamiento. Tres factores interesantes, sin embargo, pocos lo visualizaron desde el punto de vista de flujos o salidas de mercado, tal vez esta faceta no era tan importante porque se ignoraba la aparición del turismo de masas y los efectos derivados de este. Para la década de los cincuentas y setentas el turismo cobró gran importancia y se comenzó a visualizar desde el punto de vista de la fuga, un término muy interesante que abarca no sólo la salida de personas, sino también de capitales.

A estas alturas y compartiendo algunas ideas de los autores mencionados anteriormente, podemos hacer un primer acercamiento al concepto para fines de este trabajo.

Para nosotros, el turismo es el conjunto de actividades, relaciones o fenómenos que emergen del desplazamiento (viajes) permanente de un (os) individuo(s), de su lugar de residencia o domicilio, en cuanto dichos desplazamiento no sean principalmente motivados por una actividad lucrativa.

Para continuar con el análisis de esta interesante actividad es imprescindible definir al principal protagonista de dicha disciplina, el turista.

⁵ El fragmento de Ángel Miolán aquí reproducido es, como lo indica el libro *Turismo: Nuestra industria sin chimeneas*, una charla del ex Secretario de Estado, encargado de la Dirección Nacional de Turismo que pronunció en la sesión del Club Rotario de Santo Domingo el 19 de marzo de 1968.

⁶ El término “teológico” evoca al estudio de las divinidades y la religión – teo – Dios / divinidad – logía – estudio, tratado, ciencia.

1.2 Conceptualización del turista

“Se designa turista a toda persona, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión, que entre en el territorio de un Estado contratante, distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual, y permanezca en él veinticuatro horas cuando menos, y no más de seis meses, en cualquier periodo de doce meses, con fines de turismo, recreo, deporte, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o de ocio, sin propósito de inmigración” (De la Torre. 1991.33).

Esta puede ser una buena definición, sin embargo es muy extensa. El término turista es muy amplio, su inicio y su final puede causar ciertos problemas o dificultades para definir cuando se es, o no, un turista, pese a la amplitud del concepto. Retomando el lado teológico de la actividad turística, observamos que ésta nos introduce a la gama de motivaciones por las que atraviesa el turista. Una breve reseña sobre éstas podría ser las que producen los viajes por motivos de salud, de reposo, de deportes, de diversión, de religión o peregrinación, los motivos culturales (educación, formación profesional, conocimiento del mundo, del arte, del idioma, entre otros). Otro apartado de estos, que permite separar de manera inmediata son los viajes que presentan un interés lucrativo⁷ (agentes comerciales, trabajadores agrícolas temporales) o los de estancias derogadas por una actividad u obligación profesional (cuerpos diplomáticos, miembros del ejército destacados en otros países).

La Organización Mundial de Turismo (OMT) propone la siguiente definición para turista, “un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado” (Naciones Unidas/ OMT-1993.20).

⁷ Dichos viajeros no son considerados como turistas para algunos autores, otros mas crean un apartado para estos y lo definen como turismo de negocio, industrial, por mencionar algunos, más adelante hablaremos de manera más profunda acerca de éstos.

El turista a se subdivide en tres grupos, los No residentes (extranjeros), el turismo procedente del extranjero, o no residentes (nacionales) también llamado turismo domiciliario para el turismo interior; los nacionales residentes en el extranjero y miembros de la tripulación.

La misma OMT, conceptualiza el término visitante como "toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses, a un país o ciudad distinta aquella en el que el tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita es el hacer una actividad que se remunere en el país visitado" (OMT.1993.20).

Una vez conceptualizado visitante se deriva la siguiente variante: Visitantes de día, de fácil interpretación y como su nombre lo indica, es aquél que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado.

Algunos países como España clasifican el movimiento turístico en dos:

- viajeros en tránsito
- viajeros de entrada autorizada para estancia inferior a veinticuatro horas

El primero establece que son viajeros en tránsito aquellos pasajeros de líneas marítimas cuyos barcos hagan escala en los diversos puertos marítimos visitados. La estancia en el puerto está en función del motivo de la escala, el itinerario establecido o las necesidades que lo llevaron a parar. La actividad o el flujo de viajeros se da mientras el navío carga combustible, víveres o mercancías.⁸

El segundo, turista de veinticuatro horas⁹, es una forma típica que presenta el turismo receptivo, sus características son:

⁸ Obsérvese que no se trata de turistas que tengan como meta de su viaje o recorrido visitar el puerto donde descienden, esto quiere decir que no es aplicable al turismo de cruceros. Son turistas de escala o tránsito, la convergencia con el turismo de cruceros es que en ambos el barco es empleado como hotel, restaurant, bar entre otros.

⁹ En algunos países no se le considera propiamente como turismo, se contabiliza aparte de los turistas de pasaporte y de los de tránsito en puertos, en Italia se le conoce como excursionistas. A este se le llama también turismo golondrinas, es importante no confundirlo con los frontiers, término que se le da a los trabajadores extranjeros de las zonas fronterizas vecinas que cruzan a diario la frontera.

- producir un tráfico cercano a la frontera de entrada
- salida por el mismo puesto fronterizo
- duración máxima de veinticuatro horas y
- no necesitar pasaporte, basta con la autorización de la policía del puesto fronterizo (Fernández.1985.31).

Existe otra denominación, el llamado excursionista, esta modalidad comprende a todos aquellos visitantes en tránsito o escala, que pasan menos de una noche, pueden visitar el país uno o dos días, y posteriormente regresar al barco o tren para dormir. En este rubro encontramos tres grupos; el visitante de día que definimos con anterioridad, el pasajero de crucero y el de tripulaciones (se refiere a las tripulaciones, que no son residentes en el país visitado, pero permanece todo el día).

Expuestos algunos antecedentes de la concepción turística, y apegándonos al concepto común y corriente de la palabra, el Turismo, podría decirse que no es más que la representación de un "viaje de placer". En la actualidad mucha gente lo estima de esta manera, es difícil de comprender que dentro de este, se sumen a las estadísticas otro tipo de viajes; No se puede dejar pasar por alto que, el turismo como fenómeno social, se encuentra inmerso en un proceso de cambio permanente, que lo obliga a ajustarse a las necesidades de su cambiante entorno social, permitiéndole o llevándolo a la creación de todo un prisma de tipologías (que se integran a las estadísticas) que se ajustan a las actividades demandadas del turista.

1.3 Tipología y Clasificación de las actividades turísticas.

Las actividades relacionadas entorno a un viaje turístico son muchas y muy variadas, la tipología de la actividad turística está directamente relacionada con la diversidad de factores motivacionales y satisfacción por los que atraviesa el

turista, quien a su vez demandará sectores turísticos que cumplan con sus expectativas, deseos, gustos o necesidades.

Es importante mencionar que tanto la tipología de la actividad turística como la del turista¹⁰, se pueden segmentar, esta última está en función directa al nivel económico y nivel cultural, entre otros. En el capítulo cuarto abordaremos este tema a fondo.

Por su parte, la tipología de la actividad turística actualmente es amplia dada la importancia que el turismo ha adquirido a nivel mundial. Los criterios para dividirla o distinguirlos unos de otros pueden basarse en los servicios ofrecidos, los atractivos del destino visitado, entre otros. Los tipos de turismo más conocidos actualmente son:

Turismo de sol y playa.

“El turismo de sol y playa fue la actividad tradicional del siglo XX, la moda más extendida en la población turística mundial, aunque hay zonas en el mundo donde comienzan a dejar de serlo” (Montaner.1996.170).

Turismo cultural.

Se entiende en el sentido amplio, “el conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar al turista conocimientos para ampliar su cultura desde su perspectiva del tiempo libre y de la civilización del ocio, basado en manifestaciones culturales, folklóricas, visitas a monumentos y museos, asistencia a cursos o seminarios, festivales de música, teatro, recorrido de rutas e itinerarios histórico – monumentales” (Montaner.1996.175).

Por lo general, el nivel de ingresos y de educación del turista cultural es superior a la media. Suelen hacer viajes largos, alojarse en hoteles e interesarse por las compras. Normalmente pertenecen al grupo de edad de 45 a 60 años. Los turistas

¹⁰ La primera representa a la oferta de lugares, espacios o sitios entre otros; el segundo, la demanda, al (os) individuo (s) con sus características, económicas, sociales, culturales y motivacionales.

culturales han viajado por el mundo, por lo que buscan constantemente nuevos lugares de destino. Por lo general, esperan un alojamiento de calidad, aunque, para muchos, el atractivo del lugar de destino es más importante que esta exigencia, cuando el lugar de destino objeto de su interés sólo puede ofrecer instalaciones modestas.

Dentro del turismo cultural existen turistas jóvenes, cuyos viajes obedecen a propósitos educativos, también constituyen un segmento en expansión. Si bien las visitas de escolares o universitarios cada vez son más habituales en sitios de interés turístico cultural, un gran porcentaje de los mismos son turistas nacionales, aunque el turismo internacional está experimentando igualmente una fuerte expansión.

Turismo verde.

El turismo verde es "la actividad que implica un interés científico e instructivo por la montaña, el paisaje, la flora y la fauna, especialmente en espacios protegidos como parques nacionales, parques naturales, reserva de la biosfera, parajes naturales"(Montaner.1996.174).

Turismo Industrial.

Esta actividad consiste en visitas programadas a empresas – agrícolas, industriales y de servicios- donde se tiene un especial interés por su producto o servicio, instalaciones, producción, entre otros.

Turismo Deportivo.

Esta es una actividad tradicional en el tiempo libre y vacacional. En la actualidad esta actividad ha cobrado gran auge, debido a la incorporación del deporte de aventura, las principales actividades deportivas que se encuentran en este rubro son:

- Deportes náuticos.

Esta actividad es ya tradicional y se ha desarrollado en los países que cuentan con recursos ecuestres, actualmente existe una amplia variedad de actividades dentro de este rubro.

- Deportes de invierno.

Esta es otra actividad tradicional dentro del deporte turístico, algunas de las modalidades son, el esquí nórdico, esquí alpino, cars, trineo.

- Caza y pesca deportiva.

Esta también es una actividad tradicional, sujeta a normas, licencias y permisos que otorgan las autoridades competentes de los diferentes países.

- Golf.

Esta es otra actividad turística enfocada al turismo de minorías, con alto poder adquisitivo que les permite frecuentar este tipo de lugares (Montaner.1996.175).

Turismo de aventura.

Este tipo de turismo cuenta con dos principales actividades: deportes de aventura y viajes o circuitos de aventura.

Turismo Urbano.

Esta actividad se desarrolla en las grandes ciudades durante un tiempo más o menos prolongado, oscila entre un fin de semana y una semana. Las actividades a desarrollar van desde visitas urbanísticas, culturales, histórico- monumentales, actividades de compras, gastronomía, entre otros.

Al igual que el turismo rural, el turismo urbano abarca muchos subsegmentos diferentes especializados del turismo (por ejemplo, vacaciones cortas, cultura y patrimonio, deportes, naturaleza) y ambos son importantes desde el punto de vista de la creación y el refuerzo de la imagen, para facilitar el marco que favorezca la comercialización de los segmentos de submercado, y para poder ofrecer asimismo una visita o gira turística de interés general.

El turismo urbano hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad de población. Suelen ser viajes de corta duración (de uno a tres días), por lo que puede afirmarse que está estrechamente vinculado al mercado de las vacaciones cortas.

El turismo urbano quizá atraiga a un sector más amplio del mercado del turístico a diferencia de otra tipología de esta actividad. Por lo general, "las visitas a los lugares de interés y la vida nocturna despiertan el interés de las parejas sin hijos; las atracciones de las ciudades, como los parques temáticos y los museos, son más frecuentados por las familias; y las parejas cuyos hijos ya no viven en casa, así como las personas de la tercera edad, muestran mayor interés por las atracciones culturales" (OMT.2002.333).

Turismo rural.

El turismo se denomina turismo rural cuando la cultura rural es un componente clave del producto en el mercado. El rasgo distintivo de los productos turísticos en el sector del turismo rural es el deseo de ofrecer a los turistas un contacto personalizado, un gusto por la dimensión física y humana del entorno rural y, en la medida de lo posible, la participación de los turistas en las actividades, tradiciones y estilos de vida de los habitantes de la zona.

Es el conjunto de actividades que se desarrollan en contacto directo con la naturaleza y la vida del campo, en pequeñas poblaciones rurales, Se concreta en actividades agrícolas, de conocimientos de la vida cultural de la población rural, paseos a pie para conocer los parajes naturales, la flora y fauna del lugar. Incluye también la practica de deportes en ríos, lagos, montañas, organización de cursos de cocina y gastronomía local (OMT.2002.334).

El turismo rural incluye el agroturismo, que hace referencia al turismo basado en recursos agrícolas. "El agroturismo permite a los agricultores diversificar sus

actividades, aumentando al mismo tiempo el valor de sus productos" (Montaner.1996.175).

Turismo de Cruceros.

Hoy en día es la actividad turística que más se ha democratizado¹¹, no sólo en el factor económico, sino también en los períodos de tiempo que duran los paseos.

El turismo de los cruceros se refiere a los viajes de placer en un velero o un barco. En el sector del turismo, el término "crucero" generalmente se refiere a un crucero marítimo, que normalmente incluye viajes en barco con varios lugares de destino, donde se desembarca por un corto período para visitar lugares turísticos en tierra. Estos barcos suelen estar perfectamente equipados, ofrecer instalaciones de esparcimiento y deportivas, y un alojamiento "todo incluido"¹².

Los viajes en crucero también pueden incluir viajes en veleros pequeños, como navegación en flotilla, cruceros pequeños, cruceros fluviales, barcos sin tripulación o yates de fletamento. Sin embargo, el presente informe sobre este segmento de mercado se centra en los cruceros marítimos.

"Los cruceros de lujo normalmente son más pequeños que los cruceros para el mercado de masas y apenas hay cabida para varios cientos de pasajeros. Los viajes son costosos, por lo que los clientes suelen ser parejas cuyos hijos ya no viven en casa y personas de la tercera edad "(OMT.2002.336).

Parques temáticos

El turismo temático es un sector del turismo con un enfoque relativamente específico, donde el motivo de los viajes es el interés por un asunto en particular. El lugar constituye a menudo un factor secundario, al tratarse simplemente de un telón de fondo para el asunto. El turismo temático incluye parques temáticos,

¹¹ Existen paquetes muy económicos que permiten que estén al alcance de mas consumidores, y por otra parte los periodos de duración de estos varían desde 3 días hasta un mes o una semana.

¹² La isla de Cozumel es un destino turístico que ejerce activamente esta actividad turística.

turismo de salud, turismo de trabajo, turismo de naturaleza, turismo religioso, entre otros.

Estas son atracciones específicas, con un objetivo concreto; centrados generalmente en un asunto específico y con una amplia oferta de esparcimiento y experiencias (como paseos, espectáculos, restaurantes y bares) en torno al asunto en cuestión. Los parques temáticos no siempre son exclusivamente de esparcimiento, sino que pueden ser de carácter educativo o informativo (aunque a menudo tienen un carácter lúdico y de fácil acceso).

Está generalmente reconocido que el concepto de parque temático comenzó con la construcción de Disneyland en Anaheim, California, en 1956. Un año antes, Walt Disney propuso esta idea de construir un parque de atracciones en el que las visitas a en todas las atracciones o las atracciones serían de carácter temático o relacionado con los personajes de sus películas.¹³

El nivel de ingresos o cultural de los visitantes a los parques temáticos no parece ser uniforme. "Algunas tendencias son específicas de determinados parques temáticos (a menudo algunos con un tema muy marcado, como los parques temáticos de ciencias), pero en general acuden a ellos visitantes de muy diversa índole" (OMT.2002.339).

La aparición de los parques temáticos y su popularidad consiguiente ha introducido una nueva tendencia: las vacaciones familiares cortas. El mercado de las vacaciones cortas solía centrarse principalmente en las parejas; sin embargo, cada vez es mayor el número de familias que toman unas vacaciones cortas o de fin de semana para celebrar un cumpleaños o complacer a sus hijos

Reuniones y conferencias.

¹³ Los parques temáticos pueden ser catalizadores del crecimiento de nuevos destinos basados únicamente en el esparcimiento temático, como se ha demostrado en Orlando. Por consiguiente, brinda una oportunidad a los destinos o las regiones de generar o fomentar el turismo.

Las reuniones y conferencias forman parte del sector conocido como MICE¹⁴ (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones). Las reuniones y las conferencias también pertenecen al segmento del turismo conocido como turismo de negocios.

El turismo de las reuniones y conferencias se refiere a las "actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia, o de acompañar a una persona que participará en la misma" (OMT.2002.340).

Turismo de naturaleza.

Esta actividad turística la definiremos en el objetivo 1.4, para la OMT y algunos autores, el turismo de naturaleza es el mismo que el ecoturismo o al menos el que más se le aproxima.

1.4 Convergencia conceptual del turismo

Con la intención de facilitar el análisis de la actividad turística algunos autores y organizaciones dedicados al estudio de esta disciplina, se han dado a la tarea de clasificarlo por rubros según sean las actividades que en este se realicen o las necesidades que satisfagan a su consumidor, "turista" o "excursionista".

En este apartado pretende analizar las diferentes clasificaciones de las actividades turísticas, para posteriormente hacer un análisis teórico de cuándo y dónde convergen cada una de estas actividades, intentando así esclarecer los mitos y confirmar las realidades existentes para facilitar su estudio. Debemos reconocer que pese a la amplia fragmentación que tiene la actividad turística, la conceptualización de las actividades puede llegar a ser un poco ambigua o subjetiva, por lo cual éste existe una constante convergencia en la ejecución de dicha actividad.

¹⁴ Por sus siglas en inglés, Meetings, Incentive, Conference and Expositions

Un ejemplo claro y que frecuentemente se presenta, es que algunas personas relacionan al turismo arqueológico con áreas rurales o despobladas, pero la realidad demuestra lo contrario, un turista que decide viajar a la Ciudad de México¹⁵ y visita el Zócalo Capitalino, Palacio Nacional¹⁶, el Museo y las sitios arqueológicos del Templo Mayor¹⁷ está realizando turismo arqueológico, cultural en una gran ciudad, que se considera dentro del rubro del turismo urbano. Si a esto le agregamos una salida de compras, una visita a un parque de diversiones y por si esto fuera poco, el motivo principal o uno de los mitos por los que el turista está en esta ciudad es el de asistir como ponente a un congreso sin remuneración económica, es interesante ver la gran variedad de actividades turísticas que se presentan con un simple viaje.

A partir de esto surgen dos preguntas, ¿se considera que se está realizando turismo de congresos o urbano? Aquí se representa claramente que hay acciones hechas por el turista que no son exclusivas de una actividad turística.

Otro aspecto interesante, retomando el mismo ejemplo, ¿qué pasaría si el individuo en cuestión va por motivos de negocios o simplemente recibe una muy buena remuneración económica por presentarse en dicho congreso, y manejando otras dos variables más, una que se hospede y pernocte en la ciudad y la segunda que sólo pase ahí un periodo de horas no superior a las 24, también es importante saber si es extranjero o nacional. Para efectos estadísticos, ¿cuál sería la actividad que se tomaría en cuenta para clasificarlo y cuantificarlo, ya que realizó varias acciones que según la teoría son propias de una sola actividad? Por otra parte, ¿es turista? ¿Visitante? o ¿Excursionista?. Lo que pretendemos esclarecer es que existen acciones que no son exclusivas de alguna actividad turística, sino un híbrido de dos o más actividades turísticas que circunstancialmente convergen en un mismo lugar.

¹⁵ Debido a la gran infraestructura y volumen poblacional, se considera que está dentro del rubro de turismo Urbano, según la OMT.

¹⁶ Esta actividad se considera dentro del apartado de turismo cultural.

¹⁷ Existen algunas ciudades que conservan aún vestigios arqueológicos pese al gran proceso de urbanización que fueron víctimas.

Una de las confusiones más frecuentes es la correspondiente al turismo de cruceros, actividad que en el norte de nuestro estado ha cobrado mucho auge y erróneamente se cree que este genera grandes divisas a los puertos donde embarcan o atracan, como la Isla de Cozumel. Para empezar a esclarecer este tema partamos por decir que en esta actividad el destino es el crucero, no los puertos que éste visite. Los puertos visitados son meramente un complemento de la actividad turística. En que lo sustentamos, en que los viajes en crucero son todo incluido: alimentos, peñortan en el barco, bebidas, shows, tiendas de souvenirs, entre otros¹⁸.

La industria de los cruceros mueve prácticamente toda la economía de las islas de las golondrinas, pero los beneficios no se refleja en los habitantes. Están consolidados en grandes monopolios y en realidad es poco lo que permiten que gasten los turistas en los puertos donde hacen escala. "Un ejemplo claro es el de Los Melia, dueños del monopolio naviero en Cozumel, quienes acaparan cerca del 80 por ciento del dinero de los turistas, dejando que gasten dinero fraccionario en compras de pulsos de plata en el primer plano de la ciudad, negocios que por si fuera poco son propiedad de extranjeros" (Diario Que Quintana Roo se Entere. 28 de Marzo de 2003. Por Carlos Fletes).

Por otra parte años atrás estábamos acostumbrados a relacionar al turismo de manera inmediata con actividades de sol y playa, en sitios paradisíacos (Cancún, Los Cabos) donde podría ser todo un lujo visitarlos debido a lo elevado que podría ser disfrutar de alguno de estos destinos costeros que ofrecieran este tipo de placer¹⁹. Esta actividad era propia de minorías y consumidores con un alto poder adquisitivo. Difícilmente se ejecutaba el turismo domiciliario, esta oferta turística estaba generalmente al alcance del turismo extranjero, principalmente el europeo y norteamericano, quienes podrían dejar "una mayor derrama económica

¹⁸ Se presenta uno de los primeros mitos, el destino es el crucero y por consiguiente la derrama es para el propietario de este.

¹⁹ A finales de la década de los setentas y a lo largo de los ochentas principalmente, era muy difícil que se diera un flujo de turistas nacionales a destinos exclusivos como lo era Cancún, si bien en la actualidad no es gratis viajar en Cancún, las posibilidades de que un nacional visite estos destinos por el declive que atraviesan, sumado a otros factores externos.

para la localidad²⁰. Paradójicamente, años más tarde, esta situación cambiaría ya que este destino está infestado de paquetes de viaje todo incluido. En la actualidad se promueve el crecimiento del turismo domiciliario en esta localidad, bajo el slogan "Cancún a la vuelta de la esquina". Irónicamente, resulta que el mercado que antes despreciaban, hoy lo invitan a asistir a este polo turístico.

Por otra parte y como alternativa para los turistas locales surgen gran cantidad de balnearios, que se atiborran de familias en temporadas vacacionales o puentes de días festivos. Es un turismo de masas locales o excursionismo de masa locales, ya que en la mayoría de los casos no pernoctan en estos balnearios, debido a que su poder adquisitivo no se los permite o que estos destinos no cuenten con esos servicios.

A grandes rasgos estos son algunos casos donde se presenta convergencia conceptual del turismo así como algunos de los mitos existentes en la actividad turística. Por último mencionaremos de una actividad donde se presenta gran convergencia de las actividades turísticas: el ecoturismo, actividad que es relativamente joven y que a nuestra percepción no es más que un híbrido del turismo rural, verde, arqueológico, de aventura, cultural, de naturaleza²¹, regulándose mediante el desarrollo sustentable o bajo impacto ambiental y priorizando los beneficios para la comunidad en dónde se desarrolla esta actividad. Este es el tema que nos interesa en este trabajo monográfico.

1.5. Ecoturismo: Definición y Principales Características.

Según Ceballos Lascurain (1987) Viajar a áreas naturales, relativamente sin disturbios o no contaminadas, con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar del paisaje y su flora y fauna silvestre, tanto como manifestaciones culturales existentes (pasadas y presentes) que se encuentran en estas áreas.

²⁰ Una realidad más, la derrama económica queda en su mayoría en el bolso del inversionista que generalmente es extranjero.

²¹ Obsérvese el esquema que se presenta al final de este capítulo donde mostramos la amplia convergencia de actividades que engloba el concepto y la actividad turística.

En el siguiente punto abundaremos más en la Conceptualización de esta actividad turística.

Héctor Cevallos Lascurain fue uno de los pioneros que incursionaron en el concepto del ecoturismo, que inicialmente se empleó para describir los viajes basados en la naturaleza a zonas relativamente recónditas, poniéndose énfasis en el componente educativo. Sin embargo, el concepto ha evolucionado hacia un enfoque científico de la planificación, la gestión y el desarrollo de actividades y productos turísticos sostenibles.

Años más tarde el ecoturismo se conceptualiza de la siguiente manera: "aquella modalidad turística ambientalmente respaldable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y pasado) que pueden encontrarse ahí, tienen baja impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico para los pobladores locales" (Ceballos.1998.7).

Ecoturismo es un término vago para un campo amplio. De acuerdo con Tamara Budowski, el ecoturismo es una parte de un campo llamado turismo de naturaleza que incluye cinco subconjuntos:

El turismo científico, en el cual investigadores, científicos y estudiantes realizan sus labores en el campo.

Ecoturismo, en el cual los viajeros aprenden acerca de las inter-relaciones entre los organismos vivos en las diferentes áreas naturales.

Viajes suaves de historia natural, en los cuales las personas disfrutan el estar al aire libre pero no tienen necesariamente un tópico específico de interés.

Viajes duros de historia natural, en los que organizaciones como las de observadores de aves llegan para una gira formal, con un interés específico. Viajes de aventura, incluyendo alpinismo y piragüismo. Este es el segmento de mayor crecimiento del mercado turístico mundial

A partir de estas definiciones (entre otras), encontramos que, a grosso modo, las dos grandes tendencias sobre la conceptualización del ecoturismo son:

En un turismo de naturaleza.

En un turismo sostenible.

Una última definición de "ecoturismo" es la dada por La Sociedad para el Ecoturismo ("The Ecotourism Society"):

"Viaje responsable a áreas naturales que conserva el ambiente²² y sostiene el bienestar de las personas locales"²³ (www.ecotourism.org).

Esta corta declaración define, clara y sustancialmente, los dos componentes del ecoturismo que son cruciales para su sustentabilidad anterior.

- Por otra parte la WWF, propone otra definición, el término " *ecoturismo comunitario*", lleva la dimensión social más allá. Este es un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se queda con la comunidad. La definición supone algunas formas de responsabilidad colectiva y aceptación de órganos representativo. (WWF.International.2002).

²² La preservación y conservación de la biodiversidad y del hábitat local es muy importante ya que es el capital que sostiene al ecoturismo. Si este capital es dilapidado, se desvanecerá la misma base de los proyectos turísticos.

²³ Las poblaciones locales deben participar en él y obtener beneficios económicos de los proyectos ecoturísticos, no únicamente porque de hecho son miembros del ecosistema local, sino también porque tales beneficios les darían los incentivos necesarios para participar en la conservación de la biodiversidad.

El PNUMA (Programa de las Naciones Unidas por el Medio Ambiente) y la organización mundial del turismo han identificado que algunas otras características generales del ecoturismo son las siguientes:

- *La experiencia del visitante no sólo incluye la apreciación de la naturaleza sino de las culturas indígenas prevalecientes en las áreas naturales;*
- *La educación e interpretación es parte de la oferta turística;*
- *Lo organizan empresas pequeñas, generalmente y aunque no exclusivamente, de propiedad local, para grupos pequeños (aunque hay que reconocer que ciertos operadores foráneos también venden y organizan viajes de ecoturismo)*
- *Se minimizan los impactos negativos en la naturaleza y el ambiente sociocultural;*
- *Se apoya la protección de las áreas naturales mediante la generación de beneficios económicos para los administradores de dichas áreas naturales;*
- *Se suministran ingresos y empleos alternativos para las comunidades locales;*
- *Se aumenta la conciencia de los habitantes locales y visitantes sobre la conservación (WWF.International.2002).*

Mediante este enfoque la WWF apoya, al mismo tiempo los principios generales de equidad social e integridad cultural y las políticas de reducción de la pobreza que guían a muchos programas de desarrollo. Desafortunadamente muchas iniciativas de pequeña escala de turismo basado en la comunidad han fracasado debido a una falta de asesoramiento comercial, organización, calidad y promoción (WWF.International.2002).

El Centro de Ecoturismo en la Universidad de Pretoria define el término "ecoturismo" con una gran precisión, al considerarlo una experiencia turística, de carácter instructivo y participativo, a lugares tanto naturales como culturales, que garantiza el uso sostenible y adecuado de los recursos naturales, y, al tiempo que brinda oportunidades económicas viables para el sector del turismo y las

comunidades anfitrionas, asegura unos beneficios a todos los interesados directos en el sector del turismo.

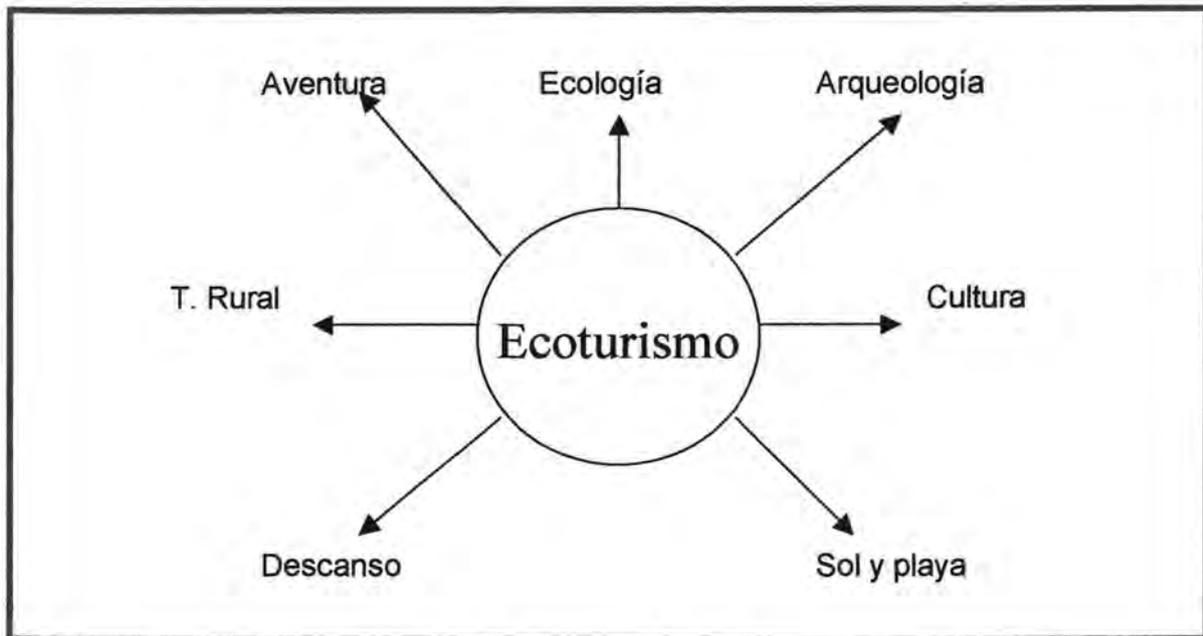
La Sociedad del Ecoturismo define el ecoturismo simplemente como el turismo responsable que conserva los entornos naturales, velando asimismo por el bienestar de los habitantes locales.

No sólo varía la definición de ecoturismo, sino también en número calculado de "ecoturistas" en todo el mundo. Basándonos en la definición de Sociedad de Ecoturismo, se estima que unos 30 millones de turistas internacionales (es decir, cerca del 5 por ciento de todas las llegadas turísticas internacionales) disfrutaron de unas vacaciones ecoturísticas en 1998. Sin embargo, muchos viajes ecoturísticos son nacionales, y solamente en Estados Unidos se calcula que 20 millones de personas hicieron un viaje ecoturístico en 1998.

El ecoturismo recibe denominaciones muy diferentes: turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo ambiental o ecológico, expediciones científicas, intercambio cultural, aprendizaje de idiomas, viajes culturales, proyectos de restauración de los suelos, viajes a zonas inexploradas, safaris para descubrir la naturaleza (inclusive la observación de aves y de los delfines, los paseos en elefante, los safaris de gorilas, la observación de los osos polares y otros mamíferos.

Cuadro No. 1

Componentes del Ecoturismo



Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que el ecoturismo, aun siendo un concepto relativamente nuevo, que abarca distintas actividades turísticas. Según algunas revistas de viajes y fuentes del sector turístico, el ecoturismo es el segmento con una expansión más rápida en el sector de los viajes. Los viajeros, al igual que la mayor parte del público en general, están sensibilizándose en materia de medio ambiente, esta tendencia da espacio para pensar en el poblado de Xcalak, cuya región cuenta con gran potencial natural para el ejercicio de esta actividad.

En el siguiente capítulo podremos ver como los cambios en el ambiente turístico nos están llevando a un enfoque del turismo común a un turismo nuevo.

CAPITULO II

GENERALIDADES HISTORICAS Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN QUINTANA ROO.

2.1- Antecedentes del turismo en Quintana Roo.

Nuestro estado ha sido víctima de varias economías de enclave, la pesca, el chicle, la copra, las maderas preciosas. A partir de la década de los 60²⁴ se presenta la actividad turística como alternativa de desarrollo para muchos países y pueblos geográficamente insertados en el caribe, desde la zona oriental, hasta la región occidental que abarca el estado de Quintana Roo.

2.1.1. Cozumel, la cuna del turismo Quintanarroense

Al hacer referencia de los antecedentes históricos del turismo en el Estado, es obvio enunciar la bella isla de las golondrinas, Cozumel. Podría decirse que en esta isla se engendraron los primeros proyectos de la actividad turística, impulsados por visionarios como Refugio Granados en los años 20 hasta Nassin Joaquín tres décadas más tarde (Dachary y Amaiz. 1998.395).

Los factores que influyeron para que la isla de Cozumel fuera pionera en la actividad turística son varios, su belleza, las circunstancias y antecedentes históricos, que la convirtieron en uno de los primeros íconos de la llamada industria sin chimeneas²⁵.

Cozumel es la mayor de las islas de la República Mexicana, con una superficie de 46 231 has²⁶, se ubica en el Mar Caribe a los 20° 1' 20" latitud norte y 86° 57' 12" Longitud Oeste (FIDECARIBE. 1992).

²⁴ Nos referimos a que se presenta como una principal opción para el desarrollo y generación de recursos económicos, ya que hay muestra de instalaciones pioneras de la actividad turística en la isla de Cozumel, entidad que se promocionó por primera vez a finales de los años 20 según Cesar Dachary y Arnais en un estudio realizado en 1985.

²⁵ También puede versele como el primer mito de la tan llamada industria sin chimeneas.

²⁶ Contando las islas menores aledañas. La extensión de islas propiamente hecha es de 46, 210 has.

La paradisíaca isla tiene una vertiginosa historia, en donde el turismo es la actividad económica dominante, y correspondiente a las tres últimas décadas, existiendo antecedentes de esta actividad en los primeros años del siglo pasado, "la inauguración del primer hotel isleño fue en el año de 1928, El Gran Hotel Louvre" (Velásquez.1981-1984.31). Para el año de 1948 El Hotel Yuri y El Playa, figuraban en los directorios comerciales del mismo año (Méndez, en Dachary y Amaiz.1985.395).

Sigue una paulatina construcción de hoteles en la isla; para la década de los 50 se construyeron los hoteles: El Caribe Isleño y Las Cabañas del Caribe, y entrados los sesentas se levantaron los hoteles pilares del turismo, el auge no se hizo esperar y para el año de 1967 llegaron a la isla 33000 turistas de los cuales el 72% eran extranjeros y el restante 28% nacionales (Dachary y Amaiz.1998.395).

Hasta la década de los 70s da inicio un turismo organizado, los pioneros, aventureros y la realidad no coincidían en las primeras cinco décadas con las posibilidades de la región. Los visitantes se caracterizaban por ser exóticos extranjeros, agentes de viajes, empleados militares y federales o políticos de paso. La falta de medios de comunicación agudiza esto hasta la década de los cuarenta, cuando a consecuencia de la segunda guerra mundial el gobierno de EEUU, con autorización del gobierno federal construyen el primer aeropuerto moderno (Dachary y Amaiz.1985.9).

Dachary y Stella Amaiz, en el año de 1985 realizan un estudio efectuado para SECTUR y CIQRO, en el cual atribuyen tres elementos en el desarrollo del turismo moderno en la isla de Cozumel, otorgándole características propias que lo diferencian del resto del estado y otros polos turísticos, haciendo una reflexión de estos tres puntos, coincide en lo siguiente:

- a) Tenemos que a partir de la década de los 50 la producción coprera comienza a decaer; la causa principal de esta fue la presencia torrencial de los ciclones. La producción chiclera disminuye en el período de la pos- guerra, los tiempos de los precios altos y las grandes ventas quedan en el pasado, el mercado chiclero comienza a decaer a mediados de los cincuentas. El viejo sistema intensivo de explotación de la selva ya no tiene presencia y declina a mediados de esta década.
- b) Las circunstancias visionarias de ciertos pioneros, como William Chamberlian coinciden en la existencia de un reducido número de inversionistas de la localidad, cuyas intenciones es incursionar en el ejercicio turístico y logran mantener este desarrollo en manos del capital nacional.²⁷
- c) Los cambios presentados en la década de los setentas en el ámbito territorial. Se inicia el proceso de modernización, fenómeno que se presentaba a nivel nacional. La revolución Cubana implica un bloqueo de uno de los destinos turísticos de Estados Unidos, obligando a reorganizar los viajes por el Caribe.

Sumado a esto, la existencia de insumos de primer nivel para realizar la actividad turística en la localidad. Esto incita a un cambio en la forma de producción que prevalecía en la isla. El cambio de economía en la región era latente a partir de los cincuentas, realizando la transición de la copra-chicle al exterior al turismo predominantemente extranjero. El cambio radical estaba ahí, toda la estructura social y económica de la isla se enroló al desarrollo de esta nueva actividad.

Según Dachary (1985), el turismo en la isla de Cozumel comenzó a tener éxito a partir de 1957 cuando llegaron a la isla ocho turistas (al parecer extranjeros) en un vuelo de la línea TAMSA de Mérida a Cozumel, los visitantes traían consigo la revista Holiday en donde aparecía un artículo sobre el lugar escrito por Richard Humpey y su esposa, amigos de Charles Fair que llegaron a Cozumel por su recomendación.

²⁷ Solo buenas intenciones, ya que años más tarde gran parte del capital no está en poder nacional.

De esta manera, la agricultura se vio desplazada por los empleos turísticos, los navegadores se dieron a la tarea de transformar sus pequeñas embarcaciones en barcos turísticos, los adinerados capitalistas de Cozumel se convierten en pequeños empresarios turísticos. En fin un cambio total.

Para medir el desarrollo de Cozumel, a partir de su incursión en el turismo, lo podemos hacer en términos del desarrollo de su infraestructura de servicios turísticos, así como el uso que los visitantes hacen de ésta. Para la década de los cincuenta se inicia la construcción de los hoteles de desarrollo turístico. En los próximos 10 años (1960-1970) él numero de hoteles se incrementó en un 200%, por consiguiente la oferta de cuartos es mayor (Dachary y Arnais.1985.10).

Se considera que en el periodo comprendido entre los años de 1960 y 1975, es una de las etapas de máximo crecimiento, ya que en los siguientes años se mantiene en la media nacional. Las siguientes tablas muestran el desarrollo de la infraestructura hotelera desde los cambios más recientes hasta los pioneros complejos hoteleros.

Tabla No. 1 crecimiento de la infraestructura hotelera en la isla de Cozumel, 1960-1983

AÑO	CATEGORÍA (Numero de hoteles)					TOTALES	INCREMENTO %
	I	II	III	IV	V		
1960	—	39	—	14	—	53	—
1965	—	90	—	14	26	130	145
1970	91	177	99	33	49	449	245
1975	275	266	237	200	113	1,091	143
1978	506	437	355	120	178	1,596	46
1979	506	437	370	139	201	1,653	4
1980	506	441	396	144	225	1,712	4
1981	506	441	409	144	225	1,725	1
1982	506	512	413	159	225	1,815	5
1983	506	512	413	159	233	1,823	0.4

FUENTES: Actividad Turística en Cozumel, Q.R. -

FONATUR. Actividad Turística en Cozumel, Q.R. - SECTUR.

Tabla 2: Descripción del crecimiento hotelero, por número de habitaciones y año de inicio de operaciones del hotel.

HOTELES	AÑO EN QUE INICIAN OPERACIONES	INICIA OPERACIONES	NUMERO DE CUARTOS					PERSONAL OCUPADO	EMPLEADOS POR CUARTO
			1967	1968	1969	1970	1971		
Categoría I									
1. Presidente	1969	91	—	—	91	91	91	150	1.65
Totales		91	—	—	91	91	91	150	1.65
Categoría II									
1. Cozumel Caribe	1964	34	65	84	84	84	84	107	1.27
2. Cabañas del Caribe	1958	9	30	50	57	57	57	72	1.26
3. Playa Azul	1962	5	40	40	40	40	40	53	1.33
Totales		48	135	174	181	181	181	232	1.28
Categoría III									
1. Cantarell	1966	60	60	60	60	60	60	52	0.87
2. Mara	1970	39	—	—	—	39	39	38	0.97
3. Caribe Isleño	1956	14	27	27	27	27	27	14	0.52
Totales		113	87	87	87	126	126	104	0.83
Categoría VI									
1. López	1963	9	12	12	12	14	14	6	0.43
2. Bungalows El Dorado	1969	10	—	—	10	12	12	2	0.17
3. Candela amueblados	1969	8	—	—	8	8	8	3	0.38
4. El Pirata	1971	12	—	—	—	—	12	3	0.25
5. Malibú	1970	6	—	—	—	6	6	2	0.33
6. Candela Hotel	1963	4	4	4	4	4	4	2	0.5
7. Coldwell	1966	4	4	4	4	4	4	3	0.75
Totales		53	20	20	38	48	60	21	0.35
Categoría V									
1. Yoli	1964	14	14	14	14	14	14	5	0.36
2. Flores	1970	9	—	—	—	9	9	3	0.33
3. Martín	1961	7	7	7	7	7	7	3	0.43
Totales		30	21	21	21	30	30	11	0.33

FUENTE: Banco de México, S.A. Infratur

2.2 Situación actual del Turismo en Quintana Roo

Son muchos los destinos turísticos ofrecidos por la entidad, pero al hablar acerca de grandes complejos turísticos en el Estado es sumamente indispensable mencionar a Cancún. La historia de Cancún es muy corta en comparación a la de Cozumel e Isla Mujeres. El gobierno mexicano había comenzado su camino por el mar en la región sur del país, al descubrir las riquezas y potencialidades, redefine sus estrategias y políticas.

2.1.2 El Paradisiaco Cancún.

En la línea del tiempo, un poco antes del surgimiento de Cancún como proyecto federal, en Quintana Roo ya había proyectos de desarrollo turístico, en Isla Mujeres y la Isla de Cozumel. Su consolidación como destino turístico se dio en forma paulatina, no en una carrera desenfadada. Cozumel se consolidó como uno de los puntos más competitivos en el sector turismo de cruceros en el área del Caribe (Velásquez.2002.228).

Para la década de los 60 se sientan las bases del éxito de lo que luego sería el proyecto Cancún. Sin el auge turístico de Cozumel, primero, e Isla Mujeres posteriormente, Cancún no hubiera podido en tan corto plazo lograr el éxito que tuvo. Las islas crearon la fantasía, Cancún lo capitalizó y México pasó a ser el gran centro del turismo en lo que sería el gran polo turístico mundial: el Caribe (Dachary y Arnais.1998.396).

Las expectativas creadas por las islas fueron la antesala para el impresionante éxito que tuvo Cancún. Se demostró que los grandes centros turísticos se hacen virtualmente, sino de vivencias que fabrican todos y cada uno de los visitantes y los pobladores oriundos de la localidad, en una relación mágica donde fluye la amabilidad.

Hace 24 años no había en esta desértica isla nada más que playas vírgenes. El gobierno mexicano a través del FONATUR -el fideicomiso dedicado a la promoción turística de México- planearon con todo detalle la creación de una ciudad turística en esta angosta franja de arena, que de un lado se asoma al Mar Caribe y del otro la Laguna Nichupté.

FONATUR en su carácter de fideicomiso del Gobierno Federal en la Nacional Financiera. Tiene como objetivo o actividades relevantes, adquirir, urbanizar, fraccionar, vender, administrar y arrendar bienes inmuebles, otorga garantías sobre préstamos concedidos a personas físicas o morales, invierte en fideicomisos turísticos, concede créditos directos o celebra operaciones de descuento con la banca inmediata para el uso de planes y paquetes de turismo social (De Almeida. 1994.85).

Los 80 trabajadores que iniciaron el proyecto fueron los primeros habitantes del lugar. De ahí en adelante Cancún no ha detenido su proceso de crecimiento. Este es un megaproyecto turístico "cuidadosamente diseñado, cuyos resultados se ven a simple vista" el atractivo principal son las playas de suave arena blanca, las aguas color turquesa y el clima tropical, sin considerar el impacto ambiental consecuente.

La urbanización de la ciudad y la zona hotelera comenzó en el año de 1970 en dos fases: la primera, prácticamente terminada, que incluye la ciudad y la zona hotelera hasta donde se encuentra el Hotel Sheraton. La segunda fase consiste en la construcción de hoteles y áreas residenciales de acuerdo a las necesidades de la ciudad hasta Punta Nizuc, e incluye los proyectos de Puerto Cancún y Malecón Cancún (San Buenaventura).

En la actualidad, Cancún es una realidad que alberga a las principales cadenas multinacionales de hoteles, donde funcionan cientos de restaurantes y se prestan servicios turísticos de óptima calidad. Este polo turístico ofrece una amplia gama de actividades para mantener ocupados a sus visitantes, pero para aquellos que

cuentan con el tiempo suficiente, éste es un buen lugar para iniciar una aventura y explorar sus alrededores.

En las cercanías de Cancún hay islas tropicales como Cozumel e Isla Mujeres; los recintos ecológicos de Holbox y Contoy; sitios arqueológicos como Tulum, Cobá y Chichén Itza; atractivos naturales como la selva tropical con la que se topa uno con sólo recorrer un par de kilómetros.

El proyecto Cancún creció de una manera impresionante, posiblemente sus creadores intelectuales no imaginaron la magnitud que ha cobrado dicho destino turístico, pero ha empezando a mostrar problemas de diversa índole, si bien genera una gran cantidad de ingresos²⁸, da muestras ya del deterioro ecológico y social, posiblemente reflejo de una mala planeación. Por otra parte la afluencia turística no es la misma que en sus años de gloria y esplendor.

Ejemplificando lo anterior tenemos que en 1978 el edificio Cancún empezó a desarrollarse, diez años más tarde, este centro turístico creció increíblemente, incrementando su población de menos de 100 habitantes a 180, 000; de ningún hotel a 126 000 cuartos de hotel y de cero turistas a más de un millón. En 1998, Cancún arrojó el 30% del producto interno bruto al estado y el 19% a nivel nacional por este concepto. En enero de 1998 la Secretaria de Turismo informó que fueron más de cuatrocientos mil turistas los que visitaron Cancún, un 12% más que el año anterior (Diario de Quintana Roo. diciembre. 1998.1).

En el año de 1980, el rápido y exitoso crecimiento de Cancún, motivó a ambos gobiernos, federal y estatal a desarrollar la idea un corredor turístico a lo largo de 120 Km, al sur de Cancún²⁹ a lo largo de la costa, al sitio arqueológico de Tulum. El plan incluía playas vírgenes, sitios arqueológicos y otros atractivos naturales. Hoy conocidos como Riviera Maya antes corredor turístico Cancún – Tulum.

²⁸ Por cierto muy inferiores a los que reciben los verdaderos beneficiados, claro los inversionistas extranjeros.

²⁹ Los primeros indicios de expansión hacia el sur del estado, que entonces no requería del turismo como su principal actividad económica, ya que el comercio basado en la liberación de impuestos era la mejor manera de generar ingresos.

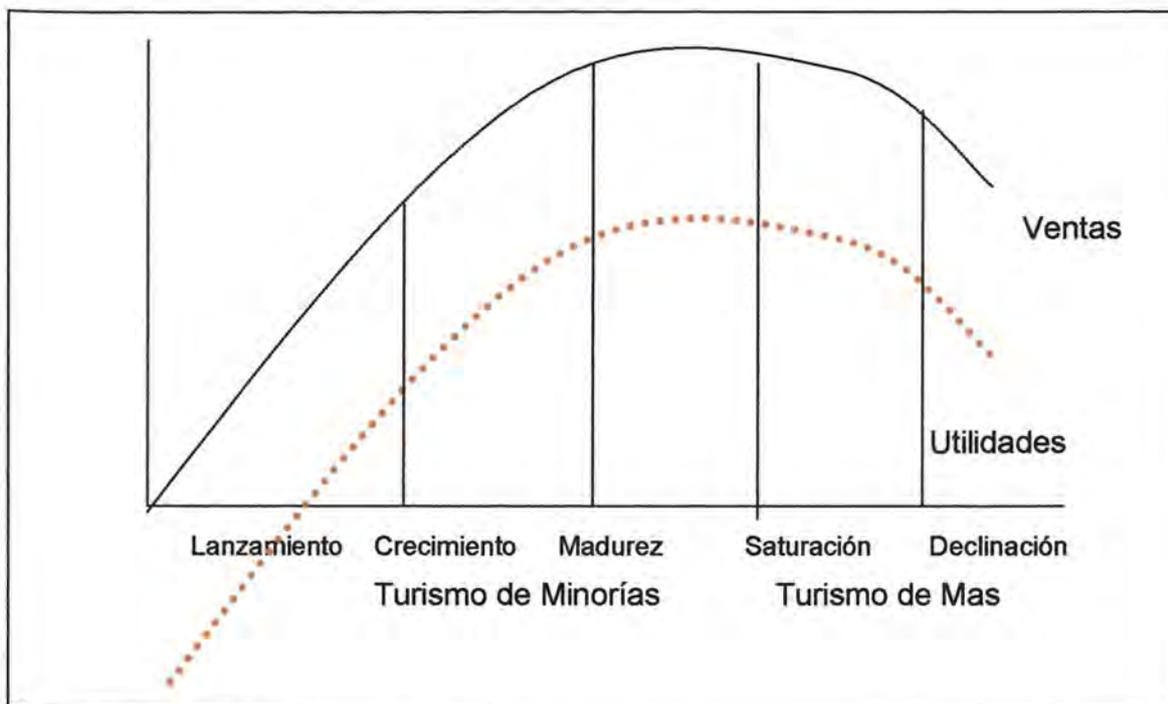
Desde el punto de vista mercadológico Cancún ha sido un producto que ha generado una gran cantidad de ingresos económicos y que para bien o para mal es un polo turístico digno de admirar o envidiar. Y como todo producto atraviesa por diferentes etapas, tiene un posicionamiento en el mercado definido, cuenta con características que lo diferencian de su competencia.

Cancún se concibió como un producto sumamente selectivo, insertado en un glamoroso y elitista mercado Caribeño, donde no cualquier persona tenía los recursos para asistir. Los principales consumidores de este producto serían los extranjeros, amantes del sol y playa deseosos de disfrutar el caribe mexicano. Para un nacional clase media era realmente difícil o prácticamente imposible visitar estas selectivas playas que irónicamente estaban en su país, pero lejos de su alcance.

Al pasar el tiempo la situación cambió, las tendencias del consumidor fueron otras, los hábitos de consumo en cuanto a destinos turísticos diversificó, aunado a esto, el crecimiento de Cancún continuó saturándose de complejos hoteleros que incrementaban la ya nutrida oferta de habitaciones en la localidad. La no detección oportuna del declinamiento o problemas en el producto, contribuyó a que Cancún dejaran de tener el éxito que tuvo en algún tiempo, o comenzara a perder la madurez obtenida, así como otros factores externos, ecológicos, conflictos y crisis mundial.

A continuación describiremos la madurez de un producto turístico, así como las fases que atraviesa para llegar a ésta. El concepto de destino maduro se deriva del modelo de ciclo de vida del producto y se identifica, básicamente con los siguientes pasos:

Cuadro 2. Ciclo de vida del producto turístico
(Spring Breakers ¿El Mercado?)



Fuente: (Butler.1985).

En la grafica podemos apreciar el ciclo de vida de cualquier producto, pasando por sus diferentes fases. Para Cancún se concibió su lanzamiento en la década de los 70, iniciando su crecimiento a principio de los 80, obteniendo su madurez a mediados y finales de la misma década. El turismo recurrente a este polo turístico era de minorías, refiriéndonos en parte al volumen de visitantes y al perfil de este, ya que generalmente asistían personas con alto poder adquisitivo en su mayoría extranjero, que se deleitaban de la nueva perla del caribe mexicano. Años mas tarde a mediados de los noventas inicia el periodo de saturación, donde se manifiesta un crecimiento en la misma oferta hotelera, como un cambio de consumidores o de mercado, ya que se los principales concurrentes a lo que anteriormente fue exclusivo paraíso son jóvenes conocidos como spring breakers, de origen norte americano, quienes viajan por medio de paquetes todo incluido disfrutando de lo que conocemos como Cancún, neon y concreto. Este tipo de turista dejan un poco derrama económica y perjudican la imagen del destino. Por

otra parte dada la considerable disminución de los costos del destino, existe el crecimiento del turismo nacional a quien paradójicamente antes se le cerraban las puertas por lo inalcanzable que era asistir a este destino.

La fase de estancamiento de un destino turístico se refleja, fundamentalmente, en una pérdida de competitividad en el mercado y frente a los segmentos que está sirviendo. En un mercado caracterizado por los rápidos cambios, el ciclo de vida de los productos tiende a acortarse drásticamente.

Este fenómeno, presente en todos los productos turísticos, inclusive en los de consumo masivo como los de sol y playa (Cancún), presiona a la oferta a un constante proceso de ajuste a las condiciones emergentes de la demanda y del mercado en su conjunto.

Para el caso de Cancún surgieron cambios drásticos de mercado, si bien lo que se oferta siempre ha sido sol y arena, los consumidores cambiaron de grupos de turistas de gran poder adquisitivo, atraídos por la novedad como destino, belleza y tranquilidad del caribe mexicano a un turismo consumidor de paquetes de todo incluido o spring breakers³⁰ que derraman pocos ingresos económicos en sus visitas, y que perjudican la imagen del destino turístico.

Otro fenómeno ocurrido en este atractivo turístico es que tuvo que abrir sus puertas hacia el mercado nacional, ya que por sus elevados precios, eran mínimos los nacionales que podían acceder a este polo turístico.

Actualmente este turismo, el domiciliario, es el que ha mantenido a flote la situación, muestra de esto es que la ocupación hotelera en la primavera pasada estuvo muy por debajo de la habitualmente esperada. Y el número de turistas nacionales que se dieron cita en las pasadas vacaciones de Semana Santa, fue mayor que el de años anteriores.

³⁰ El "spring break" es el caso concreto del turismo "All inclusive"

La dinámica de cambio resulta aún mayor si se considera que prácticamente todos los destinos turísticos internacionales, están permanentemente diversificando sus productos y mejorando sus herramientas de comunicación con el mercado (SECTUR.2003.22).

Es necesario recalcar la importancia de dotar de singularidad a un destino – en relación con sus competidores - y a cada uno de los productos que lo integran. En este contexto, destinos de playa que anteriormente gozaban de una imagen positiva en el mercado han ido envejeciendo, tenido que cambiar de segmentos de mercado hacia conglomerados de consumidores menos atractivos en términos del gasto que realizan, o bien sustituyéndolos por otros destinos que han logrado desarrollar un posicionamiento más atractivo vinculado con las actuales tendencias del consumo (SECTUR.2003.23.).

SECTUR en su boletín Hechos y tendencias del Turismo, del mes de marzo de este año, enlista una serie de puntos que se pueden utilizar para identificar la etapa de declive, considerando los siguientes:

- El total de visitantes y el número de turistas hospedados
- La capacidad de generación de efectos multiplicadores de los turistas que arriban al destino
- El comportamiento de la oferta hotelera por categoría y tipo de establecimiento hotelero
- El grado de utilización y de crecimiento de la oferta residencial
- La cuota de mercado con la cual participa el destino
- El comportamiento del gasto medio
- Caída de los precios de los servicios turísticos básicos
- La rentabilidad de las empresas
- El deterioro de las expectativas de los empresarios y de la Comunidad local
- El comportamiento de la estacionalidad y el crecimiento de los viajes de fin de semana

- Los niveles de inversión en infraestructura

En 1985, Butler señala que el declive de un destino también está relacionado con una creciente dependencia de turistas frecuentes, y por tanto una escasa capacidad para captar nuevos segmentos y diversificar mercados.

Un destino en declive mostraría otro defecto estructural importante: dependencia de los *tour operadores*. En todo caso para situar a un destino en una etapa de su ciclo de vida se requiere asociar diversos indicadores relativos a las características de la oferta del destino – incluyendo entre ellos a indicadores sobre el comportamiento de la comunidad local - y de los turistas que lo visitan (Butler.1985).

Algunos artículos periodísticos muestran la problemática existente en Cancún y el efecto causado en los empresarios de la región.

En la revista El Peninsular (2000) se menciona que la ocupación hotelera más baja de la historia de Cancún en plena temporada navideña, está causando preocupaciones más que graves a los empresarios del sector turístico local. Y es que las expectativas para la temporada de fin de año 1998-1999 eran más que halagadoras. Se esperaban hoteles llenos...pero hoy el panorama es muy distinto y los empresarios del sector no terminan por ponerse de acuerdo a que factor en específico echarle la culpa de este inesperado fenómeno.

Ni siquiera en pleno 24 y 31 de diciembre se pudo rebasar un 80 por ciento en promedio de demanda de habitaciones, cuando en otras temporadas era prácticamente imposible conseguir algún espacio en un hotel de la zona hotelera, y mucho menos en el centro, sin importar el número de estrellas³¹ (La Revista Peninsular.2000).

³¹ De hecho después de los atentados del 11 de septiembre la situación se deterioró aún más, con la baja ocupación y el despido masivo de empleados.

Y la pregunta inevitable es ¿Qué está pasando en Cancún?, ¿Acaso se está perdiendo mercado frente a la competencia de otros destinos del Caribe?. Lo cierto es que la economía mundial ha causado estragos en todas partes del país, sin embargo, Cancún se había logrado mantener al margen de esta situación, pero todo tiene un límite y llega.

El gobierno ha prestado atención a estos cambios, por lo cual desarrolla otras alternativas turísticas en el mismo estado, muestra de esto es la creación del proyecto internacional de Mundo Maya y Costa Maya.

2.4 El proyecto mundo maya

El Mundo Maya se define por los límites geográficos del antiguo imperio maya que se extendió a través de los países de Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras occidental y los cinco estados mexicanos de Yucatán, Quintana Roo, Tabasco, Campeche y Chiapas. El área total de aproximadamente 500,000 km cuadrados (Daltabuit.2000).

El proyecto Mundo Maya emerge de la cooperación entre los países de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y los cinco estados mexicanos de Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo en los cuales el principal interés es el de unir sus esfuerzos para promover la región como una opción turística que ofrezca múltiples destinos(Pérez.2001).

Parte integral del programa es el desarrollo regional que se espera sea estimulado por un incremento en el turismo. Esto también pretende traer como consecuencia el alza en el nivel de vida de los habitantes al crear fuentes de empleo, en el área de construcción de infraestructura, y en la implementación de nuevos servicios turísticos. Otro aspecto del programa es la participación de los habitantes locales en un desarrollo ecológico sostenible, llamado turismo comunitario o ecoturismo.

El proyecto Mundo Maya se inició en 1988 con una Reunión Regional en la que participaron representantes de las cinco naciones mayas, organizaciones internacionales y la firma THR de Barcelona en el que se definió el proyecto y estrategias de mercadotecnia. Existía el interés y la necesidad de involucrar a las comunidades locales en el sector turismo, en proteger el medio ambiente y salvaguardar el legado cultural y natural del área por medio de un desarrollo sostenible (www.mundomaya.com).

En 1992, representantes de los cinco países firmaron un convenio para crear una comisión regional, (los secretarios de turismo de cada país del Mundo Maya), un consejo directivo (un representante del sector público y uno del sector privado de cada país) y una secretaría ejecutiva (representantes del sector privado de las comisiones empresariales del Mundo Maya de cada país) para así dar forma a la Organización Mundo Maya.

En el periodo de 1991 a 1993, la Secretaría de Turismo de México y los representantes del sector privado de los cinco estados del Mundo Maya, crearon un programa de Fondo Mixto que funciona por medio de las contribuciones de los sectores federal, estatal y privado; el dinero recabado fue destinado a la promoción del Mundo Maya en el extranjero y a la integración regional (www.mundomaya.com)

El Caribe Mexicano posee también una de las mayores reservas de la biosfera en el mundo maya, con una extensión de 526,500 hectáreas esa selva tropical Sian Ka'an, protege especies como el manatí, monos, jaguares, ocelotes y caimanes en peligro de extinción. La pequeña Punta Allen, localizada dentro de la reserva, es un centro de reproducción de langosta.

Más de un millar de diferentes especies de plantas, algunas incluidas en la lista de especies en peligro de extinción, habitan la reserva. Más al norte, se encuentra Isla Contoy que es un santuario de aves protegido por las leyes federales. La

costa posee inagotables playas vírgenes, lagunas, ensenadas y bahías rodeadas de manglares.

Mapa No.1.

Mundo Maya: México (península de Yucatán), Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador.



2.4 El proyecto Costa Maya

El proyecto Costa Maya empieza en el año de 1992, cuando el entonces candidato a gobernador Mario Villanueva Madrid anticipó la puesta en marcha de un proyecto turístico para el corredor Mahahual-Punta Herrero. En el cual se impulsa la actividad de los viajes, mediante un tipo de turismo ecológico y arqueológico que esté en constante interrelación con la naturaleza (Pérez.2001).

Romero Mayo (1997) menciona, en base al programa de desarrollo turístico de 1993, "... que el desarrollo proyectado por el gobierno local para la Costa Maya se inscribe en la llamada "vocación" que tiene la zona para el turismo ecológico, de aventura y cultural, con especial énfasis en la cultura maya" (Romero,1997.84).

De conformidad con ese esquema se concibió un proyecto turístico para la costa sur de Quintana Roo, como una estrategia para el despegue definitivo en materia de desarrollo económico y social de esta región del estado, polarizada de manera importante con el corredor turístico del norte de la entidad. En la actualidad conocemos a este proyecto, como Costa Maya (Romero.1997.84).

El corredor Costa Maya se visualiza en la región comprendida desde Pulticub, sitio que colinda con el sur de la reserva de la Biosfera de Sia'an Kaán hasta el poblado de Xcalak, en el municipio de Othón P. Blanco. Es una superficie de 37,500-00-00 ha. Esta región abarca el litoral de la costa sur del estado de Quintana Roo, mismo que cuenta con el rico y diversificado sistema arrecifal mesoamericano(Pérez, 2001).

Según Daltabuit, el corredor Costa Maya es un proyecto paralelo e integral del megaproyecto internacional "Mundo Maya", el cual hace participes a cinco países: México, Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador, mismos, que se caracterizan por haber albergado a la Cultura Maya. Con ello se pretende impulsar el desarrollo sustentable en México y Centroamérica (Daltabuit.2000.48).

Se ha escrito que la zona costera de Majahual y Xcalak ofrece un importante atractivo por sus playas y por el arrecife costero, y que las iniciativas de este tipo de desarrollo turístico (baja densidad, orientada hacia la conservación de la naturaleza) ya han probado sus bondades en San Pedro, Belice (Camarena y Salazar, comp.,1991.203).

El interés por activar económicamente la región sur del estado es de suma importancia para el gobierno y recobrar los años de esplendor que se vivían a

finales de la década de los 80, ya que la caída del modelo económico basado en el comercio de las importaciones es inminente" (Hernández, 1993).

El propósito hoy, es incursionar en otro rubro, para detonar la actividad económica de la región. El sur [...] está maduro para un desarrollo de bajo impacto, y esto más en la Costa Maya que en ninguna otra parte [...] Esto significa que pequeños grupos que visiten las reservas, las playas, los arrecifes, los sitios arqueológicos y los poblados mayas [...] armonicen con el ambiente natural y el desarrollo controlado que no merme los recursos locales (Gobierno del Estado de Quintana Roo. 2000).

El Plan Maestro Costa Maya tiene preparado para Xcalak, el desarrollo de actividades turísticas, deportes acuáticos y pesca. Este poblado juega un papel protagónico en el desarrollo de este proyecto, ya que hablar de Xcalak, es mencionar un pueblo con historia, pareciera que este poblado ha sido un lugar olvidado y que recientemente empieza a tener alguna importancia, pero en realidad esta comunidad ha sido testigo de importantes periodos históricos. En la península de Xcalak hay vestigios de que la zona fue parte de una ruta comercial maya, posteriormente sirvió a los bucaneros y piratas y a finales del siglo XIX fue un campamento militar para detener a los mayas rebeldes. En el siglo anterior, el huracán Janet impidió su desarrollo, sin embargo la historia de Xcalak se sigue escribiendo (Amigos de Sian Ka'an. 1997)

Xcalak, localizada al sur costa caribeña mexicana, ubicado en la latitud 18° 16' 10", longitud 87° 50' 10", a 391 Km de Cancún y a 130 de Chetumal, ésta última, capital del estado de Quintana Roo. Para llegar a esta zona lo puede hacer por carretera, ya sea llegando desde Cancún o Chetumal, tomando la carretera 307.

Xcalak es una región que cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, como el buceo, la pesca deportiva, caminatas y paseos en lancha donde se contemple la flora y fauna de la región, todo esto dentro de una cordial compañía de los pobladores de la región.

Mapa No.2.

Corredor Riviera Maya y Costa Maya, Quintana Roo.



CAPITULO III

XCALAK Y EL ECOTURISMO

"Todo comenzó con la impartición de cursos de formación de guías en ecoturismo; en Quintana Roo se inició con el proyecto Costa Maya en la región entre Xcalak y Punta Herrero, aunque en realidad estaba enfocado principalmente hasta Majahual. Pocos meses después comienza una serie de obras en infraestructura para apoyar este proyecto. En términos generales, se construyó un muelle en La Aguada cerca de Xcalak, se reconstruyó el muelle en Chetumal, se construyeron pistas para aviones en Kohunlich y Xcalak, se mandó hacer el plan de desarrollo Costa Maya; se inició la construcción de hoteles, paradores turísticos, exploración de zonas arqueológicas (Velásquez.2002).

En la costa sur del estado de Quintana Roo se ubica la comunidad de Xcalak, en donde existe una gran riqueza cultural, histórica y de recursos costeros marinos. Xcalak es una pequeña población de pescadores fundada, de acuerdo a datos históricos, el 19 de mayo de 1900, como base de la "Flotilla del Sur" y constituyendo el primer astillero del Caribe Mexicano, pero en realidad su historia data de años más atrás.

3.1. Antecedentes Históricos

En el siglo XVI los piratas ingleses se apoderaron de gran parte de la costa e islas del Caribe, atacando a los barcos que transportaban oro y riquezas a España; por ello, durante décadas, los españoles trataron de defenderse construyendo fortificaciones como el fuerte de Bacalar. Sin embargo, los piratas mantuvieron asolada la región, intentando apoderarse de toda la Península en nombre de la Corona Inglesa (Programa Nacional Arrecifes Xcalak.2002.13).

Con la finalidad de encontrar el canal de Bacalar Chico, que se creía era un canal de entre 40 o 50m de ancho, el Ing. Miguel Rebolledo y el Teniente Othón P.

Blanco zarparon del puerto de Payo Obispo (Chetumal) en mayo de 1898 a bordo de un pequeño bote de vela, encontrando únicamente una pequeña entrada por donde pasaba un cayuco de pescador; canal que según los pescadores del sitio, había sido construido por sus antepasados. Como resultado de este viaje se descubre que el Cayo Ambergris prácticamente era parte integrante del territorio mexicano y no una isla como lo habían manifestado los ingleses. Como consecuencia de esto, México pierde el acceso directo a la Bahía de Chetumal quedando a merced de los permisos británicos (Dachary y Amaiz.1989).

Ante ello, el Brigadier Ortiz Monasterios, cónsul de México, comisionó al Ing. Rebolledo para encontrar un lugar donde construir un puerto. El sitio elegido fue una zona conocida como Xcalak, donde existían dos quebrados en la barrera arrecifal que permitirían la navegación. Estas actividades estaban encaminadas a la campaña militar de ocupación definitiva de esta zona con el objeto de cortar el suministro de armas a los mayas rebeldes de Quintana Roo, en lo que se denominó la Guerra de Casta, por lo que el Ejército y la Armada de México tenían especial interés en el lugar, que se ocuparía y se repoblaría a la vez; y así se decide fundar el poblado de Xcalak como base de la "Flotilla del Sur" y primer astillero del Caribe Mexicano (Dachary y Amaiz.1989).

La historia del poblado de Xcalak se divide en dos períodos: desde su fundación en 1900 a 1955, año en el que el huracán Janet arribó a la Península de Yucatán; y de 1955 a la actualidad.

Durante el primer período se trataba de un poblado floreciente con casas de madera estilo inglés de dos y tres pisos, con una población estimada de 1,800 habitantes en 1950; en el censo de 1910 fue considerado como pueblo, junto con Holbox, Cozumel e Isla Mujeres, incluidas en las trece poblaciones registradas en la costa oriental de la Península (Dachary y Amaiz.1985).

El segundo periodo después de la llegada del huracán Janet, sólo quedó el recuerdo de los años de auge, ya que debido a la magnitud del ciclón, el pueblo

quedó en ruinas y con muy pocos sobrevivientes. Actualmente es un pueblo estancado en el pasado, con una población de 273 habitantes cuya principal actividad es la pesca.

El auge de Xcalak inicia en 1910 con la organización de los ranchos copreros en la costa sur del territorio de Quintana Roo. Este pueblo era la única posibilidad de abastecimiento y puerto importante para la exportación de la copra, debido a que contaba con un muelle de piedra y madera de dos metros de ancho y cien metros de largo. La producción de copra había reemplazado a la pesca, misma que se realizaba de manera artesanal y sólo para consumo domestico (Dachary y Amaiz. 1985).

Para la década de los 50 Xcalak tuvo importancia económica, contaba con sólidas construcciones de mampostería y de madera, una fábrica de hielo, planta de luz, bodegas para almacenar grandes cantidades de copra, expendio de cervezas y vinos, tiendas de abarrotes, billares, cinema, fábrica de paletas y de aguas frescas, entre otros (Ramírez. 1983 y Lázaro. 1986 en Dachary. 1993).

Entre los años 1900 y 1955 Xcalak vivió una época dorada llegando a ser una de las poblaciones más importantes del Territorio de Quintana Roo. Su principal actividad económica era la producción de copra y esporádicamente la pesca. La población contaba con la infraestructura necesaria para el desarrollo de los habitantes de esta comunidad, sin embargo, en septiembre de 1955 el ciclón Janet acabó con el poblado. Muchas familias que sobrevivieron a la catástrofe abandonaron el pueblo y sólo unos pocos pobladores se quedaron para reconstruir el nuevo Xcalak.

El 27 de septiembre de 1955, el ciclón Janet arrasó materialmente con el pueblo de Xcalak con vientos huracanados de más de 200 millas por hora, acabando con las grandes plantaciones de palma de coco y muriendo la mayoría de los habitantes (Dachary y Amaiz. 1989).

Después del Janet, se perdieron los ranchos copreros de la zona, y fueron abandonados. Las pocas familias que quedaron rehicieron su vida y el lugar se fue repoblando nuevamente con gente proveniente de San Pedro Belice, Honduras y El Salvador, más recientemente en los 80s de Noh-bec. Quintana Roo, Veracruz y Tabasco y en los últimos años gente proveniente de España y Estados Unidos.

Con la caída del precio de la copra y la apertura del mercado de la langosta se transformó la actividad de los habitantes de Xcalak. Todos los nuevos habitantes encontraron en la pesca, una opción para satisfacer sus necesidades, resurgiendo así Xcalak como un pueblo pesquero.

Como resultado de la pesca se establecen mecanismos de organización social. El 25 de octubre de 1959 se funda la sociedad cooperativa de producción pesquera Andrés Quintana Roo con 49 socios. Con ello comienza la transformación del arte de la pesca, que se expresa con la aparición de los primeros motores de base, marca Calipso y Lister, que fueron bien recibidos por los pescadores ya que les daba mayor velocidad y seguridad(Dachary y Amaiz. 1989).

En la actualidad la Sociedad Cooperativa de producción pesquera cuenta con 37 socios que poseen 15 embarcaciones registradas.

Las familias que se quedaron en Xcalak junto con otras personas que llegaron durante las últimas décadas (1955 y 1994), encontraron en la pesca una alternativa económica. Al principio la pesca era abundante, pero en los últimos años los recursos pesqueros han disminuido considerablemente por diversos problemas. Es así como surge una iniciativa de los integrantes de la comunidad para diversificar sus actividades económicas mediante el desarrollo turístico de bajo impacto para preservar la barrera arrecifal que cuenta con características excepcionales.

3.2 Características Generales del poblado

La región de Xcalak cuenta con tres vías de acceso:

- a) Por vía terrestre la ciudad más cercana es Chetumal, por la carretera Chetumal –Cancún, en el Km. 65 aproximadamente se encuentra el entronque de la carretera Cafetal- Mahahual, a 50 Km de dicho entronque se localiza un nuevo entronque que es la carretera nueva a Xcalak de una longitud de 60 Km.
- b) Por vía aérea cuenta con una aeropista de 800 m de longitud, ubicada a 3.3 Km. de Xcalak a un costado del camino que conduce al muelle de la Aguada.

El poblado de Xcalak tiene aproximadamente 170 predios, 84 son casas-habitación en buen estado con las características que se muestran en la Tabla 3 la mayoría de las casas de Xcalak son de techo de lámina de cartón, paredes de madera y piso de cemento. La madera que utilizan para hacer sus casas, en más de 90% de los casos es triplay, empleando los troncos de varias especies de madera dura de la zona como estructura de la casa. Los datos registrados por INEGI en el conteo realizado en 1995, son de 69 viviendas habitadas con un promedio de 4 ocupantes.

Tabla 3: Características generales de las viviendas, 1995.

Características	No. De Casas
TECHO	
Lámina de cartón	63
Lámina de Zinc	10
Cemento o bovedilla	9
Guano o chit	2
PAREDES	
Madera	65
Block	16

Cartón	1
Otro (lámina, guano, etc.)	2
PISO	
Cemento	55
Madera	18
Arena	11
TOTAL	84

Fuente: INEGI

Dependencias Oficiales

Existen en Xcalak una Delegación Municipal en representación del Municipio Othón P. Blanco, cuya responsabilidad es resolver los problemas que se presenten en el poblado; el Delegado es auxiliado por un Secretario. Además, existe un representante de la Policía Judicial por parte del Gobierno del Estado, quien junto con el Delegado, cuida el orden público del poblado.

Existe también la Capitanía de Puerto, atendida por un Capitán de Puerto y una secretaria, la Capitanía se encarga de dar los despachos de salida de las embarcaciones hacia Banco Chinchorro y vigilar la entrada de embarcaciones de otros países. Dos personas más se encargan de la vigilancia y mantenimiento de las señales de los faros del poblado. La partida de Marina de la Secretaría de Marina ubicada en el poblado, se encarga de la vigilancia de las costas en prevención del narcotráfico; asimismo atienden y apoyan al Delgado en el mantenimiento del orden, pues no existe un cuerpo policíaco en el lugar.

Organizaciones Civiles.

Otros grupos organizados dentro de la comunidad son las Sociedades de Padres de Familia del jardín de niños, primaria y secundaria. En septiembre de 1996 se integró un Comité Comunitario, con la finalidad de coordinar las actividades

relativas a la protección y manejo de los recursos naturales e impulsar el desarrollo de la comunidad; en este Comité se encuentran representados la comunidad en general, la cooperativa de pescadores y los prestadores de servicio turístico.

A la fecha, existen 29 hoteles ubicados a lo largo de la costa sur del Estado, los cuales ofertan actividades como; buceo libre y autónomo, pesca deportiva fly fishing, pesca de altura y observación de aves. En algunas ocasiones contratan los servicios de los pescadores o de miembros de la comunidad. En el poblado de Xcalak también existen actividades comerciales básicamente expendios y restaurantes.

3.3 El ecoturismo en Xcalak como una alternativa de desarrollo sustentable

“El turismo juega un papel muy importante en el desarrollo de muchas comunidades. Sin embargo la comunidad tiene derecho al desarrollo, a mejorar su nivel de vida independientemente de la actividad que elija. Para la actividad turística es imprescindible que la comunidad cuente con los servicios básicos que solucione sus problemas de energía eléctrica, agua potable, comunicaciones y transporté (Ken.2002.270).

Para un desarrollo integral entre la preservación y la generación de ingresos dentro de un marco de sustentabilidad y bajo impacto, se propone el ecoturismo o turismo comunitario, estas actividades cuentan con un gran potencial.

Las expectativas de crecimiento son enormes considerando que sólo en Estados Unidos 73.5 millones de personas han practicado alguna actividad de aventura al aire libre. Según el programa de Ecoturismo, en Estados Unidos hay cerca de 8000 operadores especializados en este segmento, a través del cual los turistas gastan entre un 10 y 15 % más que los de sol y playa. La secretaria de turismo refiere a que en 1999 solo el 5% del turismo receptivo internacional correspondió al ecoturismo, con una derrama económica de 2,143 millones de pesos.

Adicionalmente 115, 656 turistas visitaron en el 2000 visitaron una área protegida, por lo que representó un crecimiento del 5.2% (Armente.2001).

Las inquietudes de conservación y manejo sustentable de los recursos naturales fueron planteadas por la comunidad de Xcalak y manifestadas en 1995 mediante dos escritos. El primero fue enviado al Ing. Mario Villanueva Madrid, Gobernador Constitucional del Estado de Quintana Roo (1992-1998), por la Sociedad Cooperativa de Producción Pesquera "Andrés Quintana Roo, S.C.L.", en donde se le solicitaba apoyo para la conservación de los recursos naturales y el desarrollo de actividades turísticas compatibles con la conservación.

El otro escrito fue enviado a la SEMARNAT por el Sr. Agustín Adolfo Acevedo Young, entonces Delegado de Xcalak, por conducto del Lic. Rodolfo Ogarrido, Director General de la Fundación Mexicana para la Educación Ambiental. En este último documento se hace énfasis en el interés para el establecimiento de un área natural protegida (ANP) en la zona conocida como Xcalak, ubicada en el extremo sureste del Estado de Quintana Roo.

El Instituto Nacional de Ecología (INE), a través de la Dirección General de Aprovechamiento Ecológico de los Recursos Naturales, envió al Sr. Acevedo Young un oficio en el que se le comunica el apoyo a este tipo de proyectos que redundan en la conservación de los recursos naturales y en el mejoramiento ambiental del país. En dicho oficio también se especificaba el procedimiento para la declaratoria de ANP's tanto a nivel federal como estatal y municipal, debiendo considerar lo estipulado en el Título Segundo, Capítulo I y II de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA), contando con los elementos técnicos que permitiesen definir el tipo y carácter del régimen de protección que debería ser asignado al área propuesta. Asimismo, y con el fin de lograr su recuperación, conservación, vigilancia y desarrollo, se señalaba como imprescindible contar con un estudio que proporcionara la información necesaria sobre la situación ambiental del área propuesta.

Con base en lo anteriormente expuesto, la Comunidad de Xcalak, con el apoyo de Amigos de Sian Ka'an AC, (ASK) y el Centro de Recursos Costeros de la Universidad de Rhode Island, realizaron entre 1995 y 1997 el diagnóstico ambiental que permitiría proponer el establecimiento de un área natural protegida marina de características ambientales y socio-culturales excepcionales en el límite internacional entre México y Belice, bajo la categoría de Parque Nacional y que podría denominarse "Arrecifes de Xcalak". Para la elaboración de la propuesta del parque nacional, la comunidad de Xcalak realizó reuniones con el fin de determinar los sitios de interés biológico, histórico, social y turístico de la zona.

La comunidad decidió formar un Comité Comunitario para la Protección y Manejo de los Recursos Costeros de Xcalak, con el objetivo de tener un foro para diseñar y Proponer acciones de manejo con el fin de promover la conservación de los recursos naturales y el desarrollo de la región. Este Comité fue creado el 17 de septiembre de 1996, integrado por los principales sectores de la población: el sector pesquero representado por el presidente de la Cooperación, el sector turístico representado por un prestador de servicios turísticos y la población representada por el Delegado. El 6 de enero de 1998, se constituyó la Sociedad Cooperativa de Servicios Turísticos denominada "Bahía Blanca" que agrupa a la mayoría de los pescadores de Xcalak, cuenta con 31 socios que poseen 14 embarcaciones.

El Parque Nacional "Arrecifes de Xcalak" se localiza en la costa sur del Estado de Quintana Roo, en el Municipio Othón P. Blanco. Sus límites están definidos hacia el Norte por el paralelo 18° 11' 00" N, al Sur por el límite internacional entre México y Belice, en el paralelo 18° 11' 00", al Este por el Mar Caribe en la isobate de 100 m y al Oeste por la línea que delimita la Zona Federal Marítimo Terrestre; en la mitad norte, se incluye una porción terrestre, el Sistema Lagunar Río Huach, delimitado por la carretera Mahahual -Xcalak. Abarca una superficie aproximada de 17,949.456 Ha, de las cuales 13,495 Ha corresponden a ecosistemas marinos y 4,543 Ha a humedales, incluyendo lagunas permanentes y temporales.

En el área del Parque Nacional "Arrecifes de Xcalak" y su zona de influencia se encuentran diversos ecosistemas interdependientes, principalmente: arrecifes de coral, humedales, lagunas costeras, playas y selva, en buen estado de conservación y que son susceptibles de ser aprovechados de manera sustentable a través de actividades económicas alternativas que benefician a las comunidades asentadas en la zona.

Los humedales juegan un papel determinante como hábitats únicos que albergan una gran diversidad de flora y fauna silvestre y acuática. Sirven además como centros de reproducción de gran cantidad de especies, de las que podemos destacar a los peces y crustáceos, muchos de ellos de importancia comercial. Asimismo, funcionan como trampa de sedimentos y contaminantes.

3.4 Descripción de la infraestructura e insumos naturales para el ejercicio del ecoturismo comunitario.

En la actualidad existen 13 hoteles, con una oferta de 63 cuartos dentro de la zona costera que colinda con la poligonal del Parque. Los hoteles son pequeños aunque con la infraestructura necesaria. No obstante, dentro de esta zona el Ordenamiento de Costa Maya propone una densidad máxima de 5 a 20 cuartos, lo cual puede ser una amenaza para los ecosistemas que se tienen dentro del Parque. Los turistas que llegan a la zona van a realizar actividades de buceo y pesca deportiva de liberación.

Medios de acceso a los puntos de entrada.

Transportación Marítima: El nuevo muelle de Mahahual es el punto donde arriban diversas navieras procedentes del mar caribe; de aquí se puede partir a Xcalak, el cual se encuentra a 45 minutos de Mahahual (Secretaría de turismo Q. Roo.2000)

Transportación Terrestre: Xcalak se encuentra aproximadamente a 205 Km de Chetumal, 422 Km de Cancún y 447 Km de Mérida. La ciudad de Chetumal es la

más cercana, la cual cuenta con servicio de autobuses que cubren la ruta Chetumal-Mahahual-Xcalak, los horarios son de 6:00 am, 7:20 y 3:00 pm.

Transportación Aérea: Se puede volar desde cualquier continente y país a la ciudad capital de México, para conectar el vuelo diario por cualquiera de las 2 aerolíneas a la ciudad capital de Quintana Roo, Chetumal, con duración de 95 minutos de vuelo, otra manera de llegar es viajar a la ciudad de Cancún en el estado de Quintana Roo, México y trasladarse en el vuelo regional los lunes, miércoles y viernes a Chetumal con duración de 70 minutos de Chetumal se puede partir y se va el turista vía terrestre a Xcalak; cabe mencionarse que se cuenta con una aeropista de 800 metros de longitud ubicada a 3.3 del poblado, pero no es de uso comercial.

Circulación interna:

- Caminos y carreteras para vehículos motorizados y no motorizados.
- Ruta acuática marina.

INVENTARIO DE ATRACTIVOS ECOTURISTICOS.

Frente al poblado de Xcalak, está ubicada una estructura arrecifal, conocida localmente bajo el nombre de "la Poza", la cual tiene características muy singulares, haciéndola única en su tipo para el País, debido principalmente al desarrollo de macizos cortos y canales a una profundidad relativamente más baja a la que se suele desarrollar otras estructuras arrecifales de esta naturaleza en el estado.

La gran variedad de ambientes naturales (selvas medianas y bajas, zonas inundables, sabanas, dunas costeras, manglares, playas y lagunas) y ambientes artificiales, originados por actividades humanas (poblado, pista aérea, caminos, hoteles, zonas agrícolas, bancos de material, muelles y basureros) se han conjugado en esta zona para sustentar a una extensa y variada fauna silvestre, además de otros invertebrados como cangrejos, caracoles, ermitaños, arañas y alacranes, con los que fácilmente un visitante de Xcalak se puede topar. Surcando

el cielo y entre la vegetación, infinidad de cantos y vuelos evidencian al grupo de vertebrados más destacado en la zona; las aves, con 155 especies registradas hasta la fecha, incluyendo el importante y sobresaliente grupo de aves acuáticas y marinas.

Haciendo un recorrido por los caminos de acceso y de los alrededores de Xcalak, una rica herpetofauna, integrada por iguanas, lagartijas, culebras y cocodrilos principalmente, es fácil de ser observada a su paso. Un gran número de mamíferos, posiblemente ocupan un alto porcentaje de las cien especies registradas para el estado, habitan los diversos ambientes de la península de Xcalak: mono, tapir, jabalí, comadreja, venado, murciélago y manatí, sólo por citar algunos de ellos. Estas son las maravillas naturales las cuales podrán observar en los recorridos.

Descripción de los recursos visuales globales:

- Configuración básica del terreno: Terreno plano
- Variedades de elementos geomorfológicos: Grutas
- Variedad de elementos hidrológicos: Cenotes, pozos, lagunas, playas, mar y bahía.
- Variedad de patrones de vegetación; Selva mediana y baja, humedales, sabanas, dunas costeras, manglares, islotes, petenes, pastos marinos y algas.
- Efectos en el uso humano del suelo (elementos discordantes): carreteras, alambrados eléctricos, casas destruidas y semi- destruidas, relleno en el manglar, quemas, limpieza de terrenos, deforestación.

Patrones climáticos:

- Clima: húmedo AW2 (X') más húmedo de los cálidos sub húmedos
- Temperatura media anual: 28.3 C
- Precipitación media anual: 14890.7, los meses de mayor precipitación son de junio a octubre con 743 mm, los meses secos son de enero a mayo con 200 mm.

- Lluvias: en verano e invierno

Atractivos ecoturísticos naturales:

- Elementos geológicos y geomorfológicos:

1. Grutas
2. Complejo de barreras y planicie litoral
3. Islas
4. Arrecifes de coral
5. Cresta arrecifal
6. Laguna Arrecifal

- Recursos hidrológicos:

1. Lagunas
2. Humedales
3. Manantiales
4. Cenotes
5. Bahía

Atractivos ecoturísticos culturales:

- Elementos arqueológicos:

Siete sitios arqueológicos entre Punta Gavilán e Xcalak, nombrados por los pobladores como: Punta Gavilán, la curva, siete cocos, laguna Xcalak, Xcalak cementerio y necax.

Atractivos Ecoturísticos de Apoyo:

De una época prehispánica, con una gran cantidad de construcciones mayas, sólo quedan los vestigios arqueológicos para indagar sobre el inicio de la Historia de Xcalak: una importante población maya, que formaba parte de una serie de puertos que rodeaban la Península de Yucatán y donde el comercio marítimo se dio a gran escala.

El presidente Porfirio Díaz tuvo que diseñar una estrategia para mantener la soberanía del actual estado de Quintana Roo. Como parte de este plan, mando construir un puerto en la zona conocida como Xcalak, con la finalidad de ocupar definitivamente esta zona e impedir el suministro de armas a los rebeldes mayas de Quintana Roo, durante la conocida guerra de castas.

CAPITULO IV

Perspectivas mercadológicas del poblado de Xcalak

El término Mercadotecnia ha sido asociado, y muchas veces confundido, principalmente por las actividades de Publicidad y Promoción. Una buena forma de pretender entender el significado de la Mercadotecnia es acercándose a las diferentes definiciones.

4.1. Conceptualización del Marketing

Al realizar un acercamiento teórico a la mercadotecnia, es imposible pasar por alto a Phillip Kotler, quien podría considerarse como el principal teórico en la materia. Kotler (1988) define a la mercadotecnia como el proceso social y gerencial por la que los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y los valoran con otros.

Para el año de 1984, el instituto Británico de Certificado de Mercadotecnia, se encargó de definir a ésta como "The management process responsible for identifying, anticipating and satisfying customer requeriments profitably"(Vellas y Becherel.1999.7).

La mayoría de los conceptos realizan énfasis en las necesidades del consumidor, el concepto de mercadotecnia se ha expresado en muchas formas, que van desde "Tómalo a tu manera" de Burger King, "Tu eres el jefe" de American Airlines. La base del concepto actual de la mercadotecnia, donde se establece que el éxito no sólo se basa en la identificación de las necesidades, sino también en la efectiva distribución de un producto en este caso turístico, cuyas experiencias proporcionen varias satisfacciones que se refieran a las de los consumidores.

Para crear un panorama más amplio definiremos conjuntamente el concepto de Mercadotecnia y Turismo.

Para J. Montaner (1996) el marketing turístico es aquel conjunto de métodos y técnicas, basados en una actitud de investigación, de análisis y de constante revisión, que va encaminado a satisfacer las mejores condiciones psicosociales de la motivación y necesidad de los turistas, de las poblaciones que los acojan y de las organizaciones turísticas (empresas, instituciones y asociaciones) que ofertan unos productos y servicios en el mercado de competencia.

En 1996 Seaton y Bennett identifican cinco características esenciales de la mercadotecnia turística

- A philosophy of consumer orientation
- Analytical procedures and concepts
- Data-gathering techniques
- Organizational structure
- Strategic decision areas and planning functions.

Un año mas tarde (1997) Lumsdon define la mercadotecnia turística como, "The managerial process of anticipating and satisfying existing and potential visitor wants more effectively that competitive suppliers or destinations. The management of exchange is driven by profit, community gain, or both, either way long-term success depends on an interaction between customer and supplier. It also means securing environmental and societal needs as well as core consumer satisfaction. They can no longer be regarded as mutually exclusive (Lumson en Vellas y Becheriel. 1999).

4.1.1 Producto turístico y ciclo de vida del producto turístico

Producto turístico:

El producto o servicio turístico se caracteriza por: alojamiento, transporte, restauración, información turística, actividades culturales, deportivas y recreativas, con sus características de calidad marca el prestigio, rasgos diferenciadores y funcionales, presentación y tamaño. La presentación del producto turístico así como la de los servicios inherentes al producto deben de ser lo mas atractivos para el potencial cliente, en cuanto:

- ◆ Satisfacer las necesidades, apoyado en el proceso de motivación.
- ◆ La atracción del precio en relación con la calidad de y con la competencia.
- ◆ Crear una tendencia a consumir los productos turísticos en un futuro (Montaner, 1996).

Las etapas por las cuales atraviesa un producto, un destino, o cualquier oferta que se ponga en el mercado:

1. Lanzamiento, introducción o nacimiento del producto
2. Crecimiento
3. Madurez
4. Declinación o rejuvenecimiento

En el campo del turismo el modelo fue desarrollado por Richard Butler y ha sido extensamente aplicado para comprender el comportamiento de diversas ofertas turísticas en diferentes lugares del planeta. El ciclo de vida del producto describe la evolución física del destino, pero también contribuye a entender los cambios que experimenta a nivel del mercado demandante, de las utilidades que genera y las estrategias que son necesarias en cada una de las etapas de su ciclo de vida, tanto en el ámbito de los servicios, como del marketing y del comportamiento financiero. El tiempo que transcurre en cada una de estas fases puede variar sensiblemente de un destino a otro, o de un producto a otro.

La realización de un evento, digamos deportivo, tendrá con frecuencia fases de menor duración que las fases que integran el ciclo de vida de un producto hotelero.

El entendimiento de la etapa en la cual se encuentra un destino proporciona una ayuda clave para identificar las estrategias que se pueden implementar para asegurar su desarrollo. Sin embargo estas estrategias difícilmente podrán generar soluciones definitivas, es decir, evitar la declinación del producto (Boletín hechos y tendencias del turismo.2003).

Según la Secretaría de Turismo, en la actualidad, cualquiera que sean los mercados en los que incursionan, las características y tipologías de los destinos turísticos, todos ellos están sometidos a procesos de globalización que aceleran los cambios en el sector turismo, aumentando los riesgos de obsolescencia de productos y destinos (SECTUR.2003).

Por ello, las fases del ciclo de vida de un producto pueden llegar a ser extremadamente efímeras en algunos casos, exigiendo un constante esfuerzo por adecuar la oferta a las tendencias emergentes, o lo que es lo mismo, a conducir estrategias para minimizar los riesgos de caer rápidamente en una fase de madurez y luego de declive.

Otras fuerzas que impactan a los destinos son la movilidad de los patrones de consumo como resultado de las transformaciones de los estilos de vida, el cambio tecnológico y los procesos de individualización. También desempeña un papel importante la formación de percepciones, de las imágenes que el consumidor se forma a partir de la cobertura de los medios de comunicación.

Al reformular el modelo de Butler (1985), Knowles y Curtis(1996) afirman que resulta difícil que los destinos escapen a la fase de declive debido a que se presentan alguna o algunas de las siguientes características estructurales:

1. Dependencia de los tour operadores en materia de promoción
2. Esfuerzos de marketing basados en precios bajos
3. Crecimiento de la vivienda secundaria
4. Irreversibilidad del deterioro ambiental
5. Alta densidad de construcciones
6. Aparición de nuevos competidores
7. Cambios en los deseos y preferencias de los consumidores
8. Aumento del turismo de fin de semana

En consecuencia, las medidas que tomen los destinos para evitar el declive tendrán efectos temporales (Butler.1980). En este contexto los destinos turísticos

maduros enfrentan de manera visible, y creciente, un conjunto mayor de debilidades que de oportunidades. Las primeras suelen trascender de manera más clara. Sin embargo, los destinos en etapa de maduración o de declive pueden tomar un conjunto de medidas orientadas a cambiar su estructura y a reordenar su proceso de desarrollo turístico (Boletín hechos y tendencias del turismo.2003.21).

4.2.1 Tipología del Turista (Segmentación de Mercados Turísticos)

Una vez definida las diversas actividades turísticas (capítulo uno) consideramos importante enlistar la tipología del turista, ya que según los factores motivacionales, las necesidades, deseos, hábitos de consumo, poder adquisitivo, nivel cultural, entre otros, son elementos claves para el desarrollo de nuevas actividades o reestructuración de nuevas actividades turísticas ofrecidas en el mercado.

Tipología del Turista.

- El amante del sol
- El buscador de acciones excitantes
- El antropólogo
- El arqueólogo
- El turista organizado
- El aventurero
- El explorador
- El elitista
- El espiritualista
- El turista individual
- El turista clase alta
- El turista de mochila
- El escapista
- El deportista (Montaner.1996.40).

Estas tipologías son las que conforman los diferentes nichos de mercado o perfiles de consumidor. Los mercados turísticos suelen estar conformados, por individuos y grupos heterogéneos, los consumidores turísticos o características diferentes, muchos tipos de necesidades que varían cuando adquieren un producto o servicio turístico, no buscan siempre los mismos beneficios o prestaciones.

Si se requiere satisfacer realmente las necesidades de la demanda turística e incrementar su consumo, debe proponerse una oferta diferenciada entre cada uno de los grupos de consumidores turísticos que presentan características, motivaciones y necesidades distintas.

La segmentación pone de manifiesto precisamente estas diferencias en las características y necesidades de los consumidores turísticos permitiendo detectar cuales de ellas son relevantes.

La segmentación de mercados turísticos es un proceso de división en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada (oferta de productos y servicios turísticos adecuados) para cada uno de ellos, que permite satisfacer de forma efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa (Montaner.1996.41).

Algunas variables para la segmentación del mercado son:

Edad

Sexo

Estado civil

Esperanza de vida

Nivel económico

Nivel de formación

Nivel cultural

Status social

Clase social

Nivel de motivaciones y necesidades en cuanto a actividades turísticas y de viaje.

Poder adquisitivo para poder realizar actividades turísticas.

Tipos de actividades o servicios turísticos deseados. (Transporte, alojamiento, restauración)

La estratificación y el status social en el turismo.

Consiste en formar grupos homogéneas, apoyándose en el poder adquisitivo del turista y los destinos que ese visita.

Turismo de minorías: es el segmento del mercado que viaja, tanto de forma individual, familiar o grupos, a lugares de poca frecuencia turística y en cualquier época del año. Se le conoce en algunas ocasiones con turismo de lujo o elite.

Turismo de masas: es el segmento de la demanda turística que se desplaza de forma individual, familiar o en grupos coincidiendo en destinos de gran afluencia turística y en una época determinada del año: verano, fines de semana, puentes, entre otros.

Turismo de grupo: segmento de la demanda turística que viaja formando un grupo de varias personas, amigos, compañeros de estudio o de trabajo, familiares, o desconocidas entres si que realizan un viaje organizado por una agencia de viajes.

Turismo social: segmento de la demanda turística formados por: turismo familiar, juvenil y estudiantil, y turismo de la tercera edad (Montaner.1996.45).

4.2.2 Análisis de factores externos e internos (FODA) que influyen en la ejecución de la actividad turística en Xcalak

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es un termino

conformado por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia: recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

El Análisis FODA es un concepto muy simple y claro, pero detrás de su simpleza residen conceptos fundamentales de la Mercadotecnia y Planeación Estratégica. Un buen análisis FODA nos ofrecerá lo siguiente:

1. Lo relevante de lo irrelevante
2. Lo externo de lo interno
3. Lo bueno de lo malo

Factores externos e internos de Xcalak

Como se menciono con anterioridad Xcalak es un poblado dotado de diversos atractivos naturales, que le permitirán ofrecerse como destino ecoturístico, el análisis FODA nos permite conocer las condiciones actuales del poblado.

Oportunidades

- Apoyo gubernamental para el desarrollo y ejercicio de actividades ecoturísticas en la región Sur.
- Tendencias mundiales por la preservación de las cultura y medio ambiente.
- Decadencia del turismo de masas de la región norte del estado.
- Existe un amplio inventario de recursos naturales y vestigios culturales en la región sur, específicamente Xcalak.
- Pocos destinos consolidados en la actividad del ecoturismo comunitario en la zona sur del estado.
- El comportamiento psicosocial del mercado turístico está cambiando, dirigiéndose hacia el rubro ecoturístico.
- Crecimiento del turismo domiciliario.
- Decreto de parques ecológicos
- Oportunidades de financiamiento en un esquema de desarrollo sustentable
- Los investigadores utilizan poblados de este tipo para realizar sus investigaciones

Amenazas

- Crisis económica mundial
- Atentados terroristas
- Temor a desplazarse de un país a otro.
- Fenómenos climatológicos que deterioren el medioambiente.
- Desarrollo de proyectos turísticos de alto impacto ambiental.
- Depredación de especies silvestres

- Contaminación de mantos acuíferos por desechos provenientes de otros lugares
- Tendencias a la privatización de la tierra
- Presiones externas para el desarrollo de un turismo poco amigable al medio ambiente y la comunidad
- Influencia del poblado de Mahahual y pretender desarrollar un proyecto similar

Fortalezas

- Personal altamente motivado.
- Decreto de parque arrecifal de Xcalak
- Excelente relación con organizaciones civiles, ONG y Universidades.
- Buena imagen social del poblado
- Variedad en los servicios ofrecidos.
- Ubicación relativamente cerca con la ciudad de Chetumal y el poblado de Mahahual
- Ubicación de la comunidad en las orillas de la playa.
- Riqueza histórica de la región
- Cuenta con sitios donde habitan aves endémicas de la región
- Vías de acceso principal en buena condición
- Cuenta con algunos restaurantes y pequeños hoteles
- Los habitantes son hospitalarios con el turismo visitante
- Recursos naturales con bajo impacto de actividad humana
- Antecedentes de haber trabajado con universidades y ONGs, posibles fuentes de financiamiento

Debilidades

- No ha cuajado la cooperativa turística pese a los esfuerzos
- Varios dueños de predios de la comunidad habitan en otras partes
- Ineficiencia en algunos servicios básicos como luz y agua

- Pocos guías cuentan con certificación y cumplen los parámetros requeridos para el ejercicio de guías turísticos
- Diferencias entre algunos miembros de ambas cooperativas
- No se ha consolidado un sistema de comunicación y participación entre la comunidad e instituciones

Una vez mencionados los factores externos e internos podemos hacer un primer análisis de la situación de Xcalak, podemos decir que las oportunidades del mercado lo favorecen, ya que las nuevas tendencias de los turistas se inclinan hacia el ecoturismo, demandando destinos con características naturales similares a las de Xcalak. Por otra parte existe la intención gubernamental por detonar nuevos destinos ecoturísticos en la región sur del estado, principalmente la región de la Costa Maya. Otro factor importante es que cuenta con una población altamente motivada a la inserción del poblado a la actividad ecoturística, lo paradójico es que pocos de ellos cuentan con la capacitación necesaria para el ejercicio de la actividad turística, de igual manera sus embarcaciones no cuentan con los estándares requeridos y por último el poblado cuenta con una baja infraestructura productiva que le permita ofrecer los servicios requeridos por los turistas.

4.3 Directrices recomendadas para el desarrollo ecoturismo comunitario.

La WWF propone las siguientes directrices para desarrollar destinos ecoturísticos, observemos que Xcalak cumple con algunas de estas.

1. Considerar la ventaja potencial para la conservación
2. Verificar los prerrequisitos para el ecoturismo
3. Adoptar un enfoque integrado
4. Encontrar la mejor forma de incorporar a la comunidad
5. Trabajar juntos en una estrategia común
6. Salvaguardar la integridad ambiental y cultural
7. Garantizar el realismo comercial y la promoción efectiva
8. Entregar productos de calidad

9. Manejar los impactos
10. Suministrar apoyo técnico
11. Obtener el apoyo de los visitantes y operadores de viajes de turismo
12. Monitorear el rendimiento y asegurar la continuidad

4.3 Principal Mercado del Poblado de Xcalak

El mercado potencial del poblado de Xcalak se basa en los ecoturistas de procedencia Estadounidense, cuya presencia en el poblado tiene mayor presencia a partir del mes de octubre y noviembre, teniendo un lleno total para los meses de diciembre y enero. Encuestas realizadas por la Asociación Amigos de Sianka'an revelaron esta información, donde los turistas parten del poblado aproximadamente en los meses de febrero y marzo.

A través de esta investigación se definió las actividades turísticas relacionadas con el concepto ecoturismo, basado en dos niveles, contemplando siempre el desarrollo comunitario:

a) Turismo de naturaleza: Se utiliza en esta investigación para designar "formas de turismo en las que la principal motivación del turista es la observación y la apreciación de la naturaleza".

b) Ecoturismo: Se emplea para designar las formas de turismo que cuentan con las siguientes características:

1. Todas las formas de turismo de naturaleza en las que la principal motivación del turista es la observación y la apreciación de la naturaleza, así como de las culturas tradicionales prevaletentes en los espacios naturales.
2. Contienen aspectos de educación e interpretación.
3. Minimizan los efectos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

4. Apoyan el mantenimiento de los espacios naturales utilizados como centros de atracción en el ecoturismo mediante: la generación de beneficios económicos para las comunidades anfitrionas, las organizaciones y las autoridades que gestionan los espacios naturales con fines de conservación, la creación de empleos alternativos y oportunidades de obtener ingresos para las comunidades locales, la mayor concienciación respecto a la conservación de los bienes naturales y culturales, tanto entre la población local como entre los turistas.

Como anteriormente mencionamos, el turismo que más visita el poblado de Xcalak es de procedencia Estadounidense, país que ocupa el segundo lugar mundial en salida de turistas anuales, como puede apreciarse en el siguiente cuadro.

Cuadro No 3. Principales países emisores de ecoturistas

PAIS	NUMERO DE SALIDAS
Alemania	73, 400
EE.UU	58,386
Reino Unido	53, 881
Italia	18, 962
Canadá	18, 368
Francia	16, 709
España	4, 794
Total	224, 500

Fuente: (OMT, 2001)

En 1999 esos siete países juntos generaron el 37.6 % de las llegadas internacionales de turistas de todo el mundo, dato, cuyo orden de magnitud puede considerarse válido para el año 2002 según la OMT.

Los EE.UU., principal mercado emisor de ecoturistas para México, ordenan preferencias de servicios o atractivos del siguiente modo:

- 1 Excelentes guías locales
- 2 Grupos reducidos
- 3 Educación
- 4 Alimentos de alta calidad
- 5 Zonas poco frecuentadas
- 6 Alojamiento de alta calidad
- 7 Conservación

Por otra parte de los 1,200 tour operadores que figuran en la National Tour Association (NTA) de los EE.UU, solo 62 ofrecían viajes de ecoturismo (el 5%) (OMT.2001).

Un mercado en crecimiento que demanda mas y mejor destinos, así como una mayor difusión de estos, una buena manera de ofertar estos destinos es el internet, para el poblado de Xcalak esta puede ser una excelente alternativa, ya que se carece de instalaciones tangibles donde se pueda ofrecer información con respecto al destino, las oficinas de información virtuales minimizarían los costos e incrementarían la difusión en el mercado.

4.5 Sustentabilidad del Turismo Mediante la Gestión de la nueva Tecnología para el Marketing de Destinos Ecoturísticos

Como es de conocimiento de todos, la globalización ha trascendido en gran parte de nuestro entorno, los medio de comunicación fueron los primeros en resentir este cambio, en la actualidad basta sólo unos segundos para informarnos de lo que ocurre o acontece del otro lado del mundo, entablar comunicación con gente de diferentes naciones, conocer y explorar ciudades que nunca llegamos a imaginar. La magia de la internet ha sido una revolución en cuanto a las comunicaciones, ya que tenemos infinidad de información con solo dar un click.

Diariamente se incrementa la cantidad de usuarios a la red, para 1999 se estimó que 23.4 millones de hogares se tenía acceso a internet, cifra que para el año 2000 sería de 66.6 millones (Júpiter Communications. 2000).

El mercado Norteamericano, especialmente el de Estados Unidos, puede considerarse el mercado de mayor madurez para el internet.

La Internet se ha relacionado prácticamente con todas las disciplinas de estudio, desde las ciencias hasta las artes. El marketing es una industria que ha proliferado en este medio, siendo ya indispensable para ofertar algunos productos o servicios.

Internet y Turismo

Para el mercado Estadounidense³² una de las formas más usuales para seleccionar sus viajes es por medio de Internet, este medio que día con día cobra más fuerza. Una encuesta realizada en 1999, por Travel Industry Association of America publicó los siguientes resultados acerca del mercado Estadounidense.

- Prácticamente la mitad (47%) de los viajeros frecuentes (aquellos que viajan 5 o más veces al año) usan la internet, y que la tercera parte de los viajeros frecuentes por placer, consulta internet.
- También reveló que el 19% de todos los adultos viajeros utilizaban servicios de información en línea
- Entre los intereses de los viajeros usuarios de la red están: hallar referencias y mapas, lugares que visitar y actividades que realizar, así como itinerarios y costos

Por otro lado, Júpiter Communications (firma estadounidense especializada en investigación de mercados) definió que la industria de viajes como uno de los segmentos en mayor crecimiento, destacando que durante 1999, los viajes representaron la mitad del total de las transacciones.

³² Hacemos mención de este mercado ya que potencialmente este sería el que podría concurrir más a el poblado de Xcalak.

La edad promedio de los informantes o usuarios de la red es de 35 años, de los cuales el 64% de los usuarios accesa desde su casa. Respecto al medio publicitario tomado en cuenta para buscar y comprar viajes corresponde de la siguiente manera, 49% usa la red para informarse y el 20% lo compró en este medio (Júpiter Communications.2000).

Debe de concebirse a la red como un medio diferente, con características propias, cuyo lenguaje de comunicación es distinto a los impresos, la radio o la televisión. Sencillamente porque en lugar de una comunicación en un solo sentido (de su organización hacia el público), aquí la idea es de una comunicación en ambos sentidos (es decir del público hacia la organización y los usuarios entre si).

Debe tenerse siempre presente que un sitio web no es una versión electrónica de un folleto o un póster, extensión no significa calidad.

Al promocionar destinos ecoturísticos se recomiendan revistas especializadas en temas ecológicos, de actividades extremas, de ciencia, aquellas a las que generalmente acceden individual de alto poder adquisitivo y nivel cultural por encima de la media. Sin duda alguna otro medio importante para promocionar destinos son los folletos, póster y revistas en agencias de viajes y operadoras turísticas.

Consideramos que los sitios web son una de las principales herramientas para promocionar los destinos ecoturísticos.

Para realizar la publicidad en Xcalak se recomienda ampliamente utilizar este medio contemplando lo siguiente:

Cuando el consumidor no tiene contacto directo con la realidad, es decir, con el destino turístico, ya que vive lejos de él, la realidad que se forma sobre él depende de las imágenes que le envían los medios de comunicación, y cuando estas

imágenes son negativas suelen afectar al destino, posicionándolo como un destino maduro o en declive, aunque en la realidad el destino se encuentre en una de sus fases iniciales de su ciclo de vida.

Para el diseño de ecositios web se sugiere lo siguiente:

- Balancear adecuadamente su estrategia de presentación visual con las posibilidades de la infraestructura que utiliza.
- Usar una estrategia de navegación interna intuitiva y siempre al alcance del "mouse" del usuario
- Potenciar al máximo las posibilidades de integración de los usuarios
- Se debe tener presente que en la tecnología Internet nada es perdurable, se trata de renovar o morir .
- El sitio web debe considerar con claridad las necesidades de servicios de los viajeros
- Es importante contemplar que el éxito de un sitio web radica en la buena representación gráfica de todos los servicios, los satisfactorios producidos por los atractivos ecoturísticos y por el uso /percepción de la estructura lugareña
- La comunicación por e-mail y telefonía por Internet (marketing directo) son excelente aliados para la realización de sitios web.

CONCLUSIONES

Las actividades turísticas son muy variadas, pero es muy común ver que una o más de estas converjan en un mismo destino turístico, el incremento o las variaciones que sucedan en estas, se vincula directamente a las conductas, necesidades y hábitos, que motiven a los turistas a desplazarse a los diferentes destinos turísticos.

Un claro ejemplo de esto es el ecoturismo, podemos considerarlo como un híbrido de algunas actividades turísticas, comprendiendo deportes, cultura, arqueología, descanso, sol y arena, contacto con la comunidad, la flora y fauna predominante de la región procurando alterar lo menos posible el entorno.

La mayoría de las experiencias de ecoturismo forman parte de unas vacaciones centradas en el turismo de naturaleza. Consideramos que "estar en un enclave natural" y "observar especies silvestres" son elementos de los elementos más importantes en un viaje de ecoturismo. Al igual que calidad del paisaje, la conservación del entorno y la presencia de parques nacionales. El componente cultural reviste una importancia extrema, naturaleza y cultura van estrechamente unidas. "Conocer a gente del lugar", "acercarse a sus tradiciones culturales y a sus estilos de vida", "descubrir la gastronomía y los productos locales" forman parte de unas vacaciones de ecoturismo y se sitúan en segundo lugar, inmediatamente después del componente natural. Las actividades deportivas y el senderismo son otras de las motivaciones mencionadas para emprender viajes de turismo de naturaleza.

El turismo en Quintana Roo es una actividad que ha cobrado gran auge, convirtiéndose en la principal actividad económica generadora de ingresos. La isla de Cozumel fue la pionera en la actividad turística, más tarde Isla Mujeres, cimentando entre ambos destino lo que más tarde sería Cancún.

Cancún es un proyecto emergido por FONATUR, quien a principios de la década de los 70 inicia el proceso de urbanización en la región norte del estado. En la actualidad Cancún es un destino turístico que atraviesa por uno de sus momentos más difíciles, ya que se considera que ha alcanzado su madurez y es importante que se rediseñen planes que lo reimpulsen y permitan que salga de esta etapa.

Con la intención de diversificar la oferta turística en el estado, y bajo la influencia global de un desarrollo sustentable, en donde predomine el desarrollo preservando lo mayor posible el medio ambiente e incorporar a las comunidades locales, y en este caso aprovechando la cultura maya que predominó en la región, surge el proyecto Mundo Maya donde se involucran los gobiernos de seis países.

El Proyecto Costa Maya surge como apéndice al proyecto Mundo Maya, con la intención de incursionar de una manera real en la actividad turística dentro del rubro del ecoturismo, pretendiendo que este sea un detonador en la rezagada región sur del estado y el primero de varios proyectos de este tipo.

Es importante aclarar que el concepto de ecoturismo se entiende de diferente modo según el país. La definición de la OMT se acepta de forma general. Incluye cualquier actividad que se realiza en contacto con la naturaleza, y no sólo las de disfrute del entorno y contemplación de especies silvestres en el sentido más estricto; posee además un fuerte componente cultural y de educación ambiental, demostrado por la demanda de información y de elementos educativos, donde los ecoturistas tienden a tener más de 35 años, hay ligeramente más mujeres que hombres, poseen ingresos superiores a la media, y entre ellos están representadas las clases sociales más altas y cultas.

Hablando de destinos, muy pocos pueden considerarse como destinos puramente ecoturísticos. Los tour operadores ofertan destinos de todo el mundo (con variaciones notables entre un país y otro), pero individualmente tienden a especificar en ciertas regiones o países. Para los ecoturistas estadounidenses

México es el destino predominante y Australia ocupa un segundo lugar a bastante distancia ventaja que se debe aprovechar.

Hasta la fecha, en el campo del ecoturismo se observa una preferencia por los viajes individuales, pero el mercado ofrece aún a los tour operadores muchas posibilidades, ya que el grado de explotación de su potencial, como se ha visto en el poblado estudiado, Xcalak, es relativamente bajo.

Respecto al comportamiento general de los viajes, cabe esperar que en los próximos diez años haya: una mayor redistribución de la demanda hacia las diferentes regiones de destino y un crecimiento general.

El desarrollo de productos orientados a grupos específicos cobrará mayor importancia en el futuro debido a los cambios sociales y demográficos y a la modificación de la demanda. Para el ecoturismo y otros segmentos del mercado, eso significa que los tour operadores tendrán que ampliar sus actividades de marketing profesional.

El grupo principal al que se dirige el ecoturismo se encuentra en una gama de edades comprendidas entre los 30 y los 59 años, con un alto nivel educativo e ingresos por encima de la media, los ecoturistas, como es de esperar, aman la naturaleza, pero sus expectativas respecto a ese tipo de viajes no se limitan a disfrutar del entorno y a observar animales, sino que incluyen un anhelo general de cambio y un deseo específico de conocer de cerca la cultura y el estilo de vida de los habitantes de la zona. La mayoría de los clientes desean que en los viajes de ecoturismo no deben dominar siempre las actividades de naturaleza, sino que han de combinarse con actividades culturales o de otro tipo, especialmente deportivas.

En Xcalak las actividades turísticas es aún incipiente, por lo que no representa una amenaza por el momento para los ecosistemas presentes en el la región. Sin embargo, el desarrollo turístico de Costa Maya que proyecta el gobierno del

Estado y FONATUR, aumentará el número de visitantes para la zona, lo que ya se puede observar en el poblado de Mahahual, ubicado 60 Km. al Norte de Xcalak y en donde se observa un crecimiento desordenado y sin respeto cabal del Plan de Ordenamiento Territorial para la Costa Maya. A diferencia de Mahahual, la comunidad de Xcalak ha propuesto algunas zonas dentro del Parque para uso turístico, lo cual en el presente Programa se ha respetado y se han discutido y consensuado las reglas que regirán en esas zonas y en general para la realización de las actividades turísticas.

La comercialización de centros ecoturísticos puede tener grandes posibilidades si se ofertan en sitios web, este medio es aun insipiente pero puede ser creciente, el uso del Internet complementa las actividades de Marketing, ya que los visitantes pueden visualizar las instalaciones del destino, las habitaciones, mapas, tarifas y una descripción de lo más atractivo del destino, mediante el Internet las posibilidades de competir son mas amplias, sobre todo para las pequeñas y medianas organizaciones.

El Internet habrá nuevas oportunidades, sobre todo para las pequeños y medianos destinos. Un destino virtual es una sofisticada herramienta para el marketing táctico y estratégico, no de una empresa turística en particular, si no del destino en conjunto, bajo la forma de un sitio web

RECOMENDACIONES

Conocidas las condiciones en que se encuentra el poblado de Xcalak, emitimos las siguientes recomendaciones.

Como es obvio, la principal recomendación es preservar el entorno ambiental, ya que el primordial insumo para las regiones que desean incursionar en el ejercicio de la actividad Ecoturística, vigilar que los desarrollos urbanos cumplan con las normas ambientales establecidas. Si bien es cierto, que el entorno ambiental es parte importante en el desarrollo de destinos ecoturístico, el factor humano juega un papel fundamental en la creación de estos destinos. Por lo cual Xcalak necesita contar habitantes preparados para atender a los visitantes, el tener habitantes motivados no lo es todo, se requiere personal capacitado, la idea no es excluir a los habitantes, porque se rompen con las características del ecoturismo. La capacitación necesaria se puede gestionar con ONGs, Fundaciones dedicadas a la preservación del medio ambiente y desarrollo comunitario, Universidades, Colegios de Investigadores. Por otra parte la realidad de Xcalak es que cuenta con una muy reducida infraestructura productiva, que lo limita a desarrollar y ofrecer servicios que cumplan con las condiciones mínimas requeridas por los turistas que visitan estos destinos. Se recomienda el desarrollo de pequeñas habitaciones, donde el visitante tenga la experiencia de convivir con los pobladores de la localidad, conocer sus costumbres y su ideología entre otras cosas.

El ecoturismo en Xcalak es aun insipiente, existen pequeños asentamientos en el poblado que ofrecen habitaciones, pequeños tours con algunos circuitos trazados por los guías de la región, existen varias maneras para comercializar estos servicios, pero sin duda alguna el medio mas recomendable es por medio del Internet, un buen sitio web nos ofrece varias ventajas, es mas económico que otros medios, tiene una mayor penetración en el mercado, nos ofrece instalaciones y visitas virtuales en toda la red, desde un pequeña oficina, que para el caso de Xcalak podrían estar en la ciudad mas próxima (Chetumal).

BIBLIOGRAFIA

Aguilar, Adrián. El impulso Turístico en las ciudades intermedias y el desarrollo regional en México. México. 1999.

Amaiz, Estella. Pesca o turismo: Las opciones del desarrollo, Xcalak, México-San Pedro, Belice. En Caribe Revista de divulgación científica. Año 2 No. 5 Julio-Septiembre. CIQRO.1995.

Balam Yumka. Sociología del Turismo. Mc Graw Hill. México. 1996.

Boo, Elizabeth. Ecoturism, the potenciales and pitfalls. Vol. 2 Coutry Case Studies. World Wildlife Fund. Washington, D.C. 1990.

Briceño, Ricardo y Rivas, Gerardo. Propuesta para la elaboración de un plan turístico sostenible del santuario del Manati, Bahía de Chetumal, Q.Roo. En: Rosado May F.J, Romero Mayo R. Y Navarrete de Jesús (Eds). Universidad de Quintana Roo. Chetumal, Q.Roo, México. 2002. Pp.227-236.

Butler, R., The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of recources, Canadian Geographer, 24, I, 1980.

Campos Cámara, Bonnie. El turismo alternativo como estrategia de integración regional: Xcalak, Quintana Roo y San Pedro Belice. En Caribe Revista de divulgación científica. Año 2 No. 4, Enero-Abril. CIQRO.1995.

Campos Cámara, Bonnie. El turismo alternativo como estrategia de integración entre Xcalak, Quintana Roo y San Pedro, Belice (antecedentes y perspectivas), tesis de maestría, Chetumal Q. Roo, El Colegio de la Frontera Sur. 1996.

Ceballos Lascurain Héctor. Ecoturismo Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Diana. México. 1998.

Ceballos Lascurain, Héctor. Tourism and protected areas. IUCN. Gland, Switzerland.1997

Cooper, C. Fletcher J., Gilbert D. Turismo Principios y practica. Diana. México. 1997.

Cooper, C. y Lockwood, A. *Progresse in Tourism, Recreation and Hospitality Management. The resort cecly revisted: implications for resorts.* London, Belhaven, 1994.

Dachary, Alfredo/ Amaiz, Estela/ Navarro, Daniel. *Los impactos del turismo y sus alternativas.* Chetumal, Q. Roo. CIQRO.1991.

Dachary, Alfredo, Stella Arnaiz y Daniel Navarro. *Quintana Roo: los retos de fin de siglo.* Centro de investigaciones de Quintana Roo. México. 1992.

Dachary, Alfredo / Stella Arnaiz,. *El Caribe Mexicano, una frontera olvidada.* Universidad de Quintana Roo, Chetumal Quintana Roo, 1998.

Daltabuit, Magali. Et al. *Ecoturismo y desarrollo sustentable. Impacto en las comunidades rurales de la selva maya.* CRIM-UNAM. México. 2000.

FIDECARIBE. GOBIERNO DEL ESTADO DE QUINTANA ROO Documentos de promoción a la inversión. *Costa Maya un nuevo destino. Fidecaribe una inversión segura en el Caribe Mexicano..* México. 2000.

Fred R. David. *Conceptos de Administración Estratégica.* Pearson Educación. México. 1997.

Gerardo Tena. *Los dilemas de un paraíso tropical.*2001

Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús. *Desarrollo Turístico y Sustentabilidad.* Porrúa. México. 1996.

Jiménez, Alfonso. *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México.* Universidad Intercontinental. Grupo Porrúa. México.1998.

Knowels, T. Y Curtis, S., *The market viability of european mass tourist destinations. Apost-stagnation life cycle analysis.* International Journal of Tourism Research, I, 1999.

La reconversión de las ciudades, en Boletín Hechos y Tendencias de Turismo, numero 5, mayo, Secretaria de turismo, 2002.

López Santos, Carlos, MacCann, Molina Concepción. *Estrategia Comunitaria para el Manejo de la Zona de Xcalack, Quintana Roo, México.* Amigos de Sian Ka'an A.C. 1997.

Maerk, Johanes e Ian Boxill (Coordinadores). *Turismo en el Caribe.* Departament of Management Studies and UWICED, University of West Indies – Universidad de Quintana Roo. Plaza y Valdez Editores. México 2000.

Modesto G. José A. Políticas de desarrollo sostenible en el estado de Quintana Roo: el caso del corredor turístico Cancún – Tulum. Tesis de maestría, Chetumal Q. Roo. Colegio de la Frontera Sur. 1996.

Molina, Concepción, Rubinoff Pamela y Carranza, Jorge. Normas practicas para el desarrollo turístico de la zona costera de Q. Roo, México. Amigos de Sian Ka'an A.C. 1998.

Montaner, Jordi. Psicología del turismo. Síntesis. Madrid. 1996.

Monte Mayor, Mariela. Guía para la Investigación Documental. Trillas. México. 1990.

Natasha Kate Ward. Ecotourism: Reality or Rethoric. Ecotourism Development in the state of Quintana Roo, Mexico. 1997.

Organización Mundial de Turismo, Turismo: Panorama 2020, Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. Vol 7. OMT, Madrid, España. 2002.

Organización Mundial de Turismo. Mercados Emisores de Turismo: Visión general y análisis de las características de los países. OMT. Madrid, España. 1999.

Organización Mundial de Turismo. Tendencias de los mercados turísticos, Las Americas 2002, OMT, Madrid, España. 2002.

Pérez, Salvador. Resultados de practica de campo en la comunidad de Mahahual. Un análisis sobre la sustentabilidad del Ecoturismo y la participación de la población. El caso Mahahual. Mahahual, Quintana Roo. Mayo-Julio de 2001.

Reinventando Destinos Turísticos: conceptos generales y un caso practico, en Boletín cuatrimestral de turismo, número 4, enero-abril, Secretaria de Turismo, 2002.

Romero Mayo, Rafael, Dilemas del turismo ecológico en el caribe Mexicano, Revista Mexicana del Caribe del Caribe. Año II, num. 4, México. 1997.

Sustentabilidad: conceptos en acción. Agenda Local 21, Dirección de Análisis prospectivo, Secretaria de Turismo, 2001.

Fuentes de Internet

1. Halloway, J.C, Plant, R.V. Mercadotecnia Turística. Diana. México. 1996.
<http://www.txinfinet.com/mader/ecotravel/mexico/yucatan/ward>
<http://www.web6.com/citation>

www.oas.org/tourism/docent/nuevetec