

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
Secretaría de Turismo (SECTUR)
Estados Unidos Mexicanos

Estudio
para la Formulación de Estrategias de Desarrollo y Promoción
para Destinos Turísticos Seleccionados en México

3

Informe Final
Volumen -3
Estrategias Regionales para
Destinos Seleccionados
Febrero, 1997

JICA LIBRARY



Pacific Consultants International
System Science Consultants Inc.

S S F
J R
97-030(3/4)



Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
Secretaría de Turismo (SECTUR)
Estados Unidos Mexicanos

Estudio
para la Formulación de Estrategias de Desarrollo y Promoción
para Destinos Turísticos Seleccionados en México

3

Informe Final
Volumen -3
Estrategias Regionales para
Destinos Seleccionados
Febrero, 1997

Pacific Consultants International
System Science Consultants Inc.



1135329 [9]

El tipo de cambio aplicado en este estudio son:

US\$ 1.00 = \$ 7.5 (Peso mexicano)

(Diciembre 1996)

PREFACIO

En respuesta a la solicitud del Estados Unidos Mexicanos, el Gobierno de Japón decidió llevar a cabo el Estudio para la formulación de estrategias de desarrollo y promoción para destinos turísticos seleccionados en México y encargó a la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) para conducir el Estudio.

En tres ocasiones, de septiembre de 1995 a octubre de 1996, JICA envió un equipo de estudio encabezado por el Lic. Takahide Fujihira y conformado por los miembros de las compañías: Pacific Consultants International y System Science Consultants Inc.

El Equipo sostuvo discusiones con las autoridades competentes del Gobierno de Estados Unidos Mexicanos y realizó estudios de campo. Después de que el equipo regresó a Japón, fueron realizados otros estudios y el presente ha sido preparado.

Espero que éste informe contribuya a la promoción del proyecto y a fortalecer los lazos de amistad entre nuestros países.

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a las autoridades encargadas del Gobierno de Estados Unidos Mexicanos por la estrecha cooperación brindada al Equipo.

Febrero, 1997



Kimio Fujita

Presidente

Agencia de Cooperación Internacional del Japón

Febrero 1997

Sr. Kimio Fujita
Presidente

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
Tokio, Japón

CARTA DE COMUNICACION

Estimado Señor:

Tenemos el placer de presentarle formalmente el informe de "El Estudio para la Formulación de Estrategias de Desarrollo y Promoción para Destinos Turísticos en México".

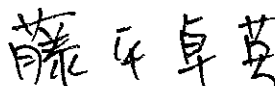
Este informe contiene los resultados del estudio que fue realizado en los Estados Unidos Mexicanos desde septiembre de 1995 a octubre de 1996 por el Equipo del Estudio organizado conjuntamente por Pacific Consultants International y System Science Consultants Inc.

Debemos bastante a muchas personas por los logros de este informe. Primero, nos gustaría expresar nuestro profundo aprecio y sincera gratitud para todos aquellos que proporcionaron su amable asistencia y cooperación al Equipo de estudio, y en particular, al personal de la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos, y al equipo de contrapartes mexicano.

También deseáramos agradecer al personal de su Agencia, al Comité de Asesores de JICA, y a la Embajada del Japón en los Estados Unidos Mejianos.

Deseamos que el informe pueda contribuir realmente al futuro desarrollo socio-económico de los Estados unidos Mexicanos y de su gente.

Atentamente

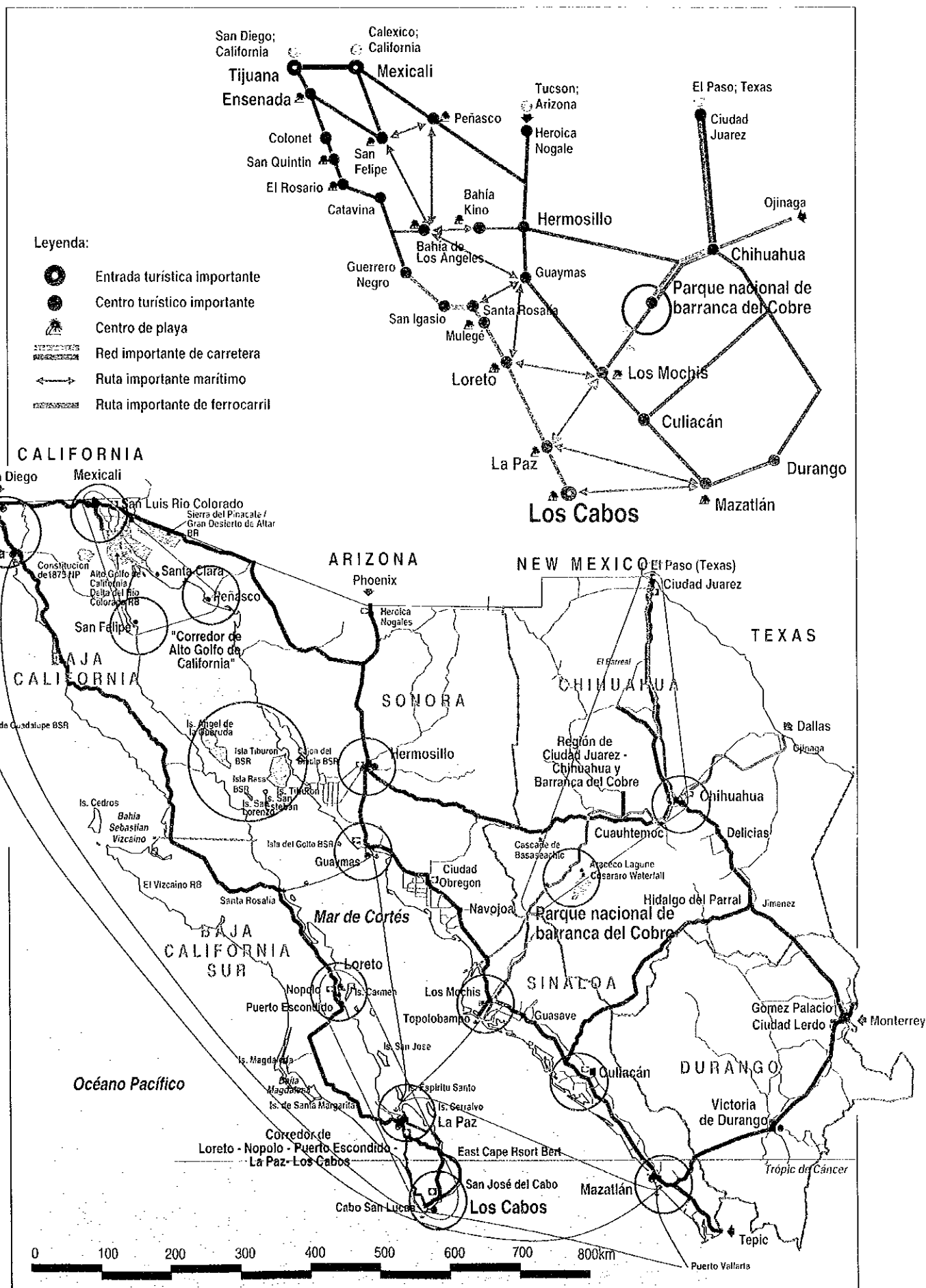


Takahide Fujihira

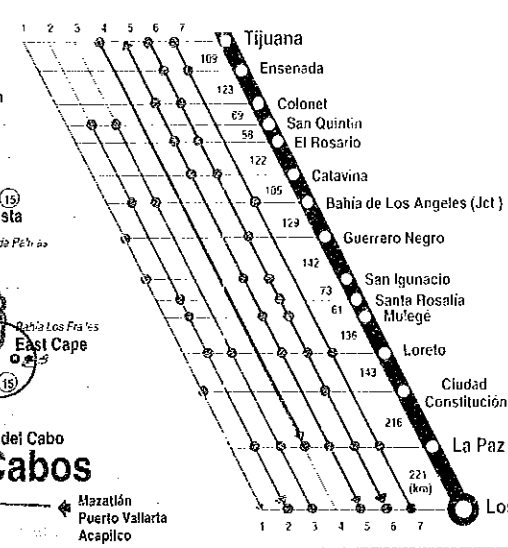
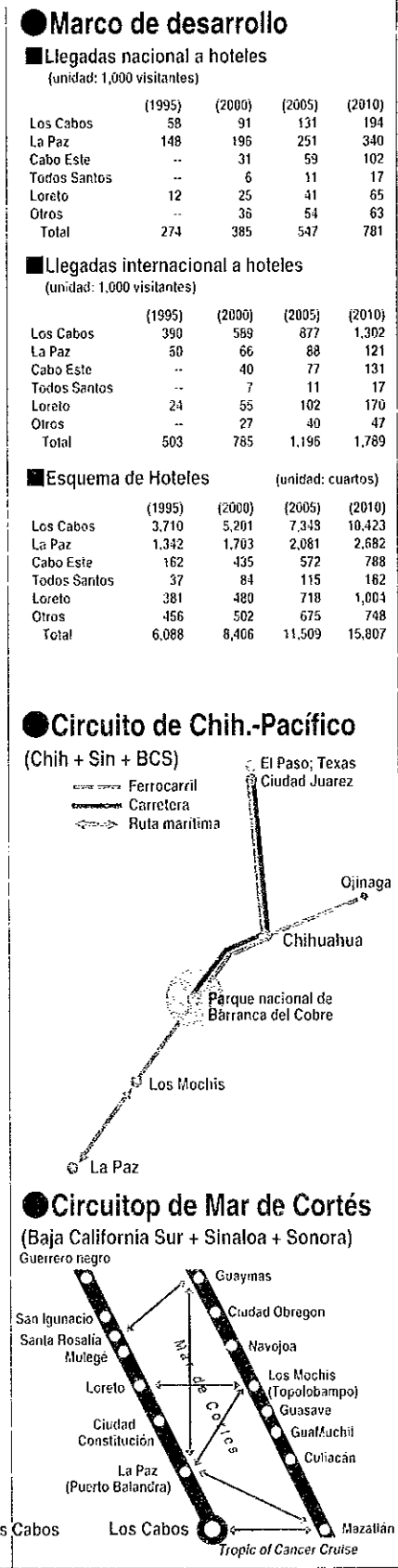
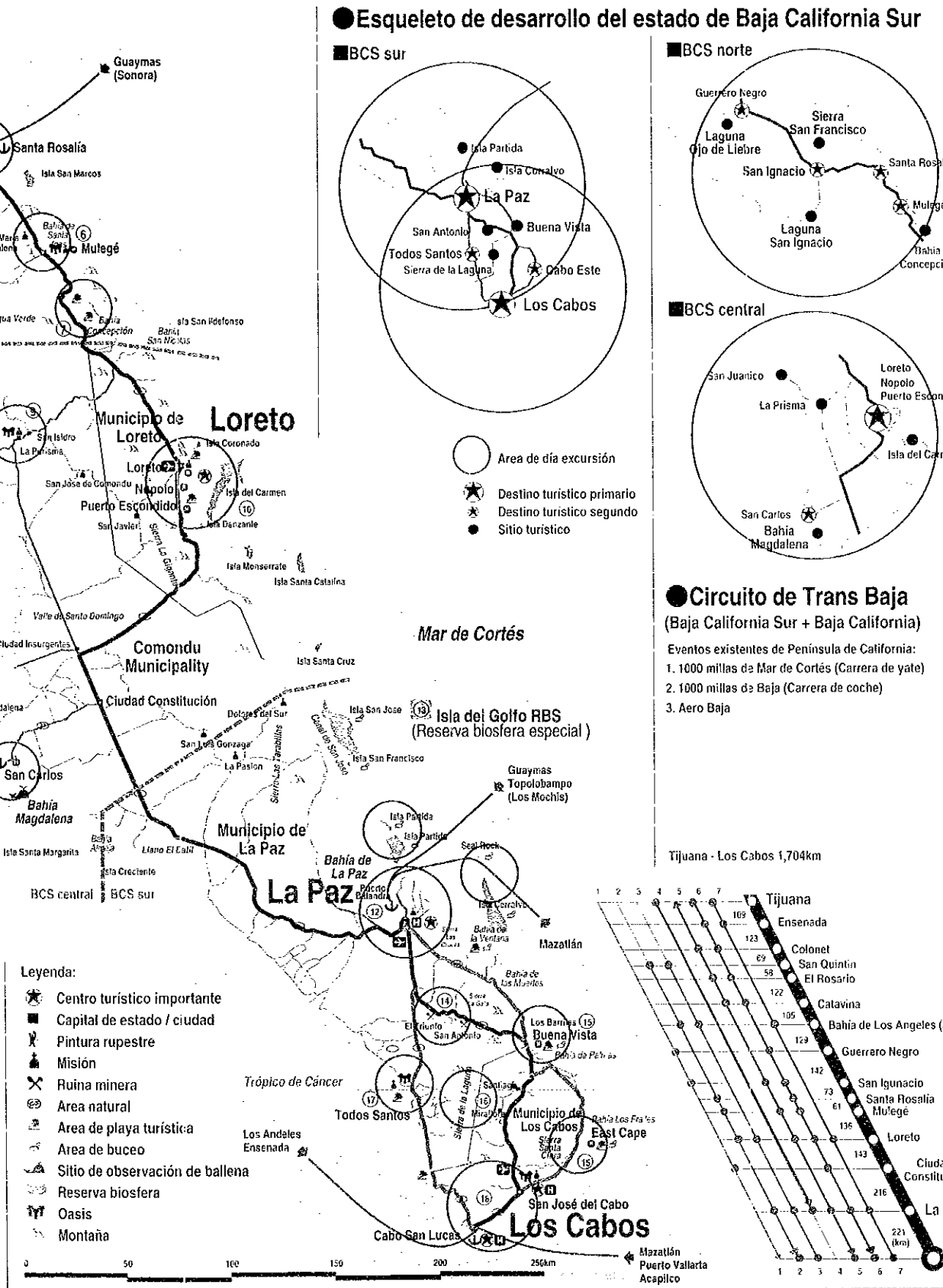
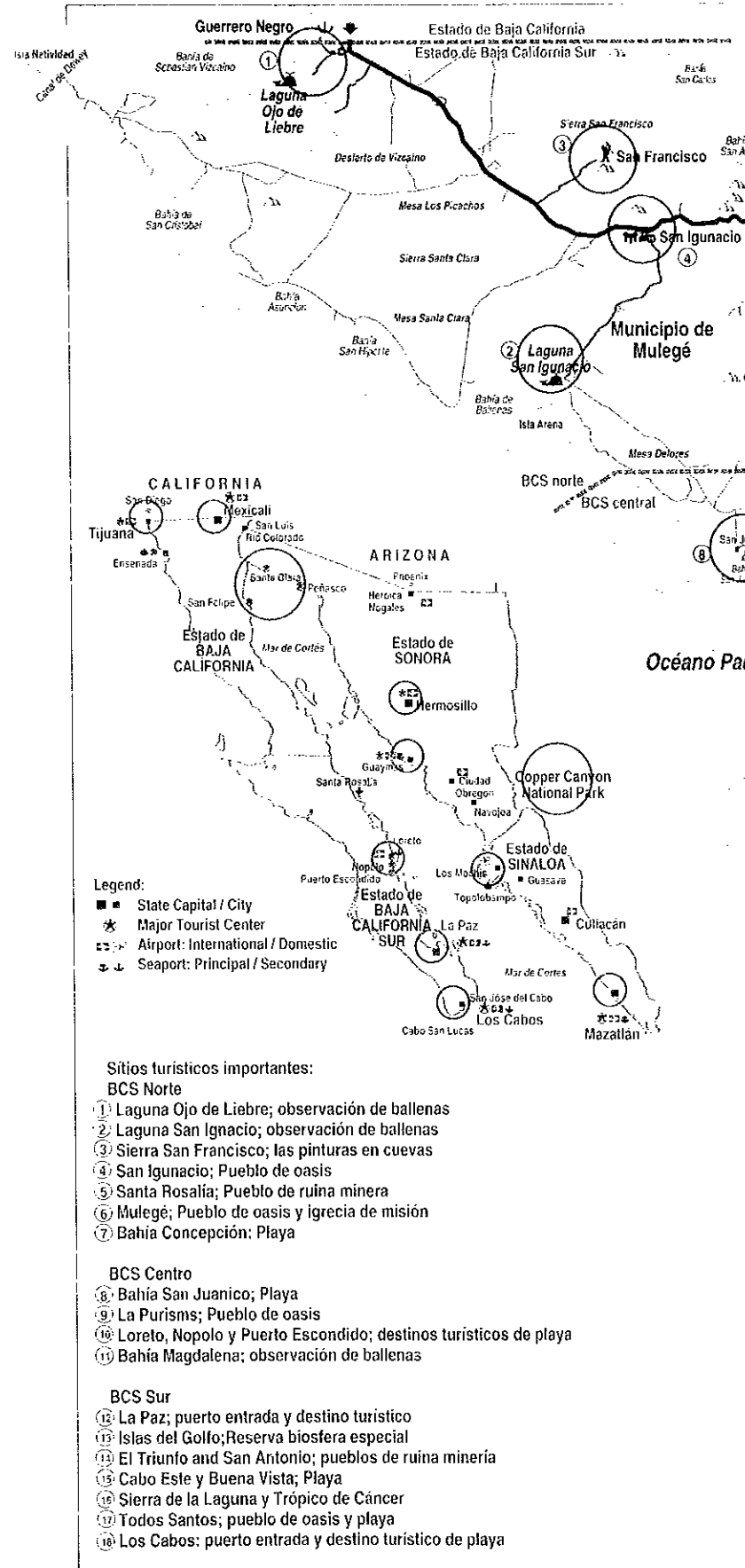
Jefe del Equipo del Estudio

Estudio para la Formulación de Estrategias de
Desarrollo y Promoción para Destinos Turísticos
Seleccionados en México

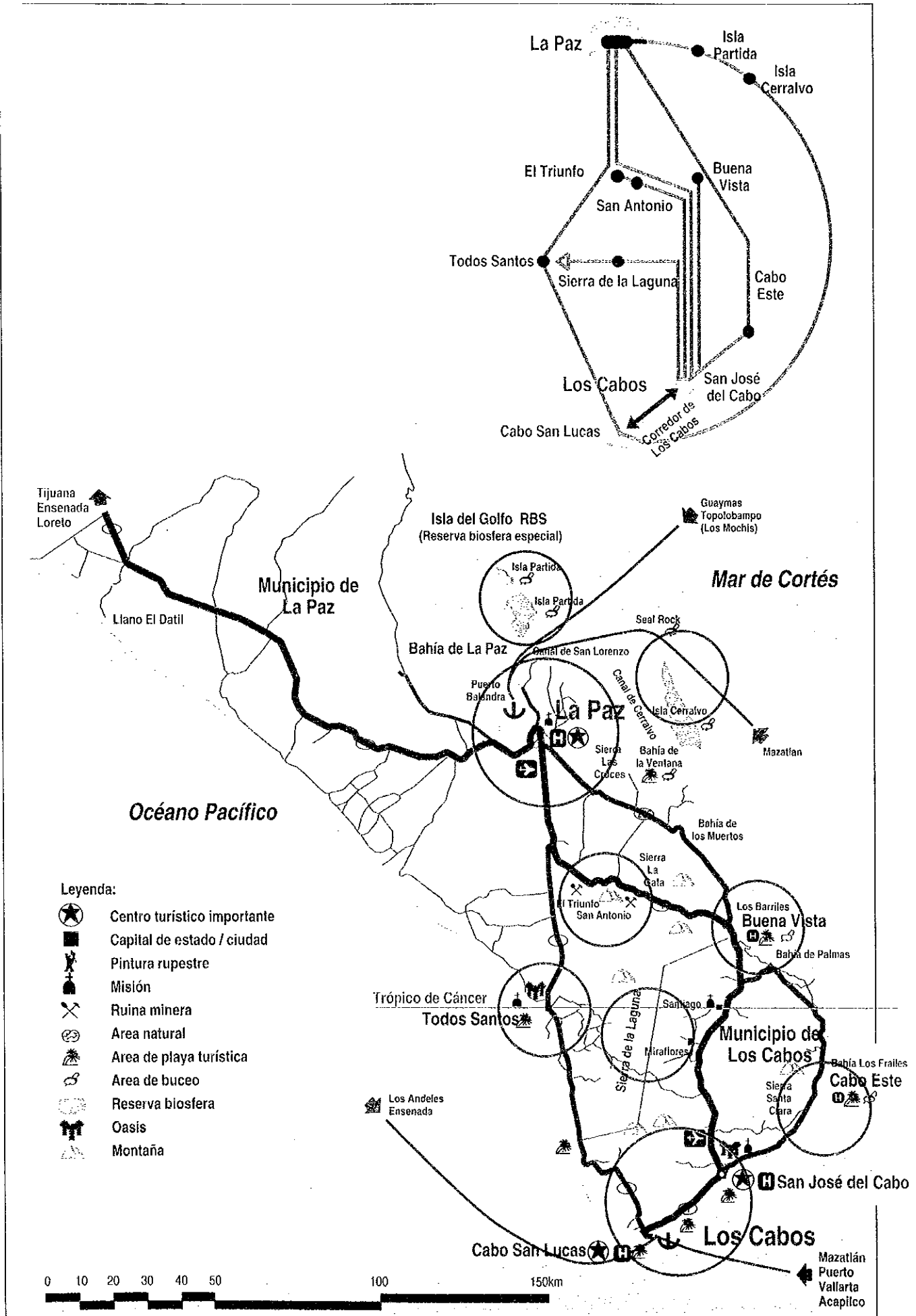
Estructura turística de la región de Los Cabos (Nivel 4)



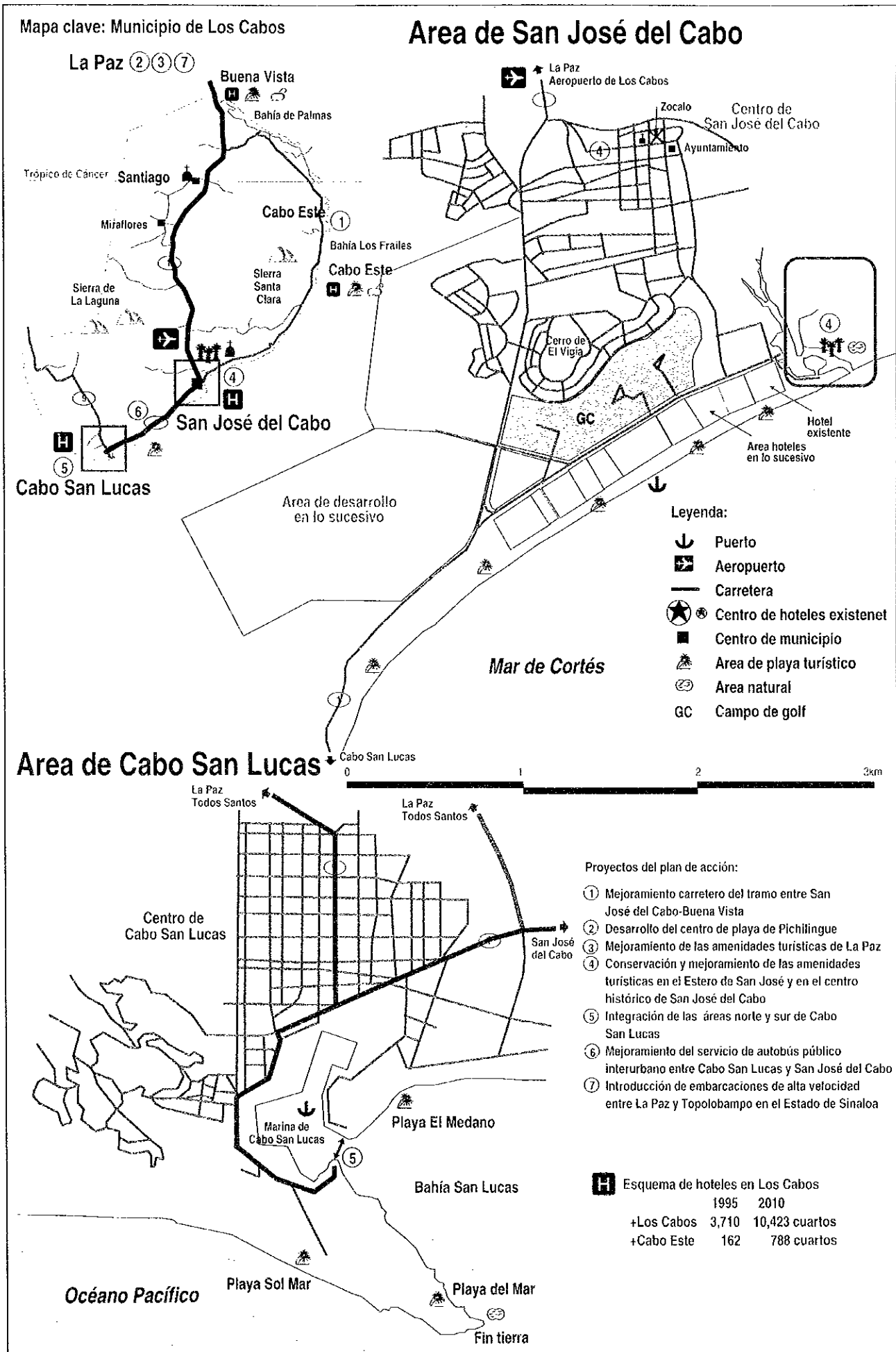
Estructura turística del región de Los Cabos (Nivel 3)



estructura turística de la región de Los Cabos (Nivel 2)



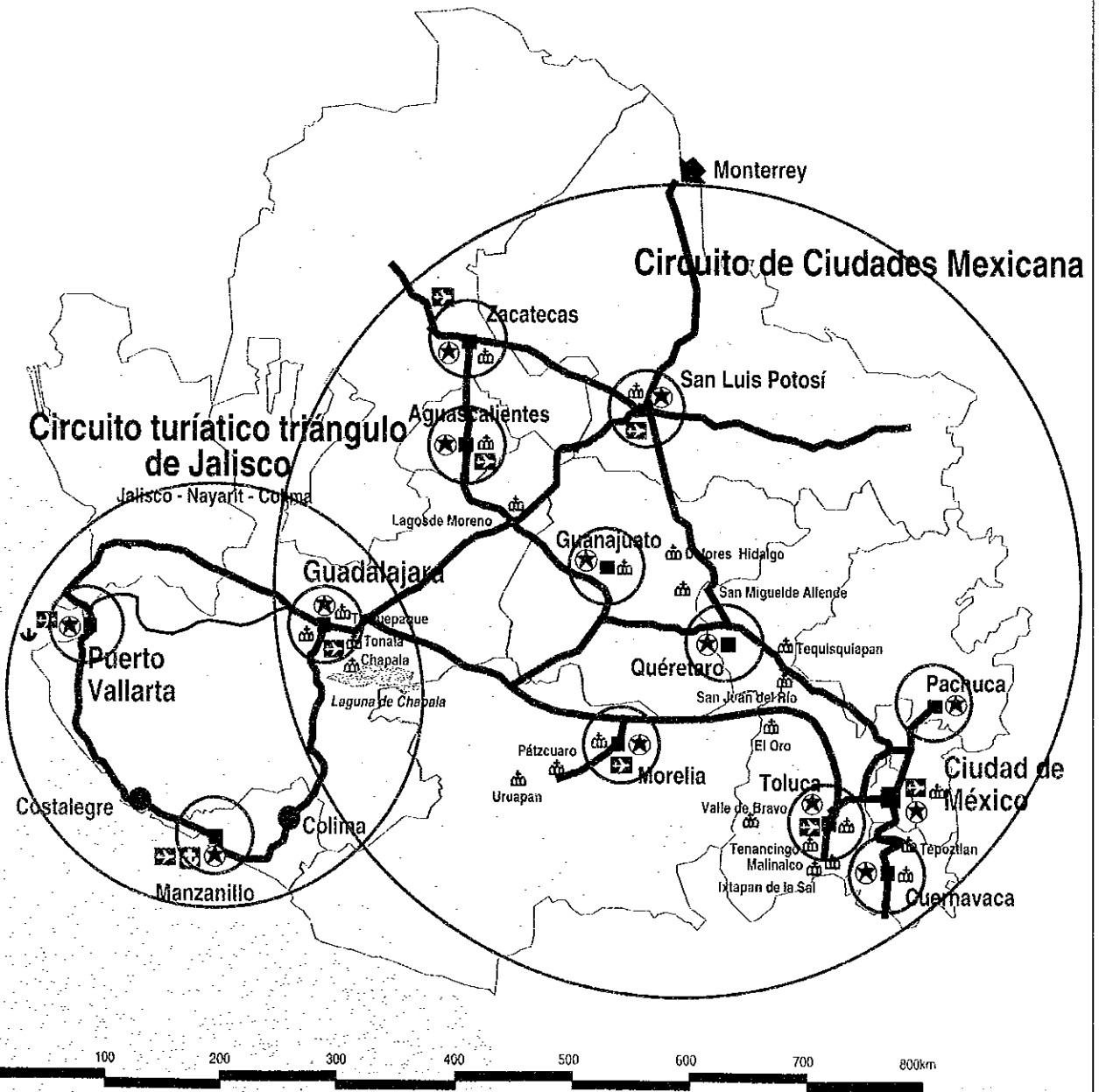
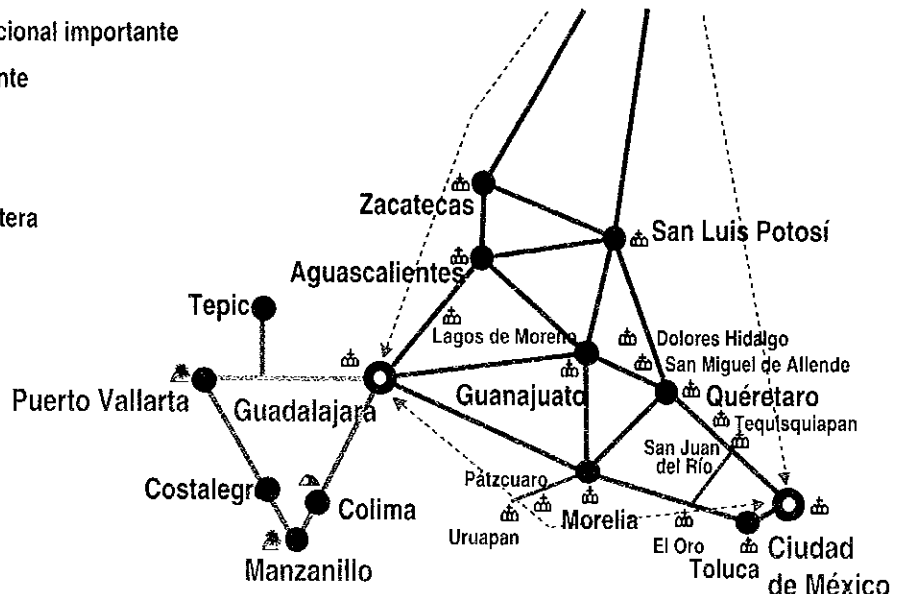
Estructura turística del región de Los Cabos (Nivel 1)



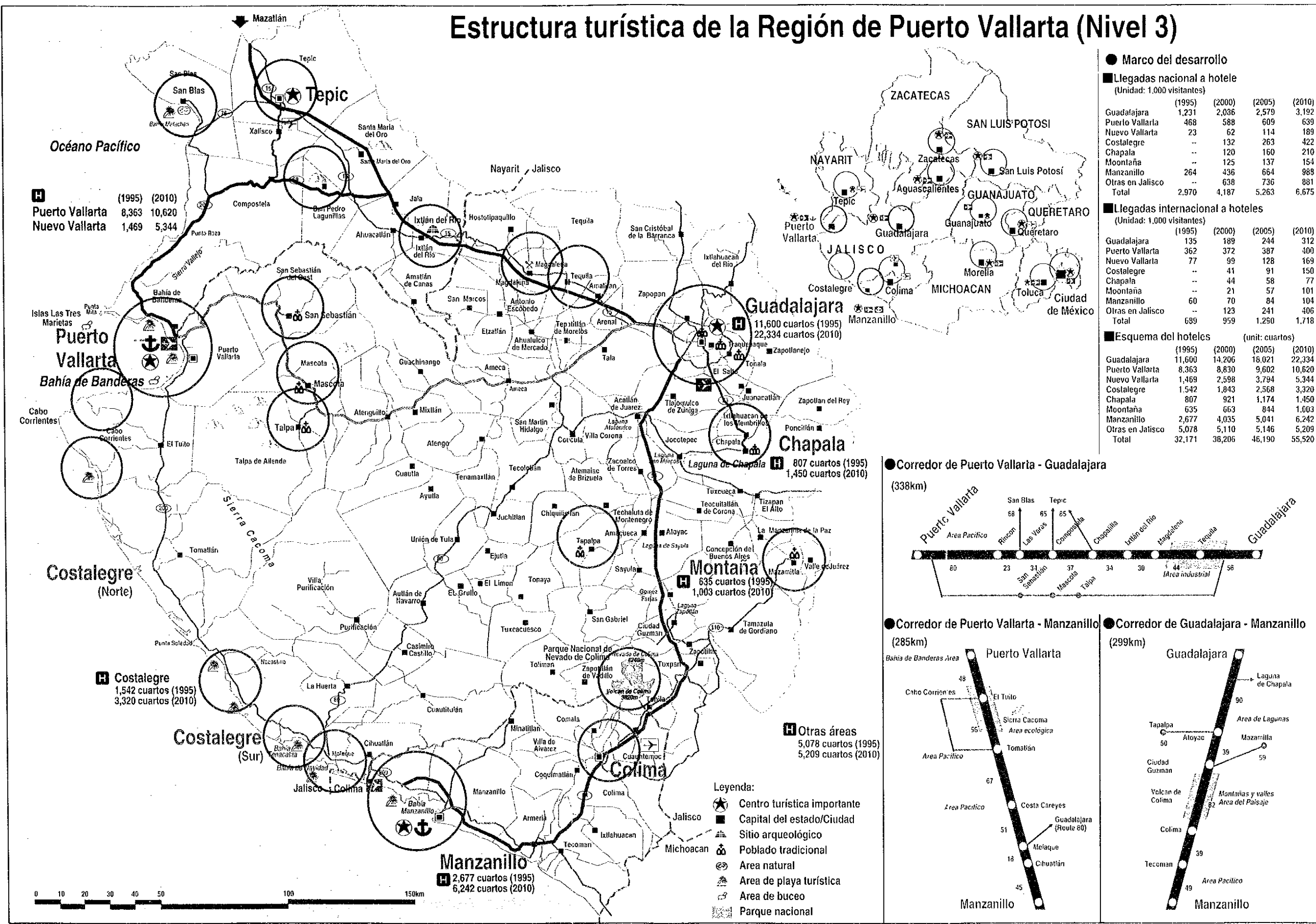
Estructura turística de la región de Puerto Vallarta (Nivel 4)

Leyenda:

- Entrda turística internacional importante
- Centro turístico importante
- ☼ Area de playa turística
- ⌄ Ciudad colonial
- Red importante de carretera
- ← - - - Ruta aérea importante



Estructura turística de la Región de Puerto Vallarta (Nivel 3)



H

	(1995)	(2010)
Puerto Vallarta	8,363	10,620
Nuevo Vallarta	1,469	5,344

H

Costalegre	1,542 cuartos (1995)	3,320 cuartos (2010)
------------	----------------------	----------------------

H

Manzanillo	2,677 cuartos (1995)	6,242 cuartos (2010)
------------	----------------------	----------------------

H

Otras áreas	5,078 cuartos (1995)	5,209 cuartos (2010)
-------------	----------------------	----------------------

- Legenda:**
- ★ Centro turística importante
 - Capital del estado/Ciudad
 - ▲ Sitio arqueológico
 - ⊙ Poblado tradicional
 - ⊕ Área natural
 - ⊖ Área de playa turística
 - ⊗ Área de buceo
 - ⊘ Parque nacional

● Marco del desarrollo

■ Llegadas nacional a hoteles (Unidad: 1,000 visitantes)

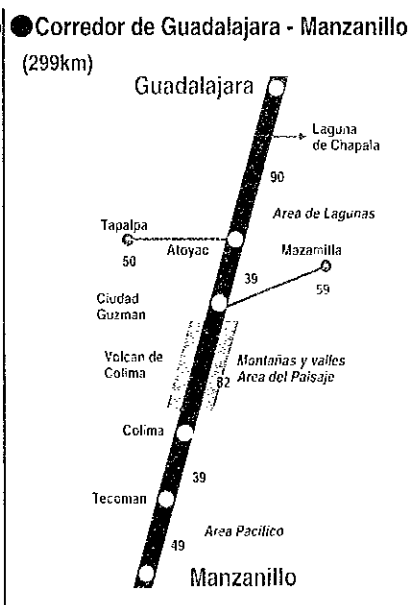
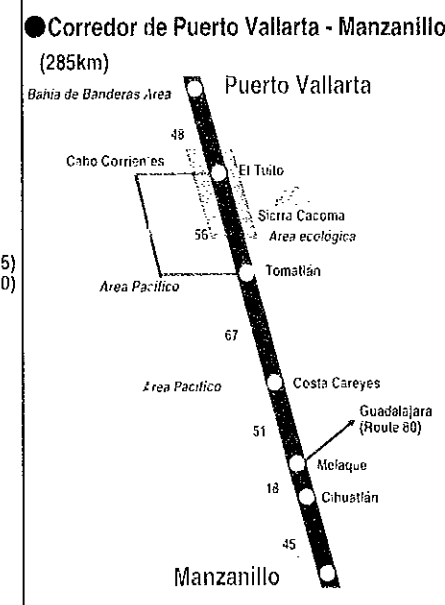
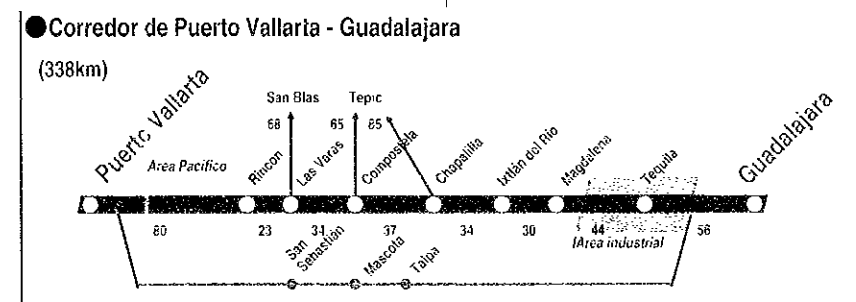
	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Guadajajara	1,231	2,036	2,579	3,192
Puerto Vallarta	468	588	609	639
Nuevo Vallarta	23	62	114	189
Costalegre	--	132	263	422
Chapala	--	120	160	210
Moontaña	--	125	137	154
Manzanillo	264	436	664	988
Otras en Jalisco	--	638	736	881
Total	2,970	4,187	5,263	6,675

■ Llegadas internacional a hoteles (Unidad: 1,000 visitantes)

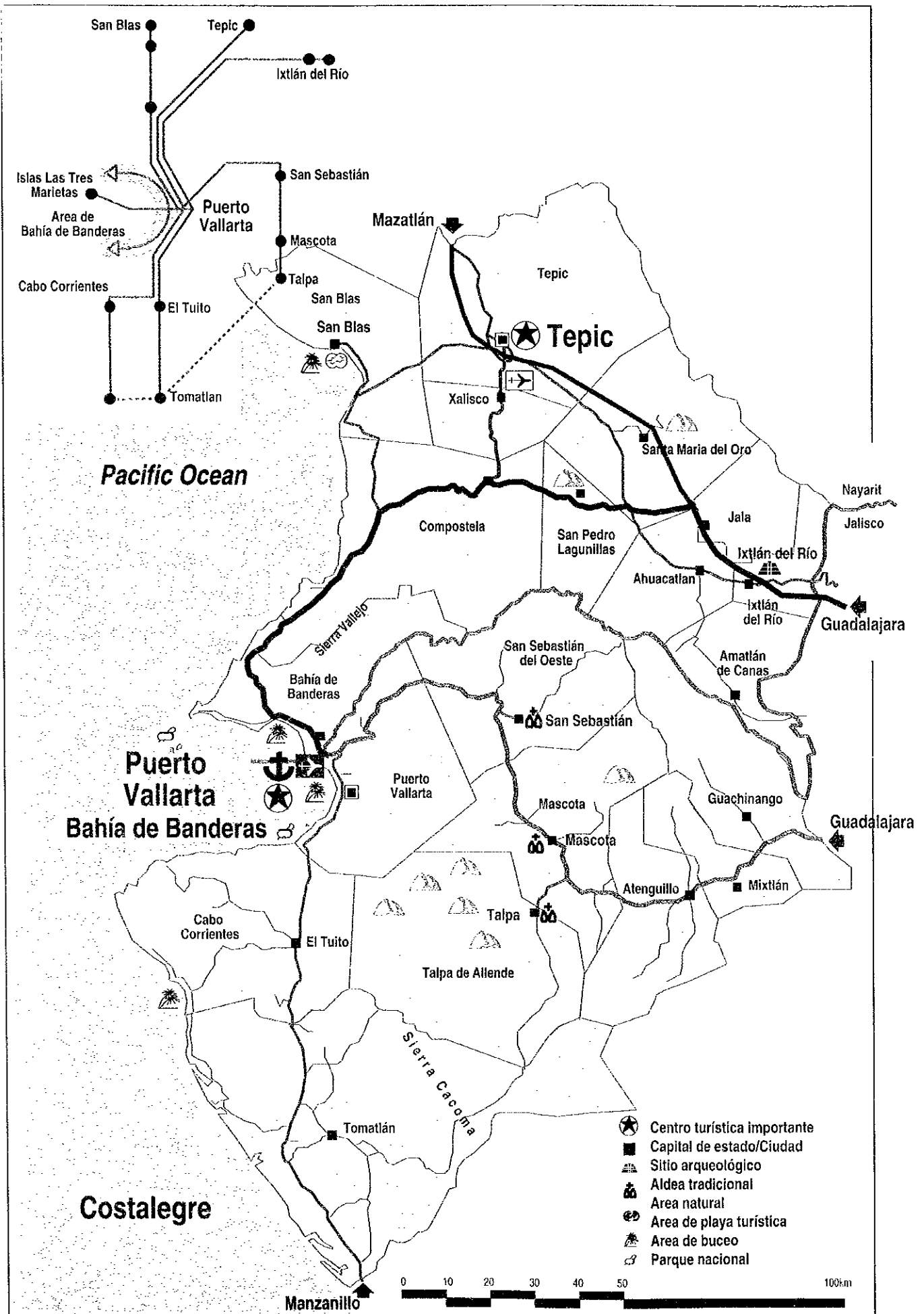
	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Guadajajara	135	189	244	312
Puerto Vallarta	362	372	387	400
Nuevo Vallarta	77	99	128	169
Costalegre	--	41	91	150
Chapala	--	44	58	77
Moontaña	--	21	57	101
Manzanillo	60	70	84	104
Otras en Jalisco	--	123	241	406
Total	689	959	1,250	1,718

■ Esquema del hoteles (unit: cuartos)

	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Guadajajara	11,600	14,206	18,021	22,334
Puerto Vallarta	8,363	8,830	9,602	10,620
Nuevo Vallarta	1,469	2,598	3,794	5,344
Costalegre	1,542	1,843	2,568	3,320
Chapala	807	921	1,174	1,450
Moontaña	635	663	844	1,003
Manzanillo	2,677	4,035	5,041	6,242
Otras en Jalisco	5,078	5,110	5,146	5,209
Total	32,171	38,206	46,190	55,520

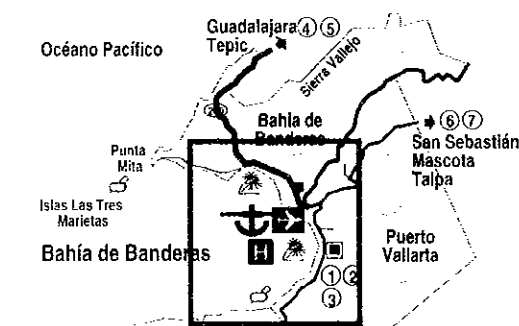


Estructura turística de la región de Puerto Vallarta (Nivel 2)



Estructura turística del región de Puerto Vallarta (Nivel 1)

Mapa clave: Municipios alrededor Bahía de Banderas

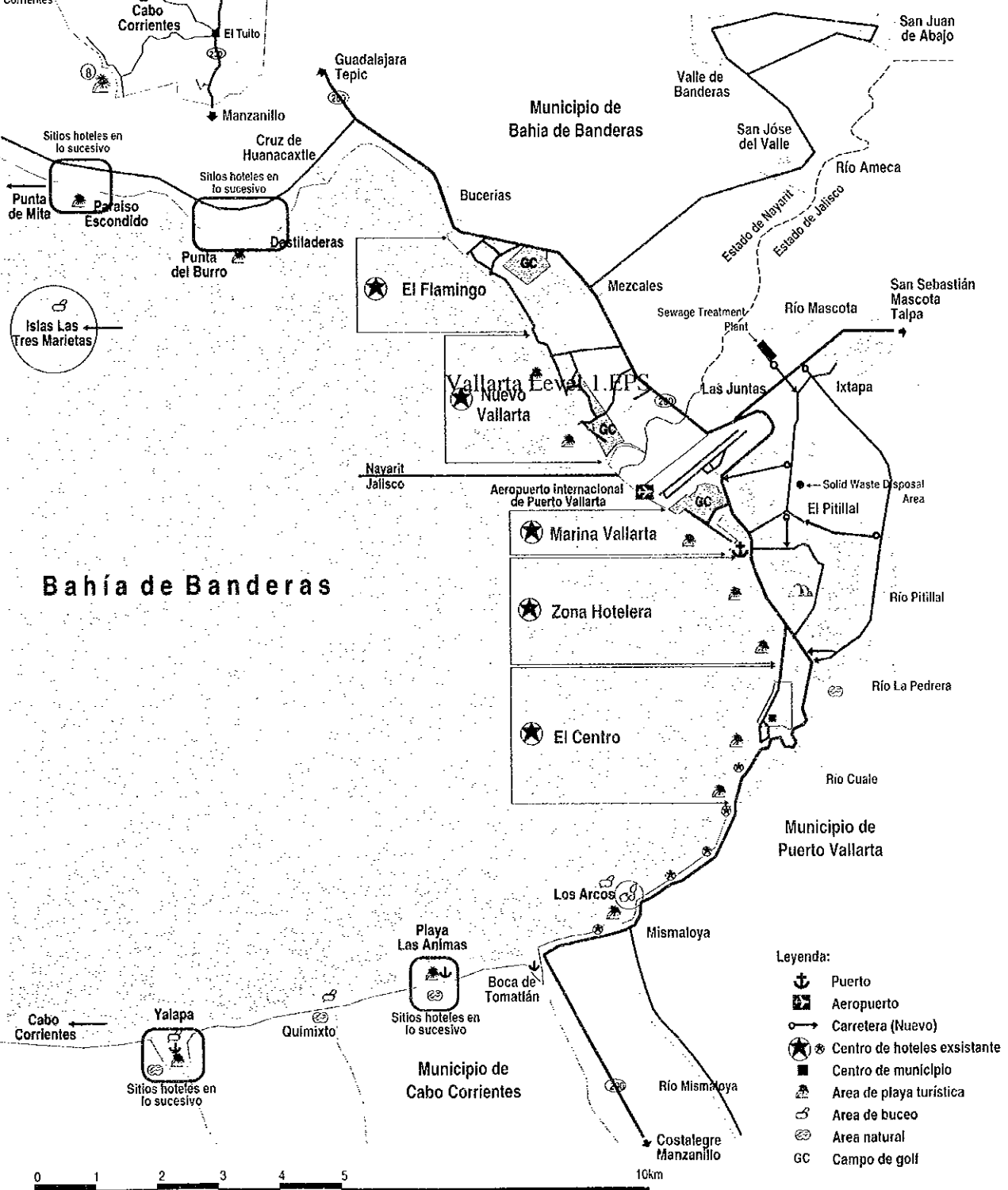


Proyectos del plan de acción:

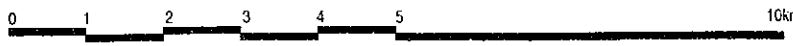
- ① Conservación y embellecimiento urbano del centro histórico de Puerto Vallarta
- ② Desarrollo de un complejo turístico en la ladera de la montaña cerca de la Parroquia de Guadalupe
- ③ Desarrollo del Centro de Convenciones de Puerto Vallarta
- ④ Desarrollo de la parque temático "Pueblo Mexicano" en Guadalajara
- ⑤ Mejoramiento de las amenidades turísticas del poblado de Tequila
- ⑥ Conservación y mejoramiento de las amenidades turísticas de tres poblados tradicionales
- ⑦ Mejoramiento de carreteras : Sección de Puerto Vallarta-Mascota

H Esquema de hoteles de la area de Bahía de Banderas

	1995	2010
+Puerto Vallarta	8,363	10,620 quartos
+Nuevo Vallarta	1,469	5,344 quartos



- Leyenda:
- Puerto
 - Aeropuerto
 - Carretera (Nuevo)
 - Centro de hoteles existente
 - Centro de municipio
 - Area de playa turística
 - Area de buceo
 - Area natural
 - Campo de golf

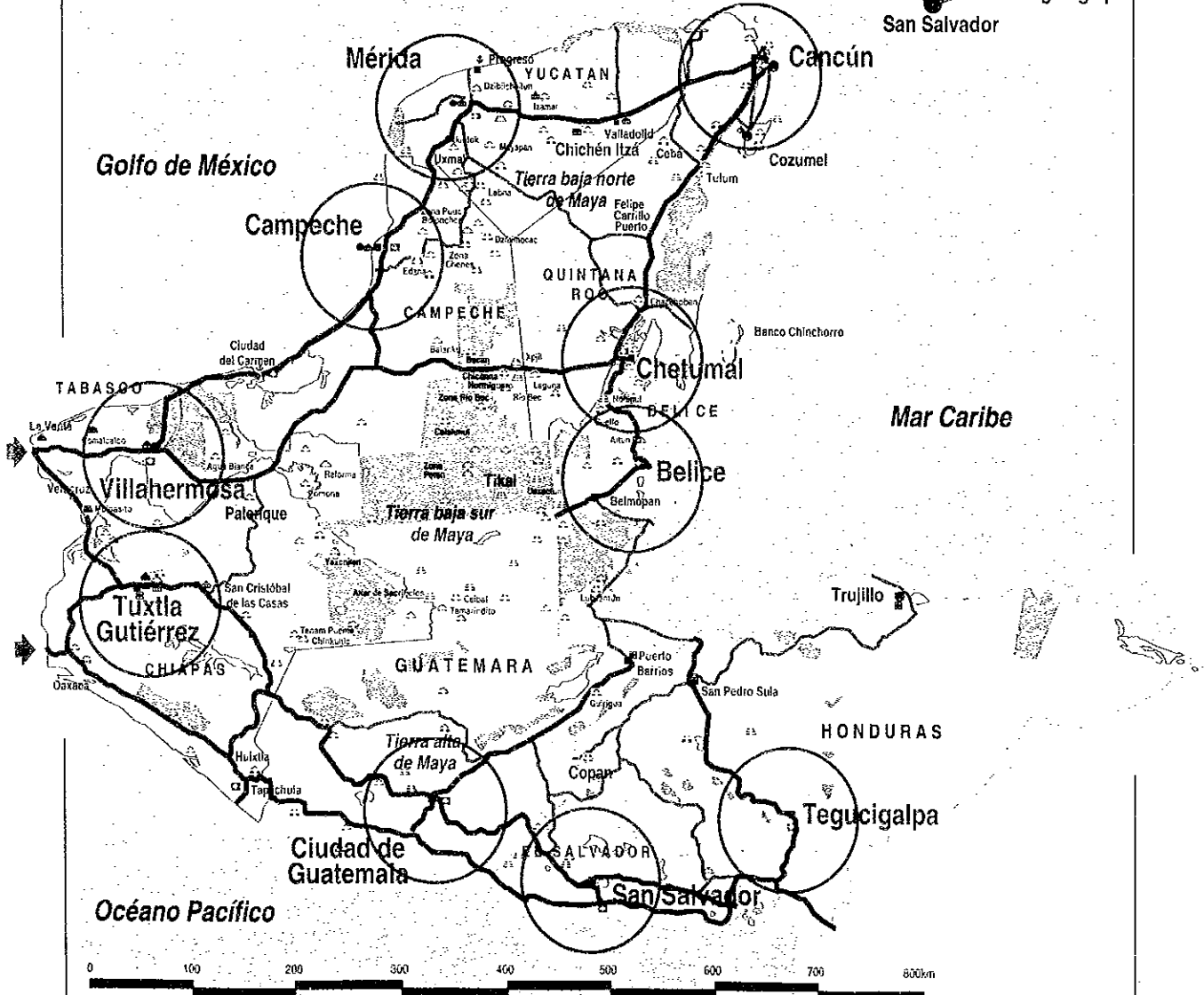
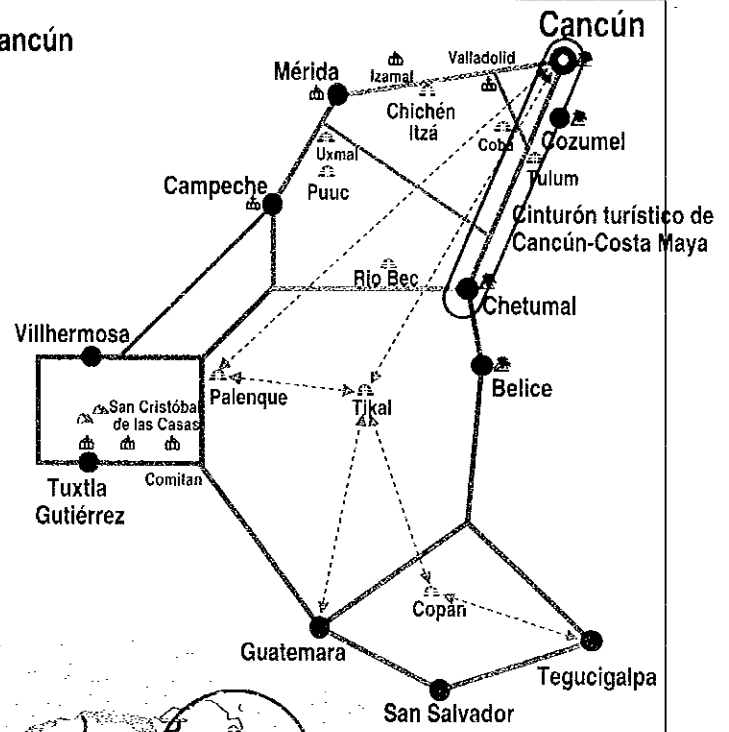


Estructura turística del región de Cancun (Nivel 4)

Circuito grande del region turístico de Cancún

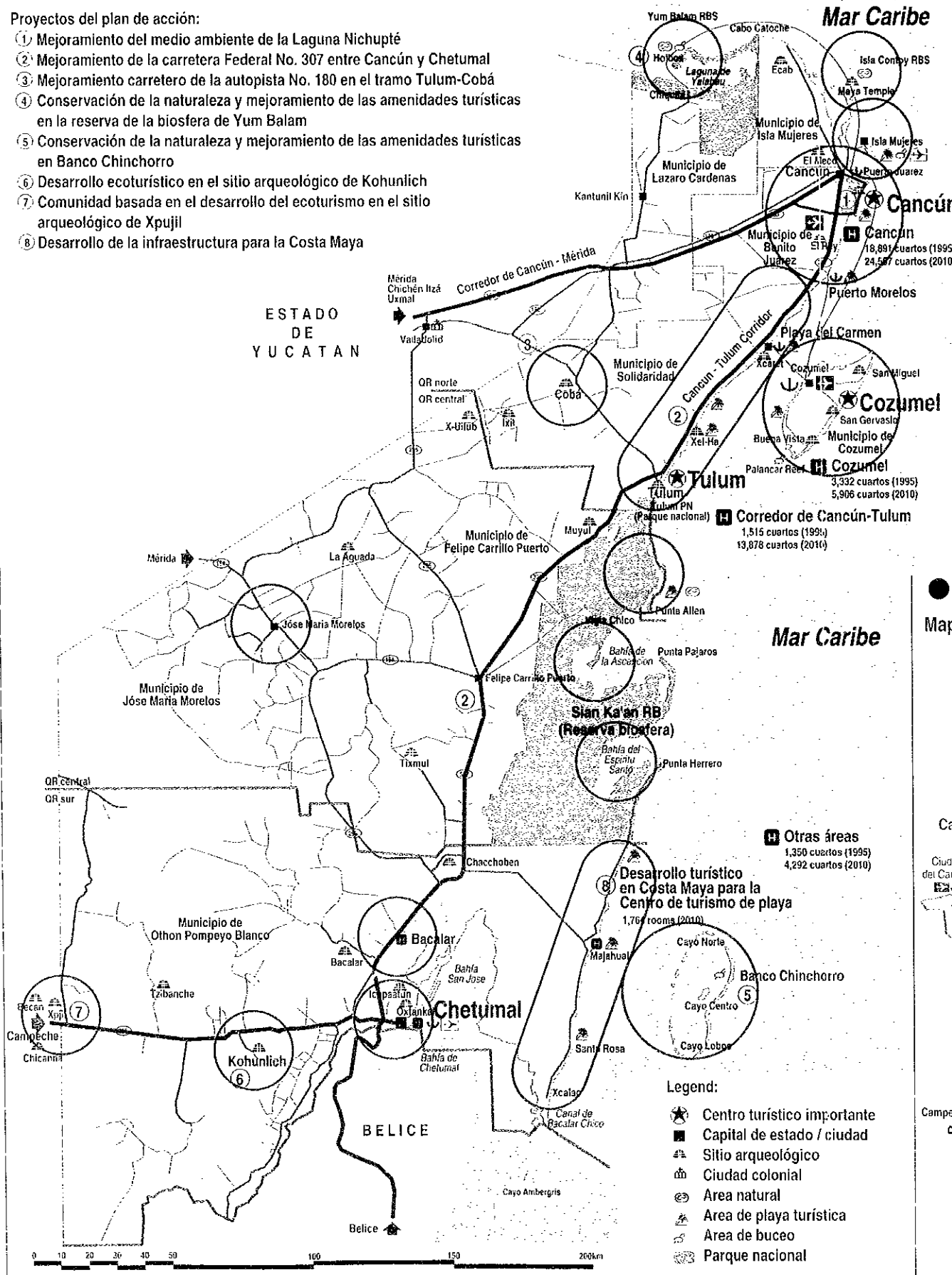
Leyenda:

-  Entrada turística importante
-  Centro turístico importante
-  Centro de playa
-  Sitio Arqueológico
-  Ciudad colonial
-  Red importante de carretera
-  Ruta aérea importante



Proyectos del plan de acción:

- 1 Mejoramiento del medio ambiente de la Laguna Nichupté
- 2 Mejoramiento de la carretera Federal No. 307 entre Cancún y Chetumal
- 3 Mejoramiento carretero de la autopista No. 180 en el tramo Tulum-Cobá
- 4 Conservación de la naturaleza y mejoramiento de las amenidades turísticas en la reserva de la biosfera de Yum Balam
- 5 Conservación de la naturaleza y mejoramiento de las amenidades turísticas en Banco Chinchorro
- 6 Desarrollo ecoturístico en el sitio arqueológico de Kohunlich
- 7 Comunidad basada en el desarrollo del ecoturismo en el sitio arqueológico de Xpujil
- 8 Desarrollo de la infraestructura para la Costa Maya



Estuctura turístico del región de Cancún (Nivel 3)



Marco de desarrollo

■ Llegadas nacional a hoteles
(unidad: 1,000 visitantes)

	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Cancún	189	546	621	734
Cozumel	67	80	97	123
Tulum Corridor	7	62	143	263
Costa Maya	--	16	25	43
Otros	--	39	93	161
Total	589	744	977	1,324

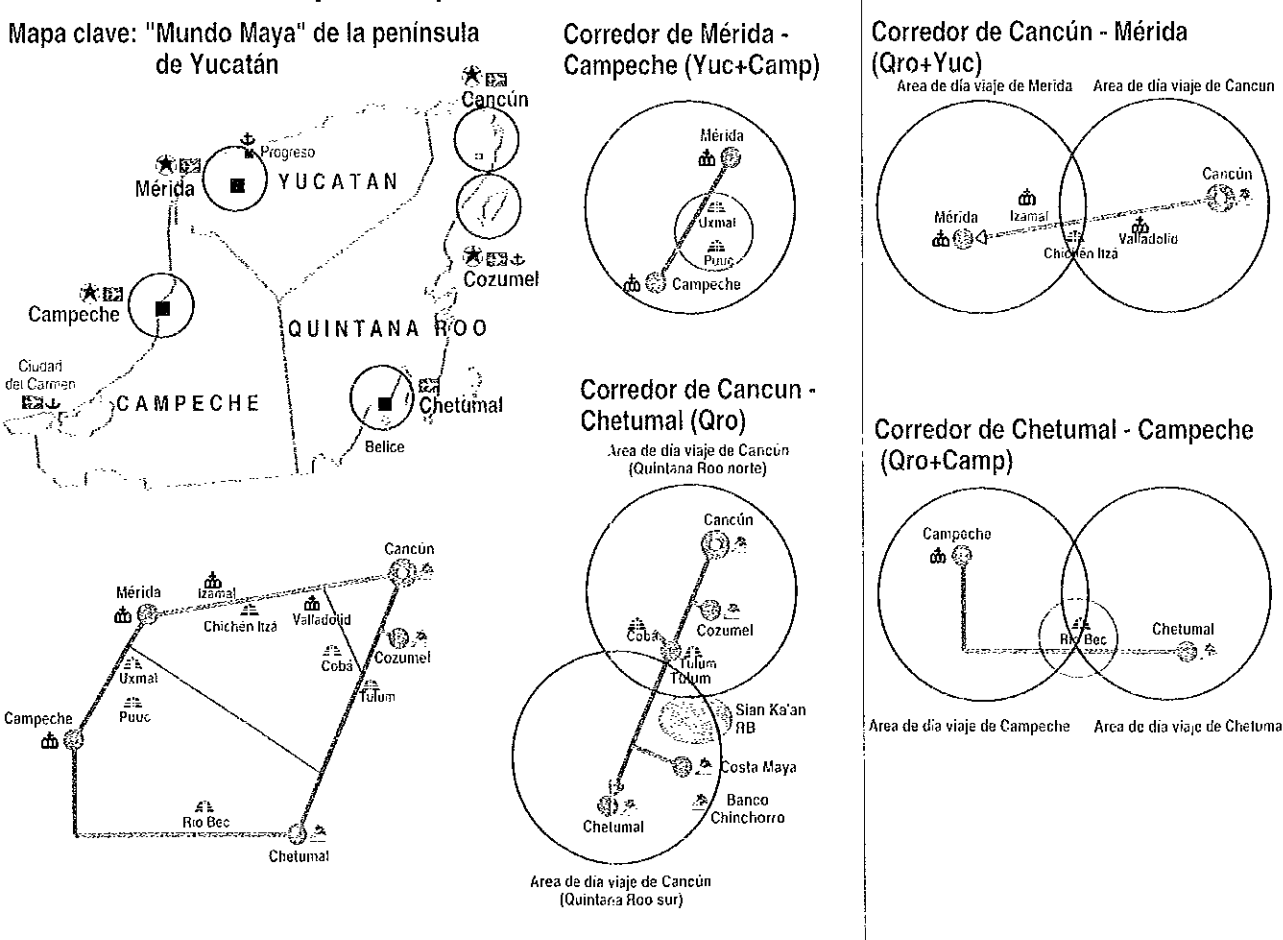
■ Llegadas internacional a hoteles
(unidad: 1,000 visitantes)

	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Cancún	1,666	1,788	1,929	2,148
Cozumel	243	297	370	480
Tulum Corridor	108	358	719	1,259
Costa Maya	--	19	20	147
Otros	--	78	163	254
Total	2,113	2,570	3,262	4,286

■ Esquema de hoteles (unidad: cuartos)

	(1995)	(2000)	(2005)	(2010)
Cancún	18,891	20,150	21,870	24,557
Cozumel	3,332	3,882	4,693	5,906
Tulum Corridor	1,515	4,083	7,968	13,878
Costa Maya	10	543	920	1,761
Otros	1,350	1,762	2,942	4,292
Total	25,098	30,440	38,392	50,397

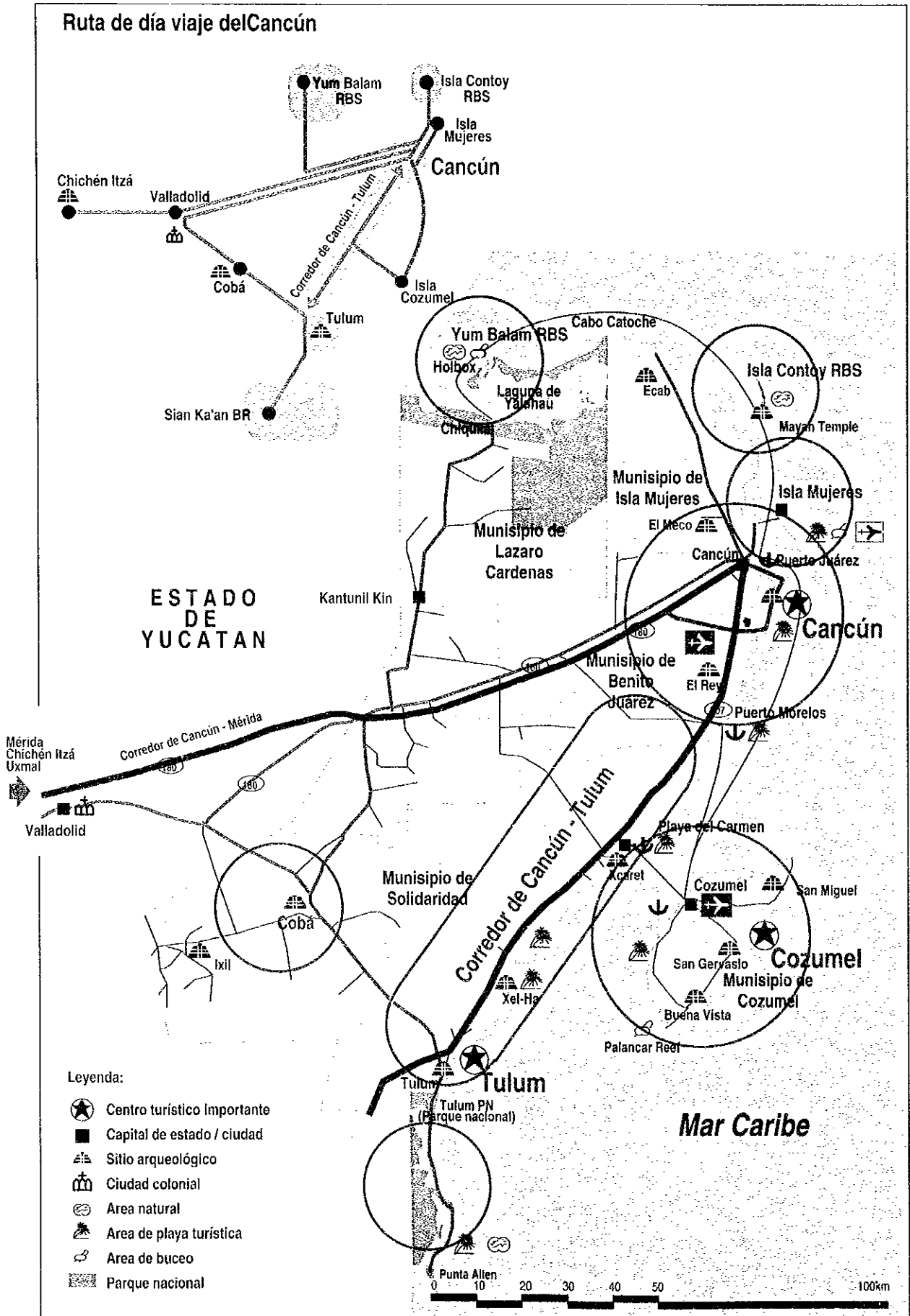
● Circuito "Mundo Maya" de la península de Yucatán



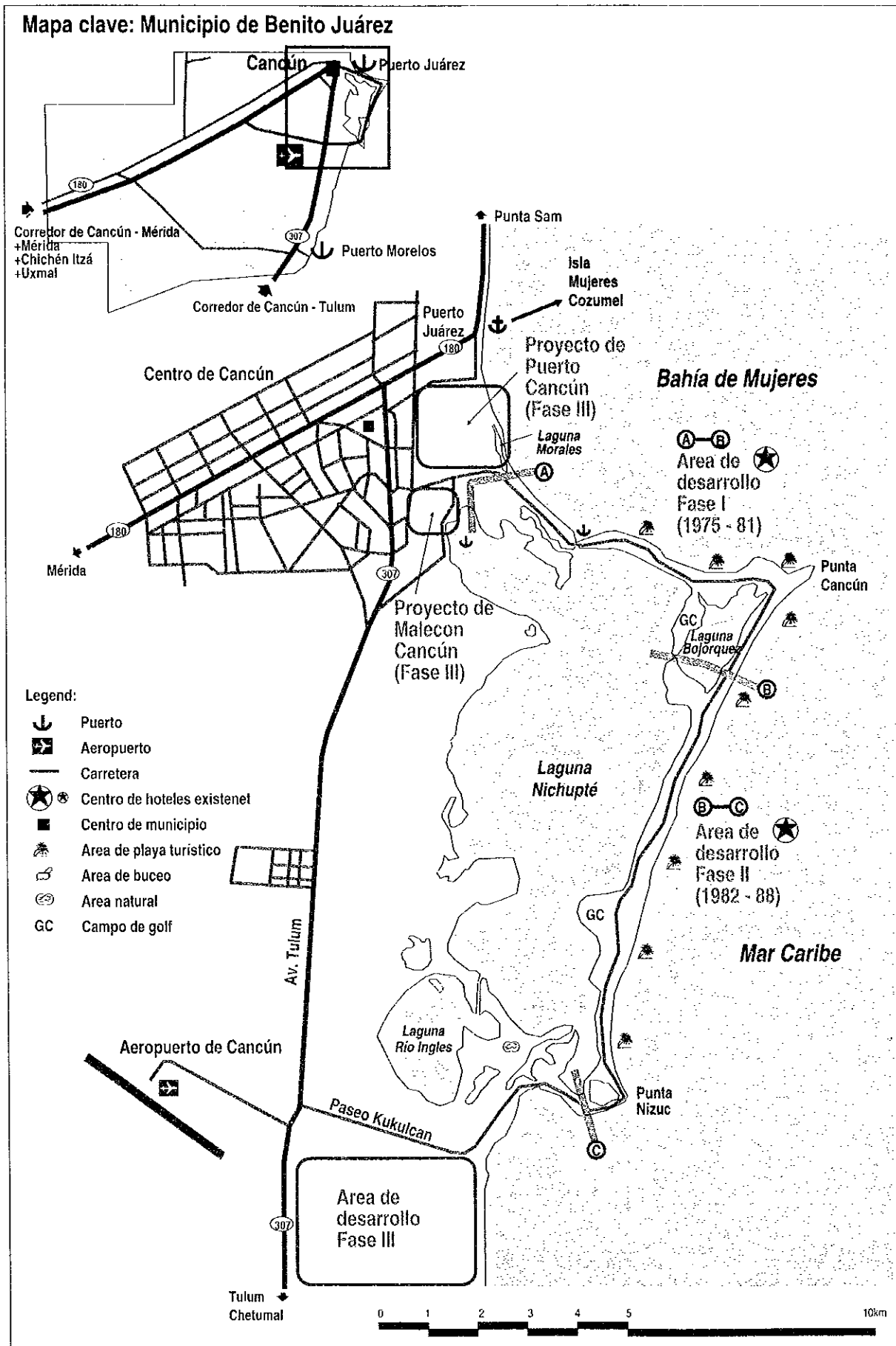
- Legend:
- ★ Centro turístico importante
 - Capital de estado / ciudad
 - ⦿ Sitio arqueológico
 - ⦿ Ciudad colonial
 - ⦿ Area natural
 - ⦿ Area de playa turística
 - ⦿ Area de buceo
 - ⦿ Parque nacional

Estructura turística del Región de Cancún (Nivel 2)

Ruta de día viaje del Cancún



Estructura turística del región de Cancún (Nivel 1)



Volumen-3 Estrategias Regional para Destinos Seleccionados
Tabla de Contenido

1. Introducción	
1-1 General-----	1-1
1-2 Objetivos, áreas de estudio y años meta-----	1-1
2. Marco teórico	
2-1 Consideraciones para determinar las estrategias de desarrollo y de promoción -----	2-1
2-2 Clasificación del proyectos turísticos-----	2-6
2-3 Plan de implementación-----	2-8
3. Estrategia de Los Cabos	
3-1 Contexto regional -----	3-1
3-2 Valoración del desarrollo turístico y escenarios de promoción-----	3-6
3-3 Estrategia turística para la región de Los Cabos-----	3-8
3-4 Desarrollo turístico y planes de promoción-----	3-22
3-5 Desarrollo turístico y proyectos de promoción-----	3-32
3-6 Análisis económico y financiero -----	3-58
4. Estrategia de Puerto Vallarta	
4-1 Contexto regional-----	4-1
4-2 Valoración de los escenarios -----	4-6
4-3 Estrategia de la región turística de Puerto Vallarta-----	4-8
4-4 Desarrollo turístico y planes de promoción-----	4-21
4-5 Desarrollo turístico y proyectos de promoción-----	4-30
4-6 Análisis económico y financiero -----	4-55
5. Estrategia de Cancun	
5-1 Contexto regional-----	5-1
5-2 Valoración del desarrollo turístico y escenarios de promoción-----	5-7
5-3 Estrategia de la región turística de Cancun -----	5-9
5-4 Desarrollo turístico y planes de promoción-----	5-23
5-5 Desarrollo turístico y proyectos de promoción-----	5-35
5-6 Análisis económico y financiero -----	5-63
Apéndice	
A-1 Condiciones existentes en la región turística de Los Cabos -----	A-1
A-2 Condiciones existentes en la región turística de Puerto Vallarta-----	A-31
A-3 Condiciones existentes en la región turística de Cancun-----	A-61

Organización de este reporte

El reporte final está compuesto de dos volúmenes separados. El contenido de los dos volúmenes es el siguiente:

Volumen -1: Resumen

(El Resumen de Volumen 2 y Volumen 3)

Volumen -2: Estrategia Nacional

(Planes y propuestas para el turismo a nivel nacional que apoyan el desarrollo turístico y los planes de promoción en tres destinos.)

Volumen -3: Estrategias Regional para Destinos Seleccionados

(Planes de desarrollo y promoción turísticas para los tres destinos elegidos incluyendo análisis financiero, acciones, y evaluación de impacto ambiental inicial.)

Volumen -4: Documentos Técnicos

(los datos y estudios suplementario)

Abreviatura

AAIR	Annual Average Increase Rate (Crecimiento Promedio Anual)
API	Administration of Integral Port (Administración de Puerto Integral)
ASA	Department of Airport and Auxiliary Service (Aeropuertos y Servicios Auxiliares)
BANOBRAS	National Bank of Public works and services (Banco Nacional de Obras y Servicios Publicos)
B/C	Benefit and Cost (Beneficio y Coste)
BR	Biosphere Reserve (Reserva de la Biosfera)
CESTUR	Tourism Reserch Institute (Centro de Estudios Superiores en Turismo)
CFE	State Commission of Electric (Comisión Feferal de Electricidad)
CLFC	Central Electric and Power Company (Compañía de Luz y Fuerza del Centro)
CMPT	Mexican Tourism Promotion Council (Consejo Mexicano de promoción turfstica)
CNA	National Water Commission (Comicion Nacional del Agua)
EIA	Environmental Impact Assessment (Establecimiento del Impacto Ambiental)
EIRR (TIRE)	Economic Internal Rate of Return (Tasa Interna de Retorno Económico))
EPR (EPC)	Employee Per Room (Empleados Por Cuarto)
FIRR (TIRF)	Financial Internal Rate of Return (Tasa Interna de Retorno Financiero)
FIT (VTI)	Foreign Independent/Individual Travel (Viajero Totalmente Independendiente)
FNM	National Railways of Mexico (Ferrocarriles Nacional de México)
FONATUR	National Fund for Tourism Promotion (Fondo Nacional de Fomento al Turismo)
FIL (LFT)	Federal Tourism Law (Ley Federal de Turismo)
GDP (PIB)	Gross Domèstic Products (Producto Interno Bruto)
GRDP (PRIB)	Gross Regional Domestic Products (Producto Regional Interno Bruto)

IDB (BID)	Interamerican Development Bank (Banco Interamericano de Desarrollo)
IEE (EIM)	Initial Environmental Examination (Evaluación Inicial del Medioambiente)
INAH	National Institute of Anthoropology and History) (Instituto Nacional de Antropología e Historia)
INE	National Institute of Ecology (Instituto Nacional de Ecología)
INEGI	National Institute of Statistics, Geography and Informatics (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática)
INI	National Institute of Indigenous (Instituto Nacional Indigenista)
IPC (CIP)	Integrated Planned Center (Centros Integralmente Planeados)
ITC (CTI)	Integrated Tourism Center (Centros Turísticos Integrales)
JICA	Japan International Cooperation Agency (Agencia de Cooperación Internacional del Japón)
JNTO	Japan National Tourist Organization (Organización Nacional Turística del Japón)
JTA	Japan Tourist Associaton (Asociación Turística del Japón)
JTB	Japan Travel Bureau
LGEEPA	General Law of Environment (Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental)
NGO (ONG)	Non Governmental Organization (Organización No Gubernamental)
NP	National Park (Parque Nacional)
PROFEPA	Federal Agency for Environmental Protection (Procuraduría Federal de Protección Ambiental)
RCI	Resort Condominium International
SBR	Special Biosphere Reserve (Reserva especial de la Biosfera)
SCT	Secretariat(=Ministry) of Communication and Transportation (Secretaría de Comunicaciones y Transportes)
SECOFI	Secretariat of Commerce and Industrial Promotion (Secretaría de Comercio y Fomento Industrial)
SECTUR	Secretariat of Tourism (Secretaría de Turismo)
SEDESOL	Secretariat of Social Development (Secretaría de Desarrollo Social)
SEMARNAP	Secretariat of Environment, Natural resouces and Fishing (Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca)
SES	Secretariat of Health (Secretría de Salud)

SHCP	Secretariat of Finance and Public Credit (Secretaría de Hacienda y Crédito Público)
SINAP	National System of Nature Protected Areas (Sistema Nacional de Areas Naturales Protegidas)
SIT	Special Interest Tours (Viaje de Interés Especial)
SMEs (PMEs)	Small- and Midium- sized Enterprises (Pequeñas y Medianas Empresas)
SNIT	National System of Tourism Information (Sistema Nacional de Información Turística)
UNEP (PNUMA)	United Nations Environment Programme (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente)
VFR	Visit Friend and Relatives (Visito a Familia y Amigos)
WTO	World Tourism Organization (Organización Mundial del Turismo)

Glosario de términos especiales

\$	Mexican Peso (Peso mexicano)
US\$	US dollar, [US\$1 = 7.5 Mexican Pesos] (Dólar de Estados Unidos, [US\$1 = 7.5 Pesos mexicanos])
N.A. (N.D.)	Not available (No disponible)
p	Preliminary (Preliminar)
--	Non applicable (No aplicable)

1. Introducción

1. Introducción

1.1. General

En respuesta a la solicitud del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (en adelante denominado el "GdM"), el Gobierno de Japón (en adelante denominado "GdJ") determinó realizar el Estudio para la Formulación de Estrategias de Desarrollo y Promoción para los Destinos Turísticos Seleccionados en México (en adelante denominado el "Estudio").

La Agencia de Cooperación Internacional del Japón (en adelante denominada "JICA"), organismo responsable de la implementación de los programas de cooperación técnica del GdJ, llevará a cabo el Estudio de conformidad con el Alcance del Trabajo acordado entre los representantes del GdM y el Equipo de Estudio Preparatorio de JICA el día 27 de Abril de 1995 y de acuerdo a las leyes y regulaciones relevantes vigentes en Japón. De parte del GdM, la Secretaría de Turismo (en adelante denominada como "SECTUR") actuando como la agencia contraparte al equipo de estudio Japonés, también coordinó las relaciones con otras organizaciones gubernamentales y no gubernamentales durante el Estudio.

1.2. Objetivos, áreas de estudio y años meta.

Los siguientes son los elementos básicos del estudio acordados entre el Equipo de Estudio Preparatorio de JICA y SECTUR.

1.2.1. Objetivos del estudio

Los Objetivos del estudio son:

- Llevar a cabo la evaluación y el análisis histórico del desarrollo de los destinos turísticos seleccionados en México ;
- Formular estrategias de desarrollo turístico para las áreas de estudio, basadas en la evaluación y análisis del punto descrito anteriormente;
- Formular estrategias de promoción turística para las áreas de estudio ; y,
- Proponer estrategias para otros destinos de México.

1.2.2. Años meta

Los años meta del estudio son:

- Año 2010 para la formulación de la estrategia, y
- Año 2002 para el plan de acción

El año meta para la formulación de la estrategia esta dividido en tres (3) fases :

- Corto plazo (1996-2000),
- Mediano plazo (2001-2005) ; y,
- Largo plazo (2006-2010).

1.2.3. Areas de estudio

Mientras que el equipo de estudio preparatorio de JICA visitó México para definir el alcance del estudio, SECTUR propuso seis destinos de playa como las áreas de estudio de JICA. Los destinos propuestos fueron : Los Cabos, Mazatlán, Puerto Vallarta, Acapulco, Huatulco y Cancún. Sin embargo, se discutió y se llegó a un acuerdo entre SECTUR y el equipo de estudio preparatorio de JICA en relación a que de las 6 áreas propuestas, tres deberían ser seleccionadas para el estudio debido a las restricciones de programación y de presupuesto. También se acordó que dos de los destinos, Los Cabos y Cancún, fueran incluidos en el estudio, lo que significaba que de las cuatro áreas restantes, otra debería ser elegida.

El equipo de estudio JICA realizó exploraciones en los destinos para elegir el destino faltante. Después de las exploraciones, el equipo de estudio propuso a Puerto Vallarta como el tercer destino seleccionado para llevar a cabo el estudio a

través del procedimiento de selección que se comentará en esta sección. La metodología y los resultados de la selección fueron acordados con SECTUR en el seno del Comité Directivo verificado el 10 de Diciembre de 1995, confirmándose que Los Cabos, Cancún y Puerto Vallarta serían las áreas de estudio.

(1) Criterios de selección

Se tuvo claro que el estudio de las áreas seleccionadas, debería ser un estudio tipo, de manera tal que la metodología para las áreas seleccionadas pudiera ser aplicable como modelo a otros destinos en México.

La selección de los destinos estuvo basada en un análisis tipológico de las características de las áreas candidatas para estudio. Los criterios para la selección fueron: 1) grado de diferenciación entre las características de los destinos seleccionados respecto de Los Cabos y Cancún; y 2) grado en el que el estudio de los destinos, pudiese ser aplicable a destinos que no hubieran sido seleccionados.

Los criterios para identificar las características de las áreas candidatas de estudio fueron los siguientes:

- Tipo de desarrollo;
- Características geográficas;
- Etapas de crecimiento de los destinos;
- Dimensiones del desarrollo; y,
- Características del mercado.

a. Tipos de desarrollo

Los seis son destinos de playa que están generalmente clasificados en dos categorías:

- Centros integralmente planeados; y,
- Centros de playa tradicionales.

b. Características geográficas

Para determinar las características geográficas de los destinos propuestos, se establecieron tres regiones marítimas y tres regiones terrestres.

Regiones Marítimas

México se encuentra rodeado por cuatro mares que son: el Mar de Cortés, el Océano Pacífico, el Mar Caribe y el Golfo de México. En tanto no se propusieron destinos en el Golfo de México, los seis destinos fueron clasificados en las tres regiones marítimas siguientes:

- Mar de Cortés;
- Océano Pacífico; y,
- Mar Caribe.

Regiones Terrestres

Los seis destinos se encuentran clasificados dentro de tres regiones terrestres de la siguiente forma:

- Regiones del norte;
- Regiones centrales; y,
- Regiones del Sur.

c. El concepto de Ciclo de Vida del Producto en los destinos turísticos

Los seis destinos se encuentran clasificados en tres etapas del ciclo de vida de los centros turísticos:

- Etapa Inicial;
- Etapa de Crecimiento; y,
- Etapa de Madurez.

d. Dimensiones del desarrollo

Los seis destinos son clasificados dentro de tres categorías conforme al número de cuartos de hotel y también conforme a tres categorías que se relacionan con el número de llegadas al hotel (el total de llegadas, desglosadas en nacionales e internacionales) como sigue:

Número de cuartos de hotel

- Grandes ($G > 10,000$ cuartos) ;
- Medianas ($10,000$ cuartos $> M > 5,000$ cuartos) ; o,
- Pequeñas ($5,000$ cuartos $> P$)

Número de llegadas al hotel

- Grandes ($G > 1,000,000$ turistas) ;
- Medianas ($1,000,000$ turistas $> M > 500,000$ turistas) ; o,
- Pequeñas ($500,000$ turistas $> P$)

e. Características de mercado

Los seis destinos son clasificados en dos categorías del tipo de mercado y en tres categorías de los niveles de diversificación tal y como se muestra a continuación:

- Orientado al mercado nacional (llegada de nacionales a los hoteles $> 50\%$).
- Orientado al mercado internacional (llegada de extranjeros a los hoteles $> 50\%$).

(2) Conclusiones

La Tabla 1. 1 y en la Figura 1. 1 se muestran las características de los seis destinos propuestos, clasificados de acuerdo a los criterios antes mencionados. En la tabla y la figura se observa que los destinos que poseen las características más diferentes de Cancún y Los Cabos, son los más apropiados para la selección. En este sentido, de los restantes cuatro destinos considerados, Puerto Vallarta resulta el más apropiado.

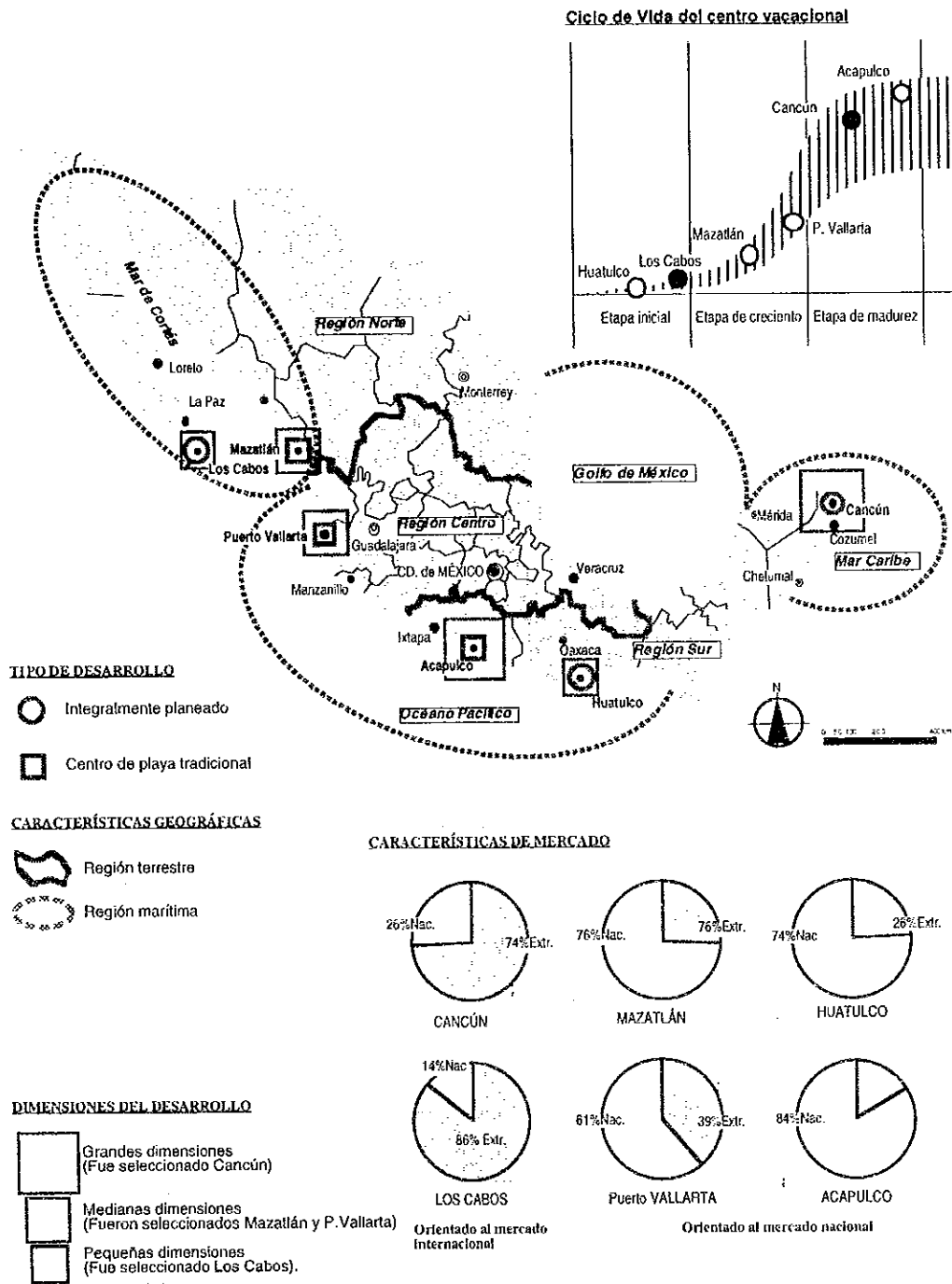
Tabla 1.1 Selección de los tres destinos turísticos de acuerdo a las áreas del estudio de JICA

Criterios de la Tipología		Clasificación	Los Cabos	Mazatlán	Puerto Vallarta	Acapulco	Huatulco	Cancún
Tipo de Desarrollo		Integralmente planeado	●				○	●
		Tradicional de playa		○	○	○		
Características Geográficas	Región marítima	Mar de Cortés	●					
		Océano Pacífico		○	○	○	○	
		Mar Caribe						●
	Región terrestre	Región Norte	●	○				
		Región Central			○			
		Región Sur				○	○	●
Ciclo de Vida del centro vacacional		Etapa Inicial	●				○	
		Etapa de crecimiento		○	○			
		Etapa de madurez					○	
Dimensiones del desarrollo	Capacidad Hotelera (Hoteles con estrellas en 1995)	Grande				○ 15,368		● 18,772
		Mediano		○ 6,343	○ 9,886			
		Pequeño	● 3980				○ 1,778	
	Llegadas a hoteles en 1994 (en miles)	Grande				○ 1,930.1		● 1,958.1
		Mediano		○ 886.3	○ 897.5			
		Pequeño	● 361.9				○ 169.9	
Características del mercado	Orientación de mercado	Orientación al mercado internacional	● 86%	○ 76%	○ 39%	○ 16%	○ 26%	● 74%
		Orientación al mercado nacional	○ 14%	○ 24%	○ 61%	○ 84%	○ 74%	○ 26%
Adecuación a las áreas de estudio				5	7 (puntuaje total)	3	2	

Nota : Los datos utilizados para el análisis anterior fueron los mejores de los que se pudo disponer cuando se decidió la selección. Por ello, podría ser inconsistente con los datos más recientes que se presentan en los capítulos posteriores.

Fuente: Equipo de estudio JICA

Figura 1.1 Selección de los 3 destinos para el estudio de JICA



Fuente: Equipo de estudio JICA

2. Marco teórico

2. Marco teórico

Este capítulo comenta la metodología, los antecedentes teóricos y los pre-requisitos para determinar una estrategia de desarrollo para el respectivo destino turístico.

2.1. Consideraciones para determinar las estrategias de desarrollo y de promoción

2.1.1. Ciclo de vida del centro vacacional

Se considera la teoría del ciclo de vida del centro vacacional para determinar la estrategia de los destinos turísticos seleccionados. La teoría se originó en el concepto mercadológico del ciclo de vida del producto, pero ha sido ampliamente utilizado para interpretar el fenómeno turístico. Deben considerarse para determinar las estrategias de un destino turístico, las etapas en el ciclo de vida del centro vacacional. La Tabla 2. 1 resume las características y la estrategia general de los destinos turísticos en las respectivas etapas del ciclo de vida.

Tabla 2. 1 Características de las respectivas etapas del ciclo de vida de un centro vacacional

	Etapa Inicial	Etapa de crecimiento	Etapa de Madurez
Tasa de crecimiento	Tasa de crecimiento baja-alta	Tasa de crecimiento alta	Tasa de crecimiento en reducción
Inversión	Grandes inversiones con utilidades menores o deficitarias	Grandes inversiones con altas utilidades	Alta utilidad
Centro turístico	Desarrollo de infraestructura básica	Mejoramiento de las amenidades turísticas Creación de productos turísticos	Rejuvenecimiento del centro turístico existente Aumento general de las funciones urbanas Desarrollo de nuevas áreas vacacionales satélites
Red turística	Area de excursión de un día	Corredor turístico	Circuito turístico
Promoción turística	Creación de conciencia en el mercado	Establecimiento de una alta imagen	Mantenimiento de una alta imagen Orientación al mercado masivo
Mercados	Dependencia de un sólo mercado	Diversificación del mercado	Dependencia de varios mercados
Atrae a mercados	Naturaleza Cultura exótica Superioridad	Ser un lugar "de moda"	Buena infraestructura Confort Ser bien conocido

Fuente : Equipo de estudio JICA

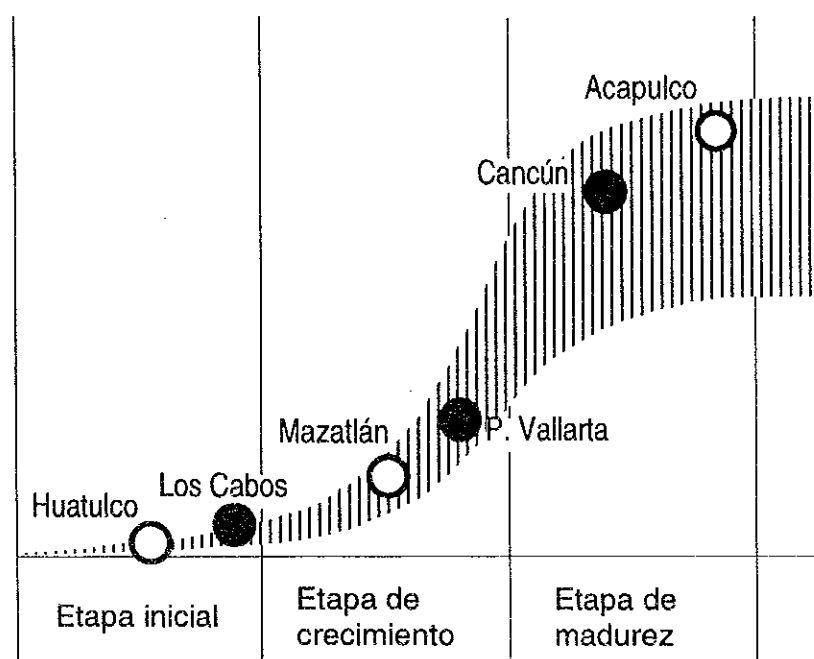
La tabla muestra que un destino turístico en la etapa inicial debe dar prioridad al desarrollo de infraestructura en el área turística central que tiene como meta los turistas de élite. En la medida en la que se evoluciona hacia otras etapas, el destino turístico debe considerar el desarrollo de una red que cubra una amplia área, mientras se diversifica el tipo de clientes por el mejoramiento de las amenidades turísticas. En la etapa de maduración, el rejuvenecimiento del centro turístico existente se convierte en un asunto relevante mientras que es igualmente crucial su expansión externa.

Aunque podría no ser un escenario universal, un destino turístico que ha llegado a la etapa de madurez requiere considerar la sofisticación de su función urbana para una etapa posterior. Existen ejemplos de ciudades que fueron fundadas como poblados vacacionales, aunque posteriormente se transformaron en centros comerciales o industriales de alta tecnología, capitalizando sus ventajas tales como la red de transporte, una imagen turística favorable y buenas amenidades urbanas para atraer nuevos residentes y empresas. Un ejemplo típico de lo anterior sería Miami, en EUA.

Se debe apuntar que la tipología mencionada está basada en el caso típico de un destino turístico muy competitivo y por lo tanto, destinos turísticos más pequeños, podrían no seguir el mismo patrón. En el caso de un destino menos competitivo, la diversificación de mercado y la formulación de circuitos turísticos, podrían no ocurrir en cuanto captarían sólo a los visitantes internacionales de corta distancia y a los nacionales. Para determinar la estrategia de un destino, también debe considerarse el potencial turístico.

La Figura 2. 1 muestra las etapas del ciclo de vida de los centros vacacionales de los principales destinos turísticos de México.

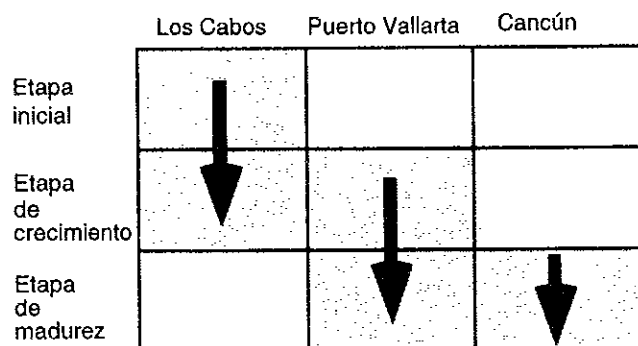
Figura 2. 1 Ciclo de vida del centro vacacional y los principales destinos en México.



Fuente: Equipo de estudio JICA

Como se comentó en un capítulo anterior, los destinos de Los Cabos, Puerto Vallarta y Cancún fueron elegidos para representar las respectivas etapas. Para el año meta del 2010, los destinos seleccionados modificarían sus etapas como se muestra en la Figura 2. 2.

Figura 2.2 Etapas de los ciclos de vida de los destinos seleccionados



Fuente: Equipo de estudio JICA

La figura muestra que Los Cabos debería considerar estrategias generales para las etapas iniciales y de crecimiento ; Puerto Vallarta debería considerar las etapas de crecimiento y de madurez, y Cancún debería considerar la etapa de madurez.

2.1.2. Sistema turístico jerarquizado y estrategia turística

Como se comentó anteriormente, el sistema turístico jerarquizado está basado en el comportamiento de viaje de los visitantes. Existen cuatro niveles de jerarquización turística tal y como se presenta a continuación:

Centros de playa

El centro de playa corresponde al área de un poblado vacacional.

Area de excursión de un día

El área de excursión de un día es el área donde una persona promedio puede realizar fácilmente una excursión de un día desde un centro de playa. En general, el radio de tres horas de distancia desde el centro de playa se constituye como el área de excursión de un día. Corresponde al patrón de viaje de los visitantes que sólo se quedan en los centros de playa. Este tipo de itinerario es común para los visitantes del mercado de corta distancia.

Corredor turístico

Si existe un sitio turístico atractivo en un radio de seis horas de distancia, un viaje con pernocta al sitio es aceptable para la mayor parte de la gente. El corredor turístico supone que el patrón de viaje de los visitantes combinará un sitio turístico de playa con otro que no lo es. Este tipo de itinerarios es el preferido de los visitantes de corta y media distancia.

Circuito turístico

El circuito turístico es aquel donde por regla general, se requiere una semana para recorrerse. Los visitantes del mercado de larga distancia, generalmente combinan el circuito y una estadía en un centro de playa.

2.1.3. Itinerario de viaje y mercado turístico geográfico

Existe una estrecha relación entre el itinerario de viaje y el mercado turístico geográfico. Por ejemplo Cancún es un destino para un largo fin de semana entre los habitantes de Florida, mientras que es común para los canadienses recorrer por dos semanas la Península de Yucatán y para los europeos el participar en un paquete de viaje que comprende un recorrido por el Mundo Maya y una estadía en Playa del Carmen.

En la medida en que los visitantes viajan a mayores distancias, su itinerario de viaje se vuelve más largo. También por lo general, los visitantes de áreas distantes son más curiosos acerca del destino que visitan que aquellos provenientes de un país vecino. La Tabla 2. 2 resume la relación entre el mercado geográfico y el itinerario de viaje.

Tabla 2. 2 Combinación del mercado regional y los tipos de visitantes

	Corta distancia	Media distancia	Larga distancia
Itinerario corto (Sólo playa)	XX	X	
Itinerario Medio / corredor turístico (Pocos días de + playa)	X	XX	X
Itinerario largo / circuito turístico (Excursión de una semana + playa)		X	XX

Nota: XX - demanda principal para los respectivos mercados, X - cierta demanda para los respectivos mercados.

Fuente: Equipo de estudio JICA.

La tabla implica que en la medida en la que un destino turístico tiene más potencial para atraer visitantes del mercado de larga distancia, el área que tiene el destino para incluir en su estrategia de desarrollo es más amplia. El potencial para atraer el mercado de larga distancia, está directamente relacionado con el atractivo y la singularidad de los recursos turísticos que pueden combinarse con el destino.

2.1.4. Establecimiento de escenarios alternativos

Para los respectivos destinos turísticos, se establecieron tres escenarios alternativos. Estos escenarios son caracterizados de la siguiente manera :

Alternativa 1

Este es un escenario que concentra los esfuerzos de desarrollo en un centro de playa (Nivel-1) o en el área de excursión de un día (Nivel-2). El escenario tiene como meta primaria el turismo de playa de corta distancia. Este escenario es apropiado cuando:

- Un destino se encuentra en la temprana etapa inicial del desarrollo turístico y necesita inversión en un centro turístico existente, o
- Es limitado el potencial turístico de un destino o la posibilidad de formular un circuito turístico.

Alternativa 2

Este es un escenario que concentra los esfuerzos de desarrollo en el área de excursión de un día (Nivel-2) o en el área del corredor turístico (Nivel-3) y mientras se introduce algún tipo de vinculación con el circuito turístico (Nivel-4). Tiene como mercado meta tanto al de corta como al de larga distancia. Esta es generalmente apropiada cuando:

- Un destino se encuentra en la etapa de crecimiento y requiere del desarrollo exterior a su centro de playa existente ;
- Es mediocre el potencial turístico del destino o la posibilidad de formular un circuito turístico ; o,
- Es bastante promisorio el potencial turístico de un destino, mientras que se encuentra en la etapa inicial del ciclo de vida del destino.

Alternativa 3

Este es un escenario para desarrollar la totalidad de la región turística (Nivel-4). Le otorga prioridad al desarrollo del mercado de larga distancia que prefiere excursiones combinadas con estadías en un centro de playa. Es generalmente apropiada cuando:

- Un destino se encuentra en la etapa de madurez, tiene relativamente desarrollada la infraestructura turística y el mercado de corta distancia está llegando a su nivel de saturación ; o,
- El potencial turístico del destino es muy competitivo para atraer visitantes del mercado de larga distancia.

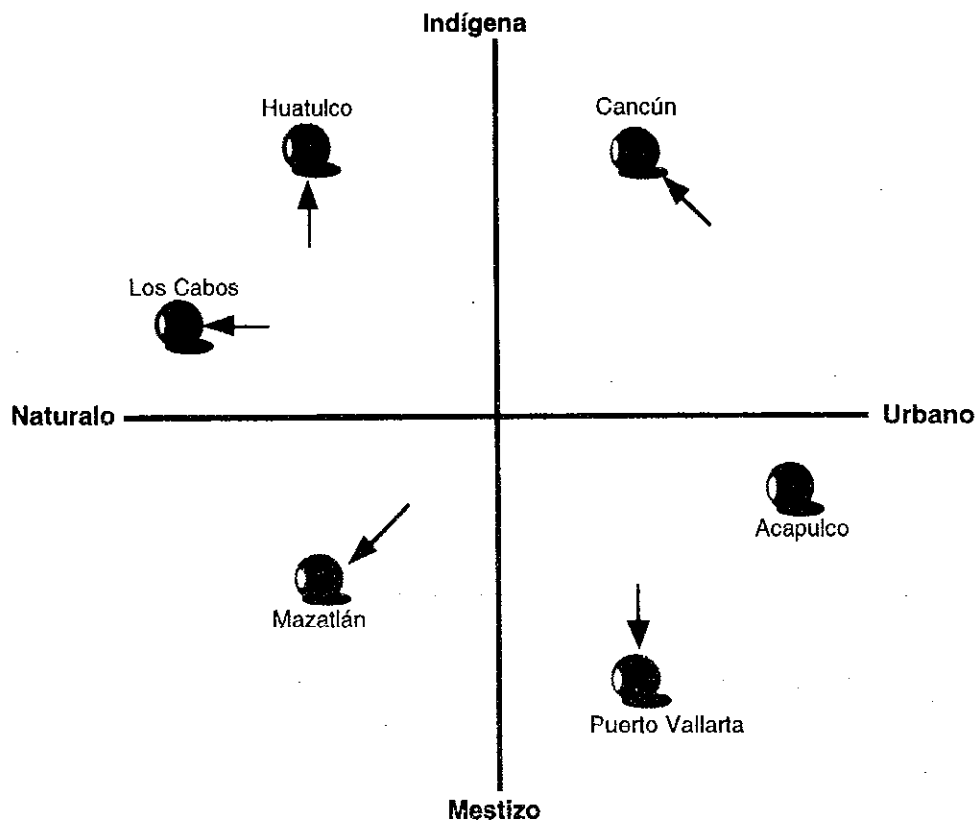
Cada destino turístico tiene su propio contexto regional, tal como los programas de desarrollo regionales, las condiciones socioeconómicas y las necesarias consideraciones sociales y ambientales. Estos aspectos deberían ser tomados en cuenta cuando se selecciona un escenario apropiado.

2.1.5. Posicionamiento de los destinos turísticos

Es importante considerar un posicionamiento adecuado de los destinos turísticos para evitar la competencia inútil y para diversificar el turismo mexicano en su conjunto.

La Figura 2. 3 muestra el posicionamiento adecuado de los principales destinos turísticos basados en los resultados del estudio de los seis destinos candidatos. Las flechas indicadoras muestran la dirección del desarrollo de los destinos respectivos indicando las posiciones actuales y futuras. El posicionamiento de los destinos no indican la imagen turística de un destino de playa sino la combinación de un centro de playa y de productos turísticos que se le atribuyen al centro. Cada posición está cuidadosamente seleccionada de tal forma que los destinos no se concentren en un área sino que se dispersen ampliamente en la figura.

Figura 2.3 Posicionamiento de los principales destinos turísticos en México



Fuente: Equipo de estudio JICA

El eje vertical muestra alternativas que representan conceptos como el indígena Vs el Mestizo Mexicano. Las localidades de Cancún y Huatulco deberían modificar sus conceptos turísticos hacia la posición más "indígena" haciendo un mejor uso de los sitios arqueológicos y de las culturas indígenas remanentes, con el establecimiento de corredores y circuitos turísticos. Puerto Vallarta y Mazatlán deberían ser más "mexicanos" utilizando la cultura local y reforzando los vínculos con las ciudades mexicanas del interior.

El eje horizontal muestra alternativas para el concepto urbano Vs el orientado a la naturaleza. Cancún, Mazatlán, y Los Cabos son los destinos que deberían controlar la excesiva urbanización de las áreas vacacionales o enfatizar sus productos turísticos orientados a la naturaleza. En tanto que Acapulco es un destino establecido hace mucho tiempo y con sus propias características, su posición debería permanecer sin cambio en el futuro.

En el contexto de desarrollo nacional, la figura muestra los conceptos de desarrollo apropiados para los tres destinos seleccionados: Los Cabos, Puerto Vallarta y Cancún, siendo los conceptos apropiados la naturaleza para Los Cabos, la cultura Mestizo Mexicana para Puerto Vallarta y las culturas indígenas para Cancún.

2.2. Clasificación del proyectos turísticos

2.2.1. Tipos de proyectos

(1) Desarrollo/mejoramiento de atractivos turísticos (ATR)

a. ATR-1: Conservación y mejoramiento de los activos turísticos existentes

- Desarrollo de instalaciones de recepción de visitantes como centro de información, mobiliario exterior, simbología y señalización, estacionamientos, sanitarios; y,

-
- Embellecimiento de los centros históricos.
 - b. ATR-2: Desarrollo de atractivos turísticos**
 - Desarrollo de nuevos recursos turísticos para la región, como museos, galería, etc.
 - (2) Conservación ambiental y desarrollo social (ENS)**
 - a. ENS-1: Conservación de los recursos naturales y sociales**
 - Conservación del ambiente de diversos sitios naturales, como playas, lagunas, bosques de manglar, plantas y animales y,
 - Protección de las comunidades locales de los impactos negativos del turismo.
 - b. ENS-2: Aprovechamiento de los recursos naturales y sociales para el turismo**
 - Conservación ambiental vinculada con el turismo,
 - Promoción de la participación local en el turismo; y,
 - Promoción de industrias locales vinculadas con el turismo.
 - (3) Desarrollo de instalaciones turísticas (FCL)**

Incluye las instalaciones turísticas diferentes a los hoteles, tales como:

 - Campo de golf
 - Marina
 - Centro de convenciones y,
 - Complejo comercial.
 - (4) Desarrollo de alojamiento hotelero (HTL)**

El desarrollo de alojamiento hotelero está basado en el marco del desarrollo.
 - (5) Desarrollo de terrenos (LDV)**

Los proyectos de desarrollo de terrenos, principalmente por parte de FONATUR, incluyen jardinería y drenaje pluvial, subdivisión de lotes, red carretera, servicios públicos y la venta a desarrolladores secundarios del sector privado.
 - (6) Desarrollo de transporte (TRP)**

Existen las dos siguientes categorías de proyectos de desarrollo de transporte

 - a. TRP-1: Proyectos de transporte con propósitos turísticos**

Estos son proyectos de transporte necesarios para el desarrollo turístico

 - Caminos de acceso
 - Pistas de aterrizaje y,
 - Muelles turísticos.
 - b. TRP-2: Proyectos de transporte programados para la ejecución por parte de agencias gubernamentales**

Por los altos costos de desarrollo, la mayor parte de los proyectos de infraestructura de transporte, serán ejecutados por las respectivas organizaciones

 - Mejoramiento de las carreteras federales por parte de SCT
 - Mejoramiento de los aeropuertos por parte de ASA
 - Desarrollo de instalaciones portuarias por parte de API y,
 - Caminos estatales por parte de los respectivos Estados.

(7) **Desarrollo de sistemas de servicios públicos (UTL)**

Se incluyen proyectos de suministro de agua, drenaje, disposición de desechos sólidos y suministro de energía. Exceptuando el de la energía, los restantes son desarrollados por los respectivos municipios. Están divididos en dos categorías:

a. **UTL-1: Desarrollo de servicios públicos para recursos/reas turísticas**

Esta es una categoría directamente relacionada con el desarrollo turístico. Incluye proyectos que proporcionan servicios públicos para sitios de desarrollo turístico y para la conservación del medio ambiente y los recursos del turismo.

b. **UTL-2: Desarrollo de servicios públicos para los residentes en centros turísticos**

Este es un tipo de proyecto que proporciona servicios públicos a los residentes en centros turísticos. Contribuyen a la conservación del medio ambiente.

2.2.2. **Categoría del proyecto**

Los proyectos están clasificados en las dos siguientes categorías

(1) **Categoría-A**

Esta categoría aplica a los proyectos que se desarrollan principalmente para el turismo, incluyendo los proyectos del tipo TR, ENS, FCL, HTL, LDV, TRP-1 y UTL-1 como se menciona anteriormente.

(2) **Categoría-B**

Esta categoría aplica a los proyectos que están desarrollados de conformidad con las políticas federales y estatales. Incluyen los proyectos del tipo TRP-2 y UTL-2.

2.3. **Plan de implementación**

2.3.1. **Fases**

(1) **Fases del proyecto de implementación**

Las siguientes tres fases se aplican para los proyectos y los programas. Cada fase tiene un período de 5 años:

- Corto plazo (1996 - 2000)
- Mediano plazo (2001 - 2005)
- Largo plazo (2006 - 2010)

(2) **Criterios para el establecimiento de las fases**

a. **Proyectos de desarrollo turístico**

Prioridad-1 : Proyectos que previenen daños posteriores a los recursos turísticos existentes.

Prioridad-2 : Proyectos que crean nuevos productos turísticos .

Prioridad-3 : Proyectos que mejoran los atractivos turísticos existentes.

Prioridad-4 : Proyectos que reponen la infraestructura de transporte existente exceptuando aquellos que ya han sido programados por los gobiernos federal y locales.

Prioridad-5 : Proyecto cuyo alcance todavía no ha sido bien definido.

Para determinar las fases de los proyectos, se realizaron las siguientes consideraciones:

- Las fases de los proyectos planeados por instituciones federales o del gobierno estatal se establecen de acuerdo con el plan original de ejecución ;
- El desarrollo del alojamiento hotelero se establece de acuerdo con el marco del desarrollo ; y,

-
- los proyectos de infraestructura que apoyan a los proyectos turísticos, fueron puestos en la misma fase de estos últimos.

b. Proyectos de promoción turística

La promoción turística requiere esfuerzos continuos por un cierto período. De aquí que todos los proyectos deben ser ejecutados a lo largo de las fases.

c. Programas institucionales y de organización

Todos los programas turísticos deberían iniciar inmediatamente y requerirían esfuerzos continuos.

2.3.2. Organos de operación y desarrollo y fuentes de financiamiento

a. Proyectos de desarrollo turístico

Para determinar los órganos de operación y desarrollo de los respectivos proyectos fueron hechas las siguientes consideraciones. En principio, cada proyecto se encuentra financiado por su propio órgano de desarrollo.

Los proyectos de conservación de recursos turísticos deben ser ejecutados a través de la coordinación de SECTUR, por organismos federales, tales como el INAH para los recursos históricos y arqueológicos, el INE para los recursos ambientales y el INI para los recursos sociales. Esos proyectos deberían involucrar a la población local y requerir su consenso. En caso de los edificios históricos, los proyectos de conservación deben ser ejecutados por el nivel municipal o estatal de gobierno.

Los proyectos de desarrollo y de instalaciones con objetivos turísticos deben ser implementados por el gobierno municipal o estatal. SECTUR debería involucrarse en proyectos donde fuera necesario un conocimiento especial o la supervisión de diseño o materiales. La SCT debería involucrarse cuando fuera necesaria la construcción de caminos de acceso.

El embellecimiento del centro histórico debería ser ejecutado por el municipio, con la participación de la población residente.

Los proyectos de desarrollo de instalaciones turísticas deben ser ejecutados por el sector privado, en caso de que se espere que las instalaciones sean rentables. El Centro de Convenciones sería desarrollado y operado por una co-inversión entre el sector privado y el gobierno estatal.

Los proyectos de instalaciones de transporte deberían ser ejecutados en principio por el gobierno federal, a través de instituciones como la SCT, ASA y la API. El gobierno estatal debería ejecutar los proyectos de carreteras estatales en cooperación con la SCT y las aeropistas con la Agencia Nacional de Seguridad.

Las instalaciones a la orilla de la carretera con una estación de servicio con restaurante, tienda y baños, área de estacionamiento y plataforma de observación, debería ser desarrollado por el órgano respectivo aunque la operación convendría que la realizara una empresa privada.

Los proyectos de servicios públicos como suministro de agua, drenaje y disposición de desechos sólidos, deberían ser ejecutados por los respectivos municipios. Las empresas privadas deberían optar por la concesión para operar estos servicios.

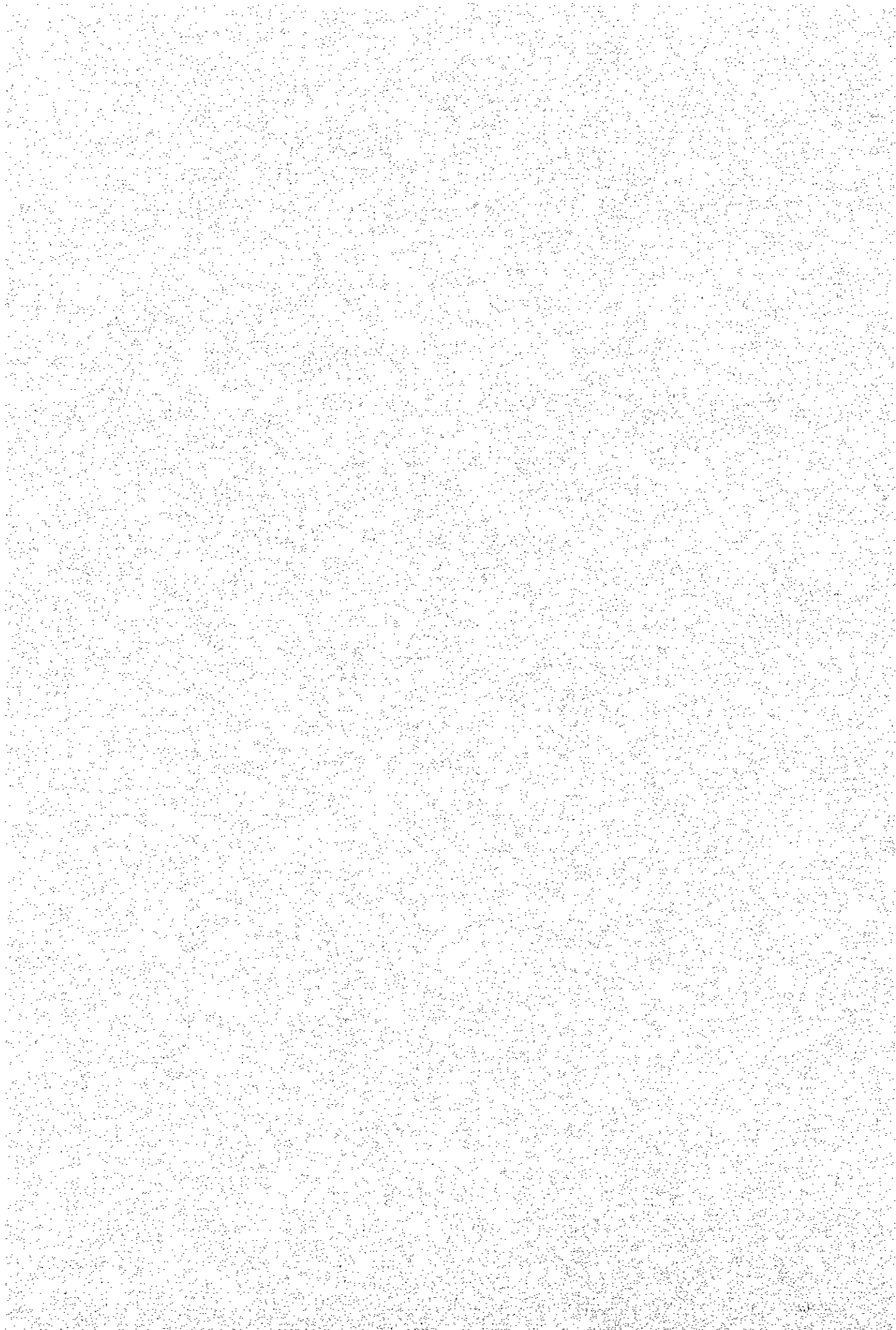
La CFE debe desarrollar y operar las instalaciones de suministro eléctrico.

b. Proyectos de promoción turística

En general las actividades de promoción turística deben ser financiadas y conducidas por el respectivo Fondo Mixto con la cooperación del gobierno municipal y estatal. La organización turística interestatal que se propone para la coordinación de la promoción, debería tomar la iniciativa para realizar la promoción en el mercado de larga distancia, siendo financiado por los Fondos Mixtos y por los gobiernos municipal y estatal de la misma región turística.

Para la coordinación de la promoción turística, también deberían cooperar con el Fondo Mixto o la organización interestatal, las aerolíneas, los hoteleros, los tour operadores y otras empresas turísticas conexas, proporcionando servicios gratuitos o con descuento.

3. Estrategia de Los Cabos



3. Estrategia de Los Cabos

3.1. Contexto regional

3.1.1. Localización de la región turística de Los Cabos

La Figura 3. 1 muestra la localización de Los Cabos y su región turística. La Tabla 3. 1 define las áreas que pertenecen a los respectivos niveles del sistema jerárquico de la región turística.

Figura 3. 1 Región turística de Los Cabos



Fuente: Equipo de estudio JICA .

Tabla 3. 1 Niveles de las áreas de estudio

Nivel	Cobertura	Función
Nivel -1	Los Cabos : Cabo San Lucas, San José del Cabo.	Centro turístico.
Nivel -2	Los Cabos - área de La Paz .	Area de excursión de un día.
Nivel -3	Estado de BCS.	Corredor turístico/zona turística (Excursión corta).
Nivel -4	BCS, Baja California, Sinaloa, Sonora y Chihuahua.	Región turística (Circuito turístico de una semana).

Fuente: Equipo de estudio JICA .

3.1.2. Condiciones físicas y socioeconómicas

El Estado de Baja California Sur cubre un territorio de 73,677 kilómetros cuadrados con 2,705 kilómetros de litoral a lo largo del Golfo de California y el Océano Pacífico. La población fue de cerca de 345,000 personas en 1992, el 2o. más bajo de México con una elevada tasa de crecimiento anual del 4.1%. En 1990, el PIBR fue de 4.25 billones de pesos y el PIBR per cápita fue de 13,407 pesos.

Una cadena montañosa recorre la totalidad de la angosta península limitando el área de cultivo a algunos valles. No existen grandes plantas industriales excepción hecha de algo de minería y salinas. El empleo del Estado en 1990 llegó a 102,763 estando el 60% vinculado con el sector terciario. Debido a la escasez de industrias locales, una gran cantidad de productos son importados de otros Estados.

El sector turístico constituye el 35% del PIBR del Estado. En 1992, la actividad turística generó 137 millones de dólares de los cuales Los Cabos participó con 104 millones, La Paz con 23 millones y Loreto con 10 millones de dólares. El plan estatal de desarrollo asume que la llegada de los visitantes al Estado totalizará 800,000 (nacionales e internacionales) con una tasa promedio anual de crecimiento del 8%. La generación de divisas extranjeras totalizará 300 millones de dólares, con una tasa promedio anual de crecimiento del 28% para el año 1999.

Los principales indicadores de las condiciones físicas y socioeconómicas del Estado de Baja California Sur se resumen en la Tabla 3. 2.

Tabla 3. 2 Indicadores principales de las condiciones físicas y socioeconómicas del Estado de BCS

Conceptos		Descripción	
Estado de Baja California Sur			
Condiciones Geográficas	Area de Litoral	73,677 km ² 2,705 km. de Océano Pacífico y Mar de Cortés La mayor parte del terreno es desierto y las áreas de cultivo son limitadas	
Población	Total en 1994 Tasa anual de crecimiento Densidad de población	345,000: 2a población más baja 4.1 % 14.5 personas/ km ²	
PIBR	PIBR total PIB per Cápita	\$ 4.25 millones \$ 13,407	
Empleo		102,763; 60% para industria terciaria	
Principales Industrias		Turismo, salinas, minería	
Los Cabos			
Clima	Temperatura	El más alto : 28.3°C (Julio) El más bajo : 19.0°C (Enero) Promedio : 23.7°C	
	Precipitación	El más alto : 107.3 mm (Septiembre) El más bajo : 0.3 mm (Mayo) Total : 262.7 mm	
Población	Total en 1990	43,920 personas	
Empleo		Personas	Distribución (%)
	Total	15,384	100.0
	Primario	1,851	12.0
	Secundario	3,128	19.9
	Terciario	9,467	64.3
N.C.	838	3.3	

Fuente: Estadísticas del Estado de Baja California Sur, recopilado por el Equipo de estudio JICA.

3.1.3. Programas de desarrollo regional

(1) Programa de desarrollo regional del Estado de Baja California Sur (1993-1998)

a. Objetivos generales del programa estatal de desarrollo

Los objetivos del programa estatal de desarrollo son :

- Fomentar el desarrollo integral del Estado ;
- Mantener un crecimiento económico sustentable ;
- Mejorar los servicios básicos y la infraestructura así como la preservación del medio ambiente natural ; y
- Promover el desarrollo social.

b. Objetivos y acciones específicas del programa estatal de desarrollo

De acuerdo con el programa estatal de desarrollo regional los objetivos y las acciones específicas en el área de la infraestructura, el desarrollo urbano y el medio ambiente natural, son los siguientes :

Suministro de agua

Las fuentes de obtención y el suministro de agua son aspectos cruciales del desarrollo turístico en Baja California Sur.

Transportes y comunicaciones

Las comunicaciones y los transportes deben ser más eficientes y cubrir un área más amplia para mejorar la economía del Estado.

Medio ambiente natural

Para regular la utilización de los recursos naturales y para implementar medidas de conservación, se requiere el establecimiento de planes del medio ambiente natural que incluyan lo siguiente :

- La regulación de las empresas contaminantes ;
- El ordenamiento ecológico municipal y programas de investigación ; y,
- La simplificación de la documentación en la valoración del impacto ambiental.

(2) El programa de desarrollo turístico en el Estado de Baja California Sur

El Programa de Desarrollo Turístico en el Estado de Baja California Sur (1993-1999), establece la estrategia del turismo afirmando que "para activar la presente situación del turismo, se requieren de todos los esfuerzos para apoyar la creación de condiciones específicas para el desarrollo de otros posibles destinos turísticos, en adición a los tradicionales de sol y playa de Los Cabos, La Paz, Loreto y Nopoló". Con el objeto de lograr la estrategia mencionada, el gobierno estatal llevaría a cabo las siguientes acciones :

- Desarrollar productos turísticos locales ;
- Mejorar y diversificar las rutas de acceso a BCS ;
- Promover agresiva y coordinadamente las actividades de mercadotecnia ; y,
- Tomar acciones de financiamiento.

La presencia de servicios de alta calidad se observan como un pre-requisito para diversificar los destinos del turismo tradicional de sol-playa hacia segmentos superiores del mercado turístico orientados a la naturaleza y la vida silvestre.

3.1.4. Turismo en el Estado de Baja California Sur

Los principales indicadores turísticos del Estado de Baja California Sur se describen en la Tabla 3. 3.

Tabla 3. 3 Principales indicadores en la región turística de Los Cabos

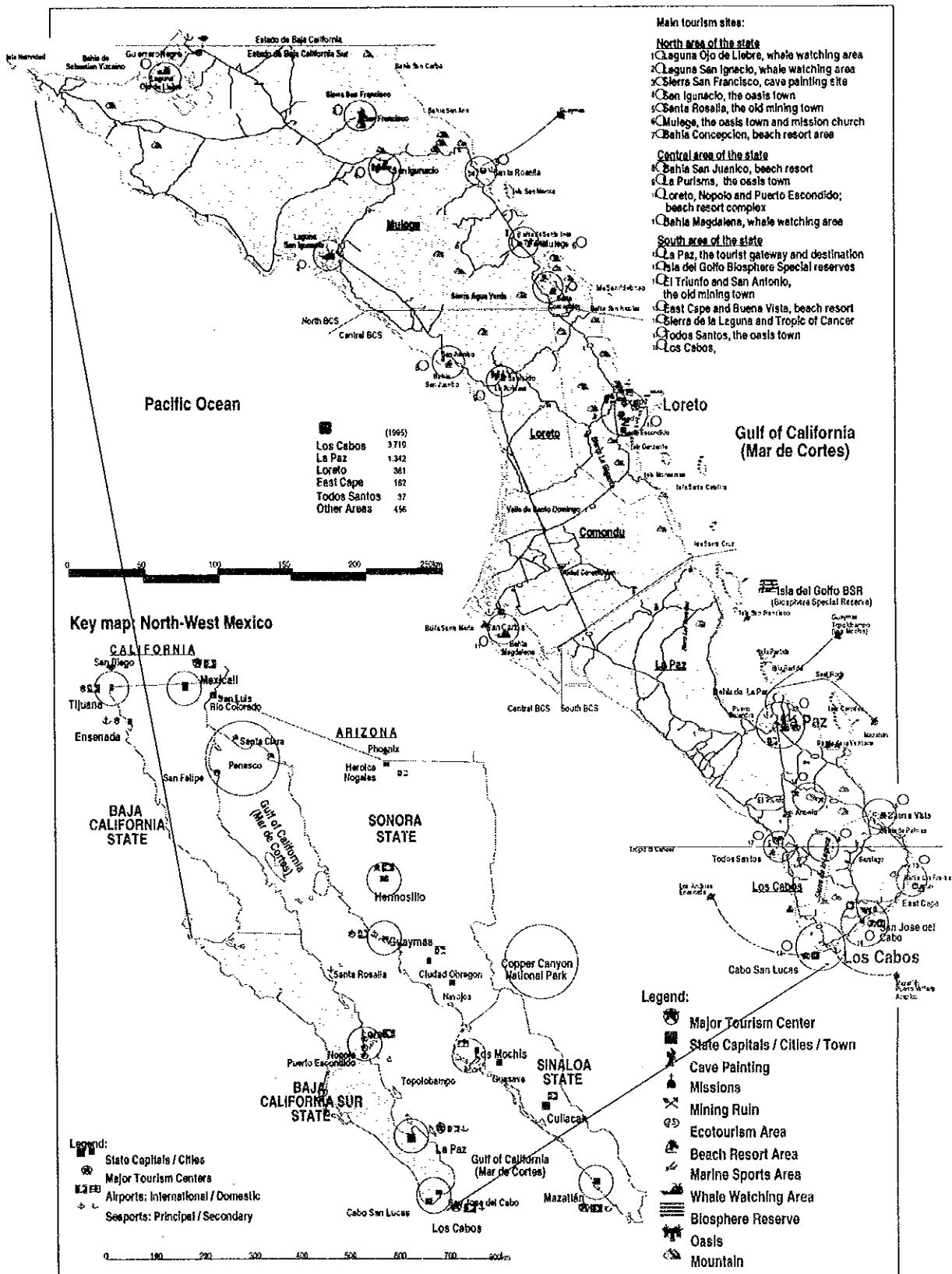
Conceptos		Descripción		
PIBR del Sector Turístico (1992)	Total Estatal	US\$	137 millones (35% del PIBR Estatal)	
	Los Cabos		104 millones	
	La Paz		23 millones	
	Loreto		10 millones	
Mercado de Los Cabos (1995)	Norte América		86 %	
	Europa		10 %	
	América Latina		1 %	
	Otros incluyendo Asia		2 %	
Llegada de visitantes a hoteles (1995)		Total	Nacional	Internacional
	Total of the state	777,459	274,166	503,293
	Los Cabos	448,834	58,355	390,479
	La Paz	198,101	147,752	50,349
	Loreto	35,963	12,440	23,523
	Otros	94,561	55,619	38,942
Hoteles y visitantes (1995)		Cuartos de hotel	Tasa de ocupación (%)	Estadía (noches-huésped)
	Total	6,088	55.1	
	Los Cabos	3,710	61.4	3.01
	La Paz	1,342	46.5	3.72
	Loreto	381	36.4	1.99
	Otros	655	46.3	2.18

Fuente: Equipo de Estudio de JICA con base en los datos proporcionada por SECTUR.

La Figura 3. 2 muestra las condiciones existentes en la región turística de Los Cabos. Los Cabos se constituye de dos subcentros turísticos : Cabo San Lucas y San José del Cabo. La franja localizada entre los dos subcentros es llamado Corredor de Los Cabos. Aunque el uso de "corredor " contradice la definición del Equipo de estudio JICA de corredor turístico, que implica una ruta de conexión entre un centro(s) de playa y un centro(s) turísticos del interior, es aceptado aquí en tanto la palabra ya forma parte de la terminología establecida.

El Cinturón Vacacional Los Cabos - La Paz indica un área costera que incluye al Corredor de Los Cabos, Cabo Este y La Paz. El Circuito La Paz -Barrancas del Cobre es una ruta de excursión entre Chichuahua y La Paz vía Los Mochis, en el Estado de Sinaloa.

Figura 3.2 Condiciones existentes de la región turística de Los Cabos



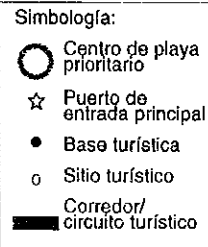
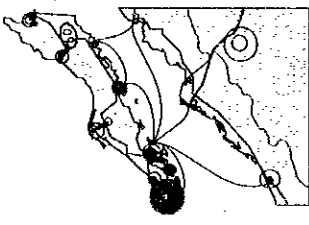
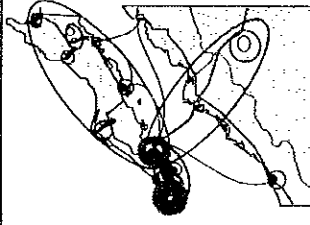
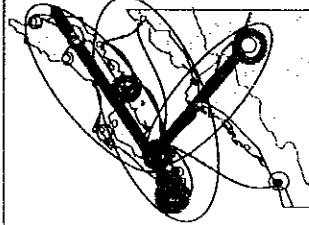
Source: JICA study team

3.2. Valoración del desarrollo turístico y escenarios de promoción

3.2.1. Escenarios alternativos de la región turística de Los Cabos

Conforme con la metodología comentada en la sección relativa al marco teórico, se establecieron tres escenarios alternativos para la región turística de Los Cabos. La Figura 3. 3 resume los tres escenarios.

Figura 3. 3 Escenarios alternativos para la región turística de Los Cabos

	Alternativa-1	Alternativa-2	Alternativa-3
Simbología: 			
Diversificación de productos turísticos	Grado de diversificación; bajo - Desarrollo del Corredor de Los Cabos y Cabo Este para playas y actividades turísticas	Grado de diversificación; media - Desarrollo del Cinturón Vacacional de Los Cabos-La Paz para playas y actividades - Circuito Ecoturístico de Baja - Eco-cruceros por el Mar de Cortés - Circuito de La Paz - Barrancas del Cobre	Grado de diversificación; alto - Desarrollo del Cinturón Vacacional de Los Cabos-Loreto para playas y actividades - Circuito Ecoturístico de Baja - Eco-cruceros por el Mar de Cortés - Circuito de La Paz - Barrancas del Cobre
Mercados turísticos	- Expansión del mercado tradicional; Norteamérica	- Expansión del mercado tradicional; Norteamérica - Promoción de nuevos mercados; Asia, Europa, nacional	- Consolidación del mercado tradicional; Norteamérica - Promoción de nuevos mercados; Asia, Europa, Latinoamérica, nacional
Administración turística	- Coordinación para el desarrollo y la promoción en el Municipio	- Coordinación para el desarrollo en el Estado - Coordinación entre Fondos Mixtos para la promoción en los Estados de vecino	- Coordinación para el desarrollo en los Estados de vecino - Coordinación entre Fondos Mixtos para la promoción en los Estados de vecino
Costo de desarrollo/ costo de promoción	- Costo del desarrollo; bajo - Costo de la promoción; bajo - Inversión; efectos de alta concentración	- Costo del desarrollo; media - Costo de la promoción; media - Inversión; efectos de concentración media	- Costo del desarrollo; alto - Costo de la promoción; alto - Inversión; bajo efecto de concentración

Fuente: Equipo de estudio JICA .

Alternativa-1:

- Concentra los esfuerzos de desarrollo en el Corredor de Los Cabos y en el Cabo Este ;
- Mejora las amenidades turísticas en los centros turísticos existentes ; y,
- Tiene como meta primaria al turismo de playa de corta distancia y al mercado de actividades deportivas como el golf, la pesca deportiva y el buceo.

Alternativa-2:

- Asigna una gran parte de los esfuerzos de desarrollo en el área de Nivel-2 y formula el Cinturón vacacional Los Cabos - La Paz, revitalizando esta última ciudad y desarrollando el área de Cabo Este ;
- Desarrolla diversos tipos de productos turísticos dentro del área del corredor turístico (Nivel-3) y crea vínculos con los recursos localizados fuera del Estado de BCS ; y,
- Tiene como meta tanto al mercado de corta distancia como al de larga distancia.

Alternativa-3:

- Desarrolla el área de Nivel-4, Cinturón Los Cabos - Loreto y el corredor Los Cabos -Barrancas del Cobre.
- Otorga prioridad al desarrollo de circuitos turísticos en viajes de ferrocarril por las Barrancas del Cobre, los Eco-cruceros por el Mar de Cortes y el Circuito Ecoturístico de Baja ; y,
- Pone énfasis en el mercado de larga distancia más que en el de corta distancia.

3.2.2. Selección de un escenario

Esos tres escenarios fueron valorados desde el punto de vista de la etapa de desarrollo del destino turístico, el potencial y tipo de recursos y las posibilidades de desarrollo tal y como se comentó en la sección relativa al marco teórico. El Equipo de estudio JICA concluye que la **Alternativa 2** es el mejor escenario para la región turística de Los Cabos. La fundamentación de esta elección se resume a continuación:

- Los Cabos se encuentra en la etapa inicial del ciclo de vida que generalmente requiere de inversiones para asegurar su crecimiento posterior.
- Existen áreas potenciales para el desarrollo de centros vacacionales de playa en el área comprendida dentro la excursión de un día, como Cabo Este y La Paz. Estas áreas no deben olvidarse de la estrategia de desarrollo de Los Cabos.
- Los recursos turísticos en el área de excursión de un día (Nivel-2) no es muy competitivo, excepción hecha de sus hermosas playas.
- Existen sin embargo, diversos sitios naturales que tienen potencial turístico en el área del corredor turístico (Nivel-3) como los sitios de observación de ballenas, las pinturas rupestres y las islas alejadas en el Mar de Cortés.
- Las Barrancas del Cobre localizadas en el área de Nivel-4 son altamente competitivas para el mercado de larga distancia. La región turística de Los Cabos tiene que considerar el establecimiento de un vínculo con este competitivo recurso turístico para captar el mercado de larga distancia.
- Respecto de otros destinos mexicanos, Los Cabos tiene una ventaja geográfica en el mercado asiático debido a su mejor accesibilidad desde Los Angeles. Esta oportunidad de mercado no debe perderse.
- Considerando el potencial de Los Cabos, la Alternativa-1 es un escenario demasiado modesto, mientras que la Alternativa-3 no es apropiada para la etapa inicial del ciclo de vida del centro en el que se encuentra Los Cabos con las necesidades de inversión correspondientes. Por lo tanto, la Alternativa-2 es el escenario óptimo para esta región turística.

3.3. Estrategia turística para la región de Los Cabos

3.3.1. Desarrollo turístico y estrategia de promoción

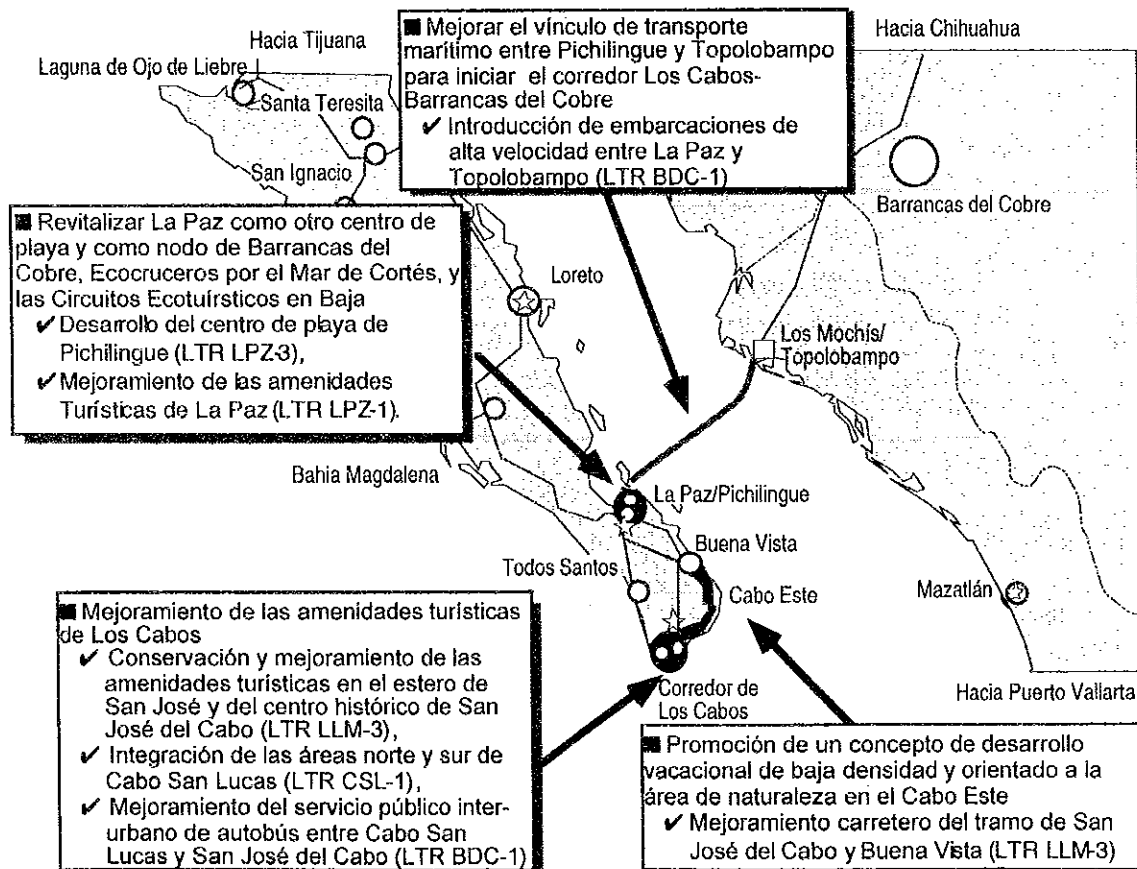
La meta global de la región turística de Los Cabos es establecer un Cinturón Vacacional en Los Cabos-La Paz como base para el turismo de playa teniendo en el Corredor Los Cabos-Barrancas del Cobre un circuito de excursión ancla que permita combinarlos en un conjunto competitivo de productos turísticos.

En tanto Los Cabos se encuentra en la etapa inicial del ciclo de vida, es importante el mejoramiento de las amenidades turísticas en el Corredor Los Cabos y el desarrollo de nuevos productos turísticos dentro del área de excursión de un día. Otro aspecto para el destino turístico en esta etapa inicial es la integración del turismo con la economía local. En vista de la creciente orientación hacia la naturaleza entre los consumidores, es necesario introducir un tipo alternativo de centros de playa a lo largo del Mar de Cortés e introducir también atractivos basados en la naturaleza como cruceros ecológicos por el Mar de Cortés y el Circuito Ecoturístico de Baja.

(1) Estrategia del plan de acción para el 2002

En la etapa del plan de acción Los Cabos debería concentrar sus esfuerzos de desarrollo en el área de excursión de un día (Nivel-2). También es necesario prepararse para la etapa futura: desarrollar la infraestructura con una mayor orientación a la naturaleza en el área del Cabo Este y la vinculación con las Barrancas del Cobre. La revitalización de La Paz es importante para mejorar su función nodal para los circuitos que serán enfatizados en la estrategia de largo plazo. La Figura 3. 4 describe la estrategia del plan de acción y sus proyectos.

Figura 3. 4 Estrategia de plan de acción en la región turística de Los Cabos



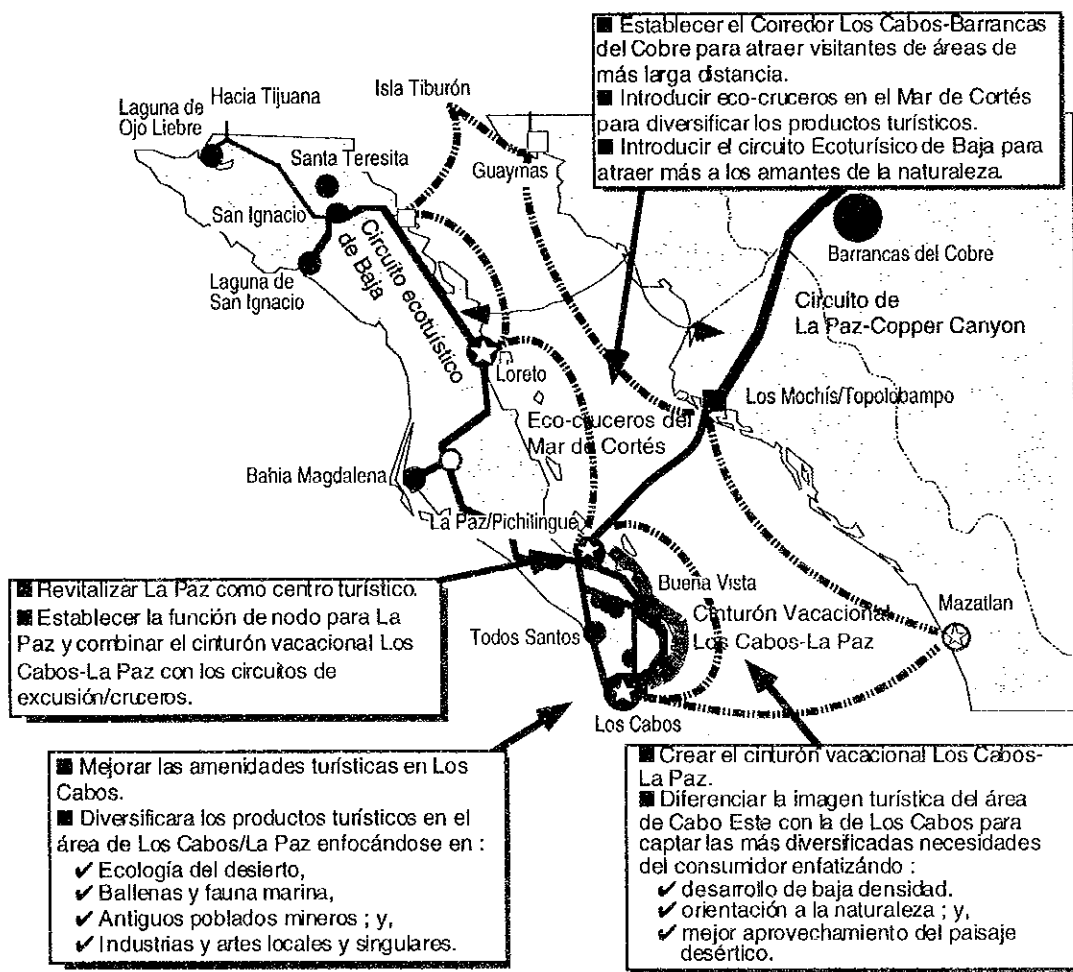
Fuente : Equipo de estudio JICA .

(2) Estrategia de largo plazo para el 2010

Para el año meta del 2010, Los Cabos debería formular el Cinturón Vacacional Los Cabos - La Paz con tres circuitos de excursión/cruceros : Corredor Los Cabos - Barrancas del Cobre ; Eco-cruceros por el Mar de Cortes y el Circuito Ecoturístico de Baja. El área costera entre Los Cabos y La Paz a lo largo del Mar de Cortes debería establecerse como área alternativa de playa que sería caracterizada por su orientación hacia la naturaleza y por un desarrollo exclusivo de baja densidad contrastando con los centros de playa existentes.

Dentro del área de excursión de un día debe desarrollarse una gran variedad de productos para fortalecer la competitividad de Los Cabos. Esos productos turísticos deberían enfocarse en los dos aspectos, esto es, un uso adecuado de la naturaleza para el turismo y la integración de éste con la economía local. La Figura 3. 5 describe la estrategia de largo plazo.

Figura 3.5 Estrategia de largo plazo en la región turística de Los Cabos



Fuente : Equipo de estudio JICA

3.3.2. Estructura espacial del turismo

La estructura espacial para la región turística de Los Cabos en el año 2010 se muestra de la Figura 3. 6 a la Figura 3. 9 en los respectivos niveles del sistema jerárquico.

Figura 3.6 Estructura espacial del turismo en el Nivel 4 (circuito turístico)

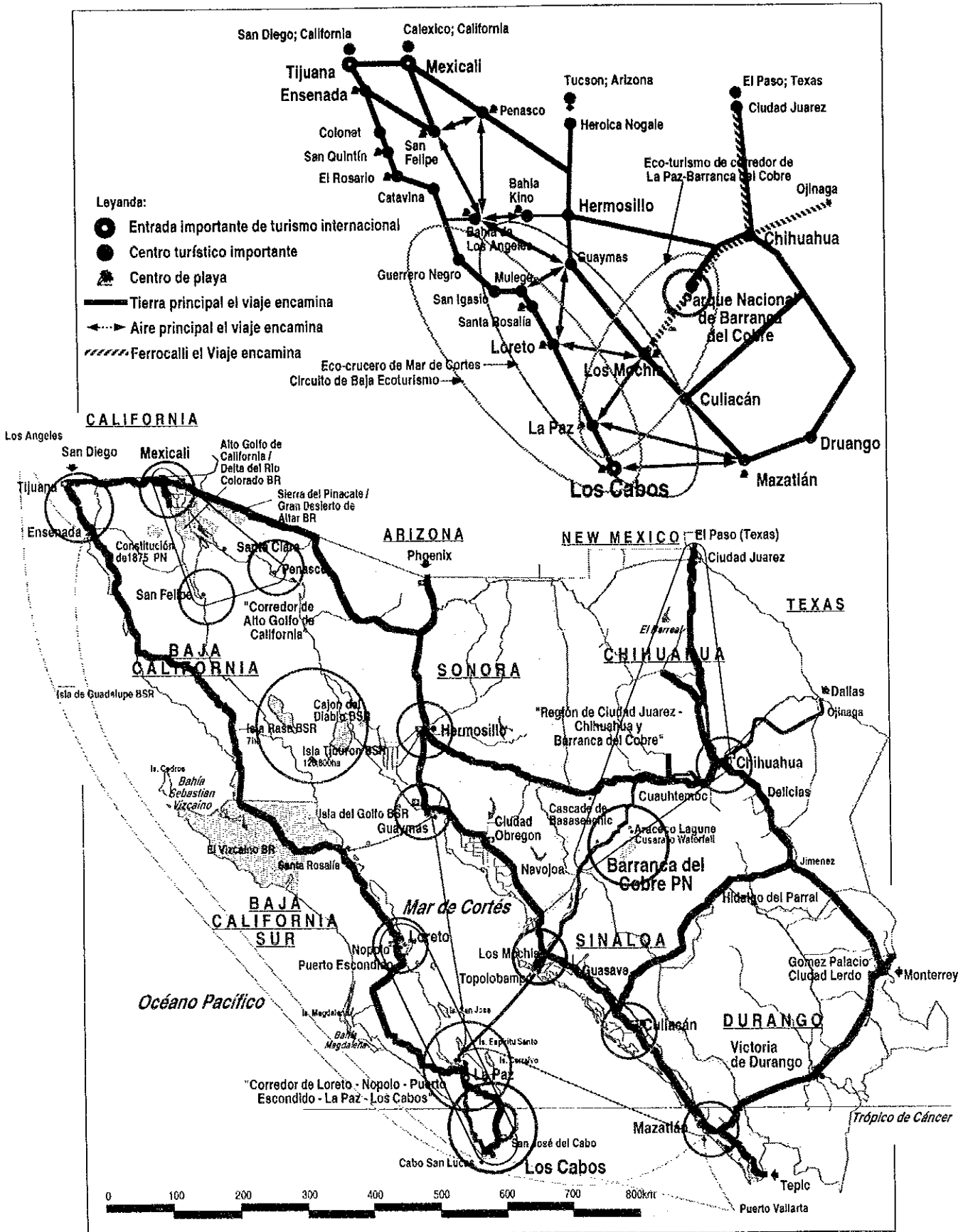


Figura 3.7 Estructura espacial del turismo en el Nivel 3 (corredor turístico)

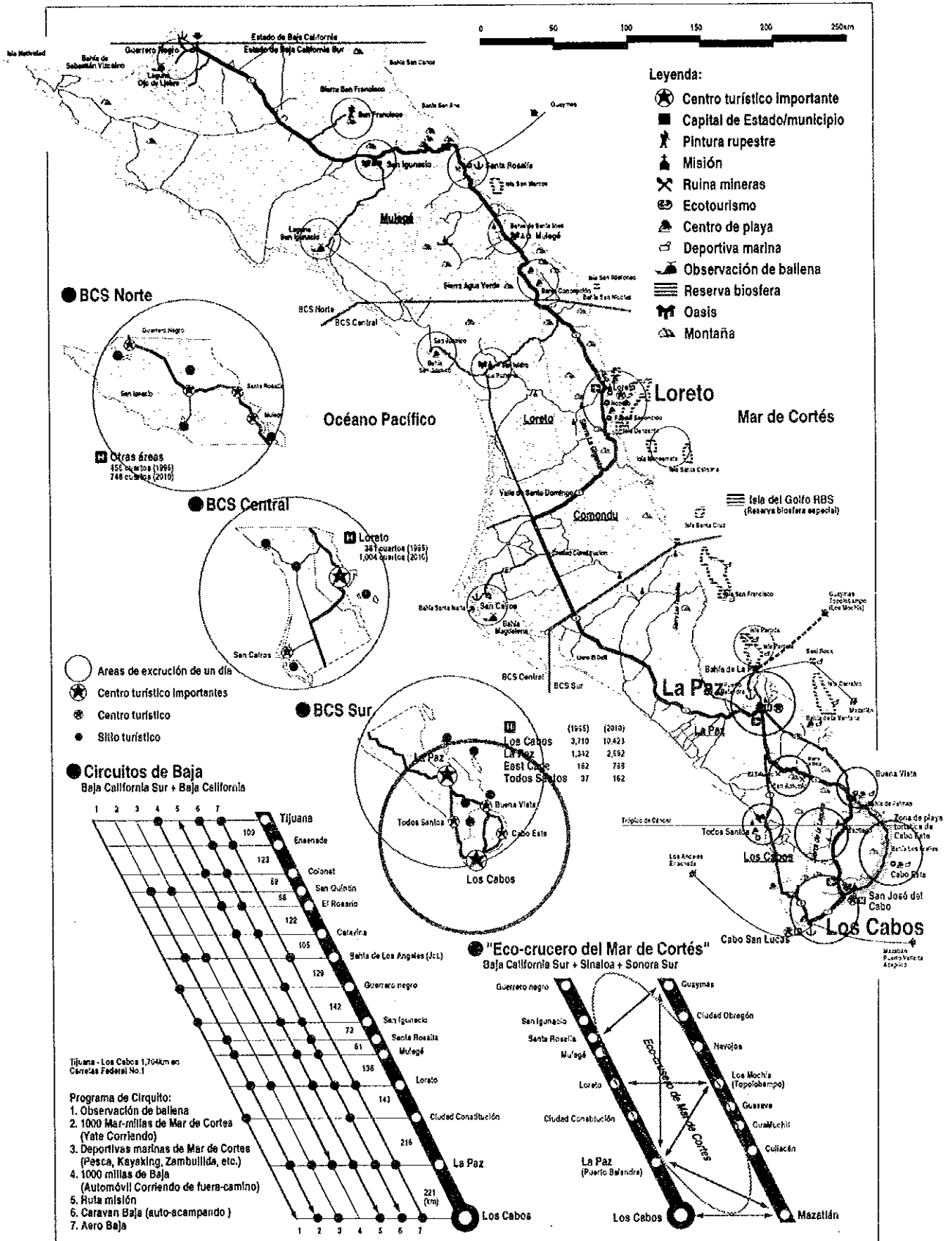


Figura 3.8 Estructura espacial del turismo en el Nivel 2 (área de excursión de un día)

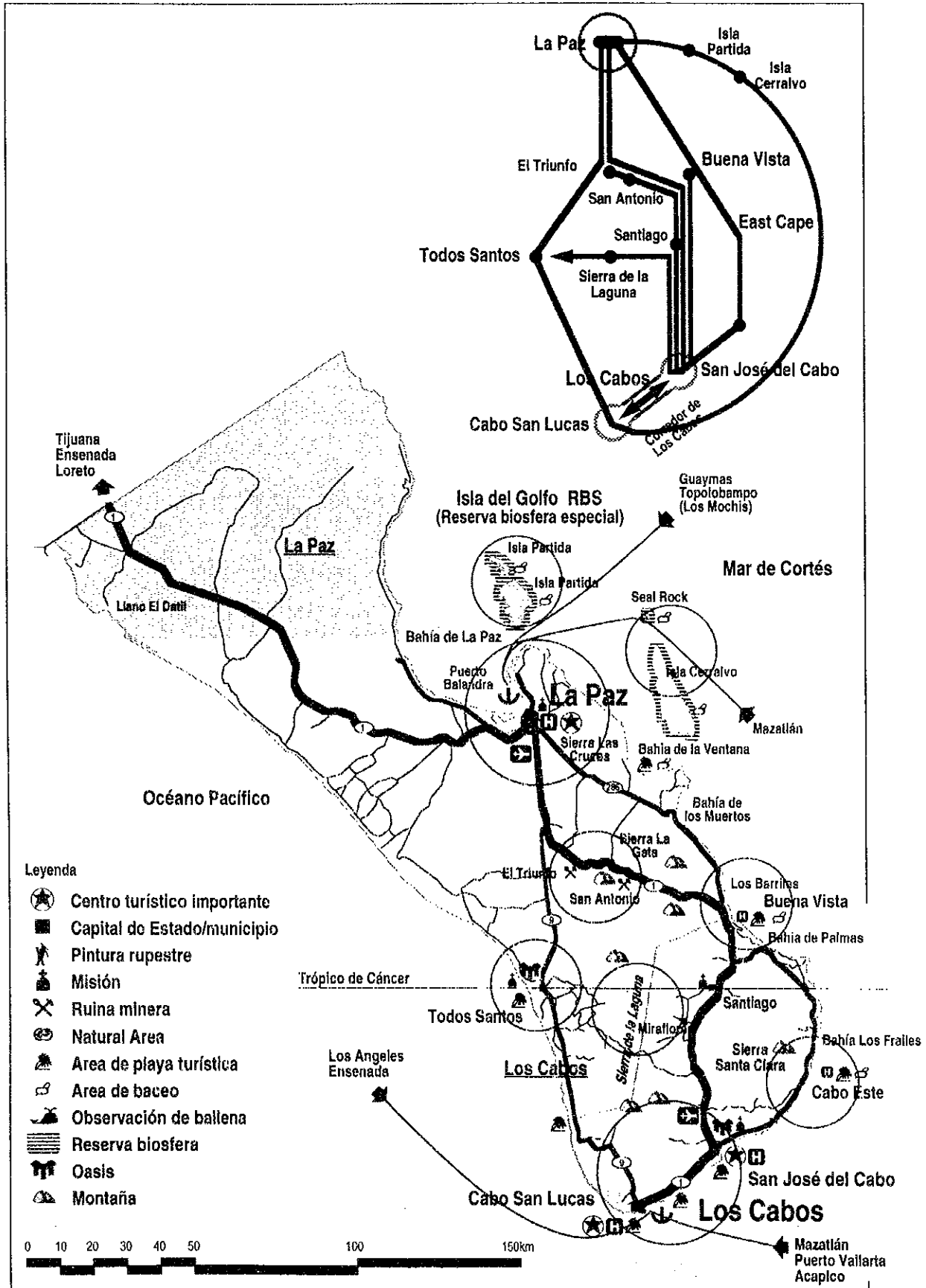
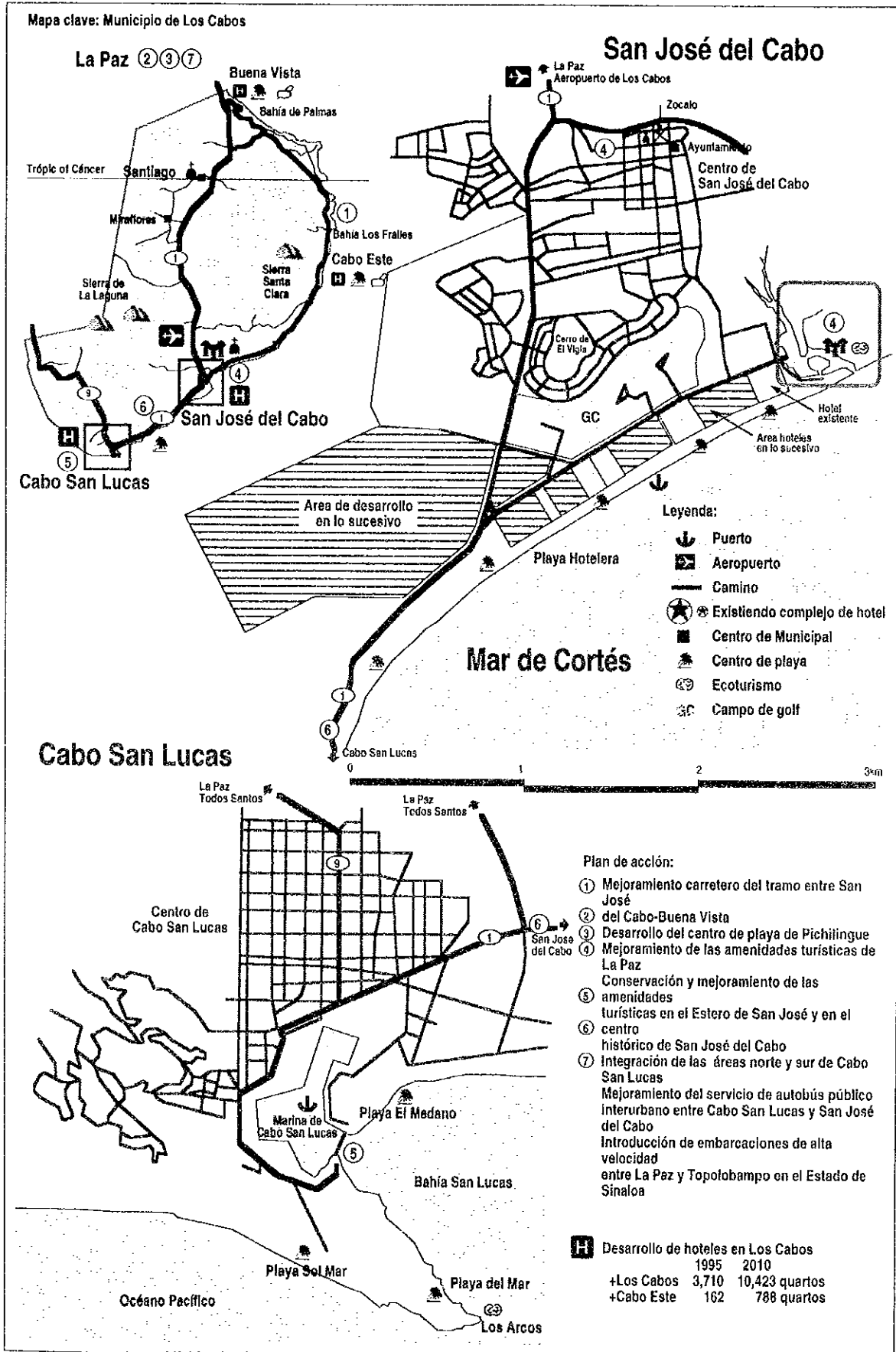


Figura 3.9 Estructura espacial del turismo en el Nivel 1 (centro turístico)



3.3.3. Directrices de mercadotecnia

(1) Imagen turística de la región de Los Cabos

De conformidad con la estrategia comentada en la sección anterior, la región turística de Los Cabos debe crear las siguientes imágenes publicitarias :

- Exclusividad de los destinos de playa en el paisaje silvestre del desierto;
- Destinos de ecoturismo centrados en el “desierto” y “ en la fauna marina” ; y,
- Destinos de golf y de pesca deportiva.

Las imágenes de Los Cabos apuntadas, deben combinarse con las imágenes de las Barrancas del Cobre con los espectaculares bosques de coníferas y cascadas que seduzcan al mercado de larga distancia.

(2) Los mercados meta de la región turística de Los Cabos

Los mercados meta de la región turística de Los Cabos se identifican de la siguiente manera :

- Las personas que estén interesadas en la naturaleza y en la vida silvestre y que desean participar en el ecoturismo ;
- Los turistas de Norteamérica a los centros de playa, en particular los que realizan viajes de fin de semana largos desde los estados vecinos de E.U.A. ;
- Los turistas asiáticos que buscan la playa y la naturaleza.

Norteamérica continuará siendo el más popular mercado de la región aunque se espera que cierta porción de otros mercados crezcan más rápido que el mercado de corta distancia. El mercado asiático tiene importancia en Los Cabos debido a su ventajosa ubicación y en comparación con otros destinos mexicanos.

(3) Directrices para el desarrollo de productos turísticos

Para lograr las metas y la estrategia en la región turística de Los Cabos, el Equipo de estudio JICA propone los siguientes productos turísticos. La creación de esos productos es especialmente importante para Los Cabos porque el destino carece de variedad y cantidad de productos turísticos.

a. Turismo de playa

El turismo de playa es el principal producto de Los Cabos, pero se requiere diversificar en dos sentidos : uno es hacia el desarrollo de atractivos que no son de playa y el otro, es la modificación de los conceptos de desarrollo hacia productos orientados a la naturaleza.

No sólo porque la imagen central de la región turística de Los Cabos es la naturaleza y la vida silvestre sino también porque el desarrollo físico en el paisaje del desierto es fácilmente reconocible por lo cual, los desarrollos vacacionales deberían poner considerable atención a la promoción de desarrollos armónicos con la naturaleza circundante. El área del Cabo Este, en particular, debe orientarse a una clientela del segmento superior del mercado, enfatizando el desarrollo de baja densidad y amigable con el entorno y combinándolo con las excursiones a la naturaleza más que a la vida nocturna.

b. Actividades

Existen diversas posibilidades para el desarrollo de actividades deportivas en y alrededor del área de Los Cabos, siendo las más significativas la pesca, el golf y el buceo. La pesca deportiva y el golf son importantes atractivos en el mercado de corta distancia y son considerados como una de las imágenes más importantes de Los Cabos. Esta imagen debería continuar enfatizándose a través de diversas medidas promocionales. La promoción del turismo de convenciones e incentivos, debe contribuir al crecimiento del turismo de golf.

El Mar de Cortés tiene la oportunidad de atraer a buceadores de regiones distantes, como el este de Asia y Europa y en consecuencia, se deben realizar esfuerzos para publicitar este atractivo.

c. Turismo de interés general en la naturaleza y vida silvestre

Este tipo de productos turísticos aumentará la imagen central de la región turística de Los Cabos como destino de naturaleza y vida silvestre, sirviendo como valor agregado para reforzar la competitividad de los destinos de playa en el mercado.

El producto más importante es el corredor Los Cabos - Barrancas del Cobre. La ruta de excursión empieza en Chihuahua o Creel e incluye diversas excursiones a las Barrancas y poblados tarahumaras, el espectacular recorrido por tren hacia los Mochis y el viaje en bote hacia La Paz a través del Mar de Cortés. El circuito podría captar el segmento más alto del turismo masivo. Por lo tanto el Equipo de estudio lo clasificó en el turismo de interés general, aunque se encuentra publicitado como de "eco-turismo". La combinación de Los Cabos y de las Barrancas del Cobre es principalmente para el mercado de larga distancia, porque no es muy realista esperar que el mercado nacional y los visitantes de EUA cubran en un sólo viaje un área tan grande.

Otro producto ancla es el Circuito Ecoturístico Baja que cubre los más importantes sitios de naturaleza en B.C.S., visitando los lugares de observación de ballena, los oasis, los viejos poblados mineros, las pinturas rupestres, las playas desérticas, etc. El circuito se enfoca en la singular ecología de Baja California y captura principalmente a los amantes de la naturaleza adoptando métodos selectivos de comercialización. La sección sobre ecoturismo que se presenta a continuación, comenta con mayor detalle los atractivos individuales que incluyen estos circuitos.

La imagen de Los Cabos como destino de naturaleza y vida salvaje requiere la conservación del estero de San José. En cuanto se encuentra muy cercano a la zona del hotel de San José del Cabo, podría ser utilizado como un área natural adecuada para caminatas, paseos a caballo y paseos en lancha.

Adicionalmente, se propone el museo de la ballena, el museo ecológico del desierto y eco-campamentos para diversificar los productos turísticos en el área de excursión de un día desde Los Cabos. Dos museos estarían localizados cerca de Los Cabos para ofrecer a los turistas de playa algunas ideas sobre la ecología de Baja. Los eco-campamentos serían de un tipo que toman en cuenta el confort aún en este tipo de alojamiento, que buscaría la clientela de segmentos superiores del mercado que prefieren tener un contacto mas cercano con la naturaleza. El crucero del Mar de Cortés puede orientarse al turismo de naturaleza y la vida silvestre, aunque ésto se comenta en el apartado de turismo de cruceros.

d. Ecoturismo

El ecoturismo y la naturaleza y vida silvestre se sobrepone el uno al otro y no es sencilla su distinción precisa. El equipo de estudio sin embargo, clasifica los productos ecoturísticos como aquellos que son administrados por la población local y que tienen como meta el nicho de mercado del ecoturismo.

El más importante producto en esta categoría es la observación de ballenas en Bahía Magdalena ; sin embargo, también existen oportunidades de observación en la Laguna San Ignacio y en la Laguna Ojo de Liebre. Estos también son atractivos como sitios para paseos en lancha por los manglares y la observación de aves y pueden ser atractivos útiles para reducir la estacionalidad en los sitios de observación de ballenas.

Las caminatas a través del desierto de Baja son para apreciar su ecología aprendiendo del conocimiento propio del guía local. Esto puede ser combinado con el eco-campismo. También se pueden captar a turistas de playa que quieren hacer un cambio en su itinerario. Las oportunidades para caminata existen en diferentes partes de la península. Los dos museos mencionados anteriormente, también sirven

para facilitar una mejor apreciación de los productos ecoturísticos. Como se comentó en la sección de turismo arqueológico, las caminatas a las pinturas rupestres también podrían ser consideradas como ecoturismo.

e. Turismo arqueológico

Las pinturas rupestres encontradas en la barranca de Santa Teresita son el principal producto turístico de esta categoría. La barranca misma tiene una gran belleza natural por lo cual, publicitar el sitio como una combinación de interés arqueológico y de naturaleza, atraería a una gama mas amplia de personas que si se tratara de la sola atracción arqueológica. Estos recursos deberían aprovecharse bajo el concepto de ecoturismo y el desarrollo físico debería mantenerse al mínimo enfocándose en el mejoramiento de los caminos para caminata y en la seguridad de los turistas en el viaje en burro

f. Turismo cultural mexicano

El papel del turismo cultural mexicano en la región de Los Cabos es complementaria porque este tipo de recursos turísticos no es abundante y la región se enfocará en el turismo de naturaleza y vida silvestre. Esos atractivos sin embargo, algunas veces juegan un papel importante porque frecuentemente pueden modificar la monotonía del viaje a los sitios de naturaleza y vida silvestre, promoviendo una mejor integración del turismo y de la economía local, proporcionándoles a los turistas la oportunidad de adquirir productos elaborados localmente. Los viejos pueblos mineros de El Triunfo, San Antonio y El Rosario y el poblado de artistas de Todos Santos así como los atractivos basados en la industria local, son los productos primarios.

El poblado de Todos Santos introdujo un buen escenario para revitalizar y conservar los olvidados poblados rurales. El escenario sería aplicable a los viejos poblados mineros cercanos a Los Cabos. Los proyectos propuestos consideran la reconversión de la vieja arquitectura local en alojamientos turísticos y villas de pequeña escala pero agradables ; consideran también el desarrollo de museos al aire libre utilizando las viejas instalaciones mineras; la introducción de talleres de plata/oro y el mejoramiento de las amenidades turísticas.

La comunidad artística en Todos Santos se puede aprovechar mejor, publicitándolo como "un poblado de artistas además de un oasis" aunque la medida supone disposiciones cuidadosas para evitar conflictos entre residentes y turistas.

g. Turismo de cruceros

Los cruceros en el Mar de Cortés difieren de los cruceros turísticos tradicionales en que se orientan a una clientela de segmentos superiores del mercado que están interesados en la ecología. Por lo tanto las actividades de promoción turística deben ser diferentes de la de los cruceros tradicionales con el empleo de una estrategia "de bajo volumen - alto ingreso".

El crucero del Mar de Cortés es un paquete de 7 a 10 días que toca los puertos principales del litoral del Mar de Cortés, como Mazatlán, Topolobampo, Bahía Kino/Isla Tiburón, Loreto, La Paz y Los Cabos. A diferencia de los cruceros en el Caribe, emplea embarcaciones medianas y pequeñas y se enfoca a las necesidades de los amantes de la naturaleza, quienes gustan de disfrutar del desierto y de la ecología marina. El proyecto ecoturístico de la población Seri en la isla Tiburón, podría ser incluido en el crucero para ofrecer variedad en los atractivos.

h. Parque temático

No se propone parque temático alguno en esta región turística, en tanto la región debe enfatizar la imagen de destino orientado a la naturaleza y la vida silvestre, existiendo una reducida población local en Baja California Sur que requiera la protección del turismo masivo como es el caso de Cancún.

i. Turismo de convenciones e incentivos

El turismo de convenciones e incentivos puede tener un desarrollo potencial en Los Cabos en el largo plazo. Este turismo requiere del desarrollo de un amplia gama de servicios como transportación, servicio de renta de diferentes equipos, publicidad, procesamiento de datos y servicios de oficina, que no son suficientes en la actualidad. Los Cabos debería concentrarse en el turismo de incentivos, más que en el de convenciones. La presencia de buenos campos de golf favorecería el desarrollo del turismo de incentivos.

La Tabla 3. 4 muestra una matriz de los productos turísticos planeados por categoría y área geográfica en la región turística de Los Cabos.

Tabla 3. 4 Productos y áreas turísticas en la región de Los Cabos

	Cabo San Lucas	Corredor Los Cabos	San José del Cabo	Ruta central Los Cabos - La Paz	Ruta del Pacífico Los Cabos - La Paz	Ruta del Mar de Cortés Los Cabos - La Paz	La Paz	Loreto	Otras -reas	Circuito Barranca del Cobre - La Paz
Turismo Arqueológico									Viaje en burro a las pinturas rupestres de Santa Teresita	
Turismo cultural mexicano										
Excursiones Poblados y villas singulares				Antiguos poblados mineros (museo minero al aire libre, hotel estilo mexicano, talleres de oro/plata)	Poblado de artistas de Todos Santos (exhibición de arte, galenas, hotel estilo mexicano)					
Complejo local de industria turística	Fábrica de vidrio soplado	Centro de artesanía mexicana		Plantación turística y granja de piel de serpientes						
Alojamiento alternativo										
Museos regionales de cultura										
Turismo de naturaleza y vida silvestre										Lujoso recorrido en tren por las Barrancas del Cobre
Excursión a la naturaleza				Caminata por el desierto	Caminata por el desierto	Caminata por el desierto			(Viaje en burro a las pinturas rupestres) Observación de ballenas en Bahía Magdalena Observación de ballenas en Laguna San Ignacio Observación de ballenas en Laguna Ojo de Liebre	
Museo ecológico	Museo de la ballena			Museo de ecología del desierto						
Alojamiento alternativo						Alojamiento ecológico Campamento de lujo en el desierto				
Turismo de cruceros								Eco-cruceros por el Mar de Cortés		Eco-cruceros por el Mar de Cortés
Turismo vacacional	Centro vacacional de Los Cabos	Centro vacacional de Los Cabos	Centro vacacional de Los Cabos		Centro vacacional de la costa del Pacífico	Centro vacacional Cabo Este	Centro vacacional de La Paz	Centro vacacional de Loreto		
Actividades	Golf Pesca deportiva Buceo	Golf Pesca deportiva Buceo	Golf Pesca deportiva Buceo		Pesca deportiva	Pesca deportiva Buceo	Pesca deportiva Buceo	Golf Pesca deportiva Buceo		
Parque temático										
Turismo de convenciones			Centro de convenciones inter-nacional							

Fuente : Equipo de estudio JICA.

(4) Directrices por segmento de mercado geográfico

Los productos turísticos ancla en la región de Los Cabos que atraen al mercado de larga distancia son los recursos orientados a la naturaleza, como las Barrancas del

Cobre, la observación de ballenas y diversas posibilidades para disfrutar de la naturaleza y la vida silvestre. Para desarrollar el mercado de larga distancia La combinación de estos productos con la playa en el cinturón Los Cabos - La Paz sería una estrategia básica.

Como otros destinos de playa, las actividades deportivas y el turismo de incentivos serían productos a los cuales el mercado de corta distancia le confiere importancia (Ver Tabla 3. 5).

a. Mercado nacional

Tomando en consideración su volumen, el mercado nacional no debería ser olvidado. Los altos costos de viaje desde la parte central de México y la ausencia de alojamiento razonable, sin embargo, obstaculiza el crecimiento del mercado. Los Cabos es visto como uno de los destinos de playa exclusivos por parte del mercado nacional. La elevada imagen del destino podría ser utilizada para atraer al segmento de alto gasto del mercado hacia Los Cabos.

La introducción de tarifas aéreas con descuento durante la temporada baja y en los fines de semana, promoverían el turismo nacional hacia Los Cabos, que disminuiría su fluctuación estacional y semanal.

Para el mercado nacional, las rutas de excursión propuestas en este estudio serían productos turísticos independientes más que parte de un itinerario de viaje. Deberían promoverse empleando métodos selectivos de mercadotecnia.

b. Mercado norteamericano

Las actividades deportivas y de playa continuarán siendo el producto turístico más importante para este mercado. Los circuitos de excursión propuestos en el estudio venderían al mercado aunque serían componentes turísticos independientes más que parte de un itinerario de viaje a la playa.

Los Cabos puede ser visto como un destino "de moda" en el mercado y la imagen del destino debería mantenerse cuidadosamente a través de la publicidad, así como a través del control del desarrollo turístico para conservar la naturaleza. El desarrollo en el área de Cabo Este debería ser de baja densidad y de tipo exclusivo para mantener la favorable imagen de la región de Los Cabos.

Los atractivos orientados a la naturaleza como la observación de ballenas, los cruceros por el Mar de Cortés y las caminatas a las pinturas rupestres, deberían publicitarse a través de los segmentos de mercado apropiados, más que en la publicidad como parte del centro vacacional de playa.

c. Mercado latinoamericano

El más competitivo conjunto de productos turísticos para los turistas de intereses generales, sería la combinación de una excursión a las Barrancas del Cobre con una estadía en la playa del Cinturón vacacional Los Cabos - La Paz. También atraería a los amantes de la naturaleza más que a los turistas de interés general, la combinación de una playa con el Circuito Ecoturístico de Baja o los Cruceros por el Mar de Cortés.

Tomando en consideración la relativa popularidad de las ciudades históricas mexicanas entre el mercado, valdría la pena considerar la combinación de Los Cabos con el circuito de ciudades mexicanas, a través de Guadalajara.

d. Mercado europeo

La combinación de la excursión por las Barrancas del Cobre y una estadía en el cinturón vacacional de playa de Los Cabos - La Paz sería el más competitivo de los productos turísticos para atraer al mercado. La combinación de playa con el Circuito Ecoturístico de Baja o los Cruceros por el Mar de Cortés atraerían a los amantes de la naturaleza más que a los turistas de intereses generales.

El principal atractivo de la región turística de Los Cabos sería la naturaleza y vida silvestre. Su imagen debería crearse a través de las actividades de promoción turística realizadas conjuntamente con las organizaciones turísticas en esta región. Sería necesario acercarse a los organizadores de viaje FIT que estuvieran interesados en el desierto y en el ecoturismo.

En tanto el mercado europeo no prefiere los hoteles de gran altura, el desarrollo turístico en proceso del área del Cabo Este, que estará más orientado hacia la naturaleza y de construcción discreta, sería favorable para atraer visitantes desde este mercado.

e. Mercado asiático

Como se ha comentado, Los Cabos tienen una ventaja en este segmento de mercado, comparado con otros destinos de playa mexicanos y debido a la mejor accesibilidad que tiene a través de Los Angeles. Otra fortaleza de Los Cabos para este segmento es su atractivo ecosistema desértico, que resulta singular en tanto la combinación de playa con desierto no existe en Asia Oriental.

El mercado hacia el este, ha menudo combina Los Cabos con ciudades ubicadas en la costa oeste de EUA. Con el objeto de extender la duración de la estadía en México, en la región turística de Los Cabos es necesario atraer al mercado para que combine Los Cabos con circuitos de excursión de naturaleza y vida silvestre más que con la contaminada ciudad de Los Angeles y

El buceo se valora como un producto turístico competitivo del área Los Cabos - La Paz. Los Cabos debería traer a los buceadores asiáticos como un destino de buceo de élite.

Tabla 3.5 Expectativas de productos turísticos por segmentos del mercado regional

	Nacional	Norteamérica	Latinoamérica	Europa	Asia
Turismo arqueológico	○	○	○	○	○
Turismo cultural					
Excursiones	-	-	-	-	-
Poblados y aldeas singulares	○	○	○	○	○
Complejo industrial turístico local	○	○	○	○	○
Alojamiento alternativo	-	-	-	-	-
Museo regional de la cultura	-	-	-	-	-
Naturaleza y vida silvestre					
Excursiones		○	○	⊗	⊗
Excursión a la naturaleza	○	○	○	○	○
Museo ecológico	○	○	○	○	○
Alojamiento alternativo		○		○	○
Turismo de cruceros	○	⊗	○	○	○
Turismo vacacional de playa	⊗	⊗	○	○	⊗
Actividades	○	⊗			○
Parque Temático	-	-	-	-	-
Convenciones/Incentivos	○	○			○
Ecoturismo		○		○	○

Nota: ⊗ = muy efectivo, ○ = efectivo, blanco = no muy efectivo, - = no disponible

Fuente: Equipo de estudio JICA

3.3.4. Marco del desarrollo

El marco del desarrollo de las llegadas de los visitantes y los requerimientos de cuartos de hotel para la región turística se muestran en la Tabla 3. 6. Este marco es únicamente para hoteles de categoría turística y se excluyen aquellos que no lo son : condominios y otro tipo de alojamiento como instalaciones de camping, casas rodantes y villas para el turismo. Este marco a nivel de centro turístico está basado a su vez en el marco de nivel nacional que se describe en el Volumen 2 de este reporte.

La región turística de los Cabos se encuentra en la etapa inicial del desarrollo turístico. Por lo tanto, los esfuerzos de desarrollo deberían concentrarse en el área de excursiones de un día (Nivel-2) de conformidad con la estrategia para esta región.

Tabla 3. 6 Marco del desarrollo de la región turística Los Cabos

Destino Turístico	Llegadas a hoteles (en miles)										Cuartos de hotel				
	Nacional					Internacional					1995	2000	2002	2005	2010
	1995	2000	2002	2005	2010	1995	2000	2002	2005	2010					
La Paz	148	196	218	251	340	50	66	75	88	121	1,342	1,703	1,855	2,081	2,682
Loreto	12	25	31	41	65	24	55	74	102	170	381	480	575	718	1,004
Los Cabos	58	91	107	131	194	390	589	704	877	1,302	3,710	5,201	6,060	7,348	10,423
Cabo Este	n.a.	31	43	59	102	n.a.	40	55	77	131	162	435	490	572	788
Todos Santos	n.a.	6	8	11	17	n.a.	7	9	11	17	37	84	97	115	162
Otros	n.a.	36	43	54	69	n.a.	27	33	40	47	456	502	571	675	748
Total estatal	274	385	450	547	781	503	785	949	1,196	1,789	6,088	8,406	9,647	11,509	15,807

Fuente: SECTUR, Estado de BCS y el Equipo de estudio JICA .