

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Tesis:
**ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
RURAL DEL VALLE DE MEXICALI**

Para obtener el grado de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

Presenta:
LAE Marco Antonio Álvarez Valencia

Director de Tesis:
Dr. Eduardo Sánchez López

Mexicali, Baja California

Mayo, 2015.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo general describir las condiciones existentes para la práctica del turismo rural y elaborar una propuesta para el desarrollo económico en el Valle de Mexicali a través de la práctica del turismo rural. Adicionalmente se describen como objetivos específicos los siguientes puntos:

- 1.- Describir la situación turística rural, caracterizando los espacios geográficos relevantes en el Valle de Mexicali que permitan el diseño de un circuito rural.
- 2.- Definir las condiciones en que se encuentran operando los servidores turísticos en el Valle de Mexicali para la promoción de sus negocios.
- 3.- Proponer “Circuito turístico rural” como una alternativa para el desarrollo turismo rural en el Valle de Mexicali.

Para familiarizarme con el tema turístico se atendió la capacitación propuesta por SECTURE durante el periodo 2013 – 2014, y se revisaron los datos estadísticos mundiales, nacionales, estatales regionales y locales.

Mediante la revisión de literatura se explicó las condiciones necesarias para práctica del turismo rural. Se aplicaron cuestionarios al universo de los servidores turísticos en el Valle de Mexicali y se integró una sesión de grupo de enfoque (“*focus group*”) en sitio en el domicilio de uno de los servidores turísticos en el Km 43, ciudad Guadalupe Victoria, donde participaron en presencia de ciudadanos del valle y Mexicali un grupo selecto de especialistas del tema relacionados con el comercio, la sustentabilidad y la práctica del turismo.

Los resultados de estas investigaciones arrojaron respuestas que orientan a definir al Valle de Mexicali como una región del municipio de Mexicali, con suficiente potencial fisiográfico, cultura étnica y relacionada con actividades del campo como para desarrollar el turismo rural.

Los datos que nos presentan el censo de INEGI a la vez nos muestran que existe la población suficiente como para interactuar con en el turismo rural en esta región de México, si se presentan y promocionan las condiciones propias para hacerlo.

Tabla de contenido

Introducción	5
Marco de referencia	6
Antecedentes.....	6
Justificación.....	8
Objetivo general.....	9
Objetivos particulares	9
Marco teórico	9
El turismo en el mundo.....	11
El turismo clave para el desarrollo la prosperidad y el bienestar internacional..	14
Perspectivas a largo plazo del turismo internacional.....	15
El turismo en México.....	17
El turismo en Baja California.....	23
El turismo en Mexicali.....	29
El turismo en el Valle de Mexicali.....	34
Marco Metodológico	35
Encuesta a empresarios de servicios turísticos en el Valle de Mexicali.....	36
Entrevista dirigida con grupo de enfoque con expertos.....	37
Resultados	39
Resultados de encuesta a empresarios de servicios turísticos en el V. de Mexicali...	39
Resultados de la entrevista dirigida con grupo de enfoque.....	47
Propuesta del circuito turístico rural del Valle de Mexicali.....	58
Conclusiones	61
Literatura utilizada	63

Lista de gráficas y figuras	3
Cuadro 1. Definiciones turísticas.....	8
Gráfica 1. Evolución interanual de las llegadas de turistas internacionales en el mundo, del foro anual sobre turismo de la universidad Anáhuac con datos de OMT.....	11
Gráfica 2. Panorama Turismo Mundial OMT, El turismo hacia 2030, Tendencias y proyecciones 1950-2030.....	12
Cuadro 2. Principales destinos turísticos 2013.....	13
Gráfica 3.- Opinión foro empresarial de competitividad turística.....	21
Cuadro 3.- Balanza turística nacional.....	22
Gráfica 4. Inversión en promoción turística 2008 - 2012	26
Cuadro 4. Oferta de turismo rural en Mexicali.....	32
Gráfica 5. ¿Cuál es su percepción respecto al turismo rural del Valle de Mexicali?.....	37
Gráfica 6. ¿Cuenta con un sistema de administración y mercadotecnia?.....	38
Gráfica 7. ¿Cuáles son las principales prácticas promocionales para su negocio?	40
Gráfica 8. ¿Cuáles son los principales atractivos para práctica del turismo rural en Valle de Mexicali?.....	42
Gráfica 9. ¿Cuál es el tipo de turistas que reciben en sus instalaciones?.....	43
Gráfica 10. ¿Cuáles son las principales demandas de los turistas en el Valle de Mexicali?.....	44
Gráfica 11. ¿Cuáles son los principales servicios turísticos ofertados en el Valle de Mexicali?.....	45
Gráfica 12. ¿Cuáles son las condiciones de acceso a su negociación, se cuenta con los servicios de transporte público?.....	46
Gráfica 13. ¿Cuáles son los tres principales atractivos turísticos del V. de Mexicali?.....	47
Gráfica 14. ¿Cuáles considera que son las áreas potenciales para práctica del turismo rural?.....	48
Gráfica 15. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos no explotados o con potencial excedente por explotar en el Valle de Mexicali?.....	49
Gráfica 16. Disponibilidad de atractivos turísticos.....	56

Gráfica 17. Atractivos turísticos ofertados en el Valle de Mexicali.....	57
Gráfica 18. Tres principales atractivos para el turismo rural.....	58
Figura 1. Ruta para un recorrido general en el Valle de Mexicali.....	59
Figura 2. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali.....	60
Figura 3. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali.....	61
Figura 4. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali.....	62

“ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO RURAL DEL VALLE DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA”

INTRODUCCIÓN

El turismo del siglo XXI, como un fenómeno social, abarca ya todos los ámbitos del quehacer humano. (Peña, 2008).

El turismo es una de las actividades más importantes de la economía nacional y estatal, que logró consolidarse como actividad preferente en la economía del país, que derivado de sus atractivos turísticos y ubicación geográfica, México se considera con gran potencial turístico, y requiere de infraestructura planificada para no alterar el medio ambiente natural y contar con accesos que faciliten la estancia de visitantes. En Baja California se cuenta con cinco centros turísticos (Tecate, Tijuana, Ensenada, Playas de Rosarito y San Felipe), así mismo existen los denominados corredores turísticos como el corredor costero Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN), el corredor costero San Felipe-Puertecitos-Bahía de los Ángeles, y el corredor Tecate Mexicali. (Periódico oficial del estado de B.C., julio 2014). Recientemente se ha integrado con gran éxito una ruta rural que por comodidad y conveniencia mercadológica se le llama Ruta del vino de Baja California.

Mexicali, poblacionalmente cuenta de acuerdo a cifras oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) al 2012 con una población que incluye su valle de 936,826 Habitantes, de los cuales 473,203 son hombres y 463,623 mujeres y en la ciudad de San Luis Rio Colorado, Sonora con 157,076 habitantes; en la región colindante con Norteamérica, se cuentan con la parte del Valle Imperial en California y el condado de Yuma Arizona, con un total de 220,000 Habitantes (UNIVISION, Nielsen Universe Estimates, 2005), Sumando esto una población total de 1'234,038 habitantes y en constante crecimiento, representando esto, una población suficiente para la planeación con estrategia enfocada en el sector de turismo rural, de igual

manera promoción y explotación de un sector del turismo que demanda de población suficiente para conformarse como un sistema de autoconsumo.

El Valle de Mexicali comprende una serie de poblaciones incluye colonias, ejidos y otras pequeñas áreas pobladas distribuidas a lo largo de los canales de riego agrícola, que son parte de la historia de la ciudad y que pertenecen al municipio de Mexicali, las principales poblaciones en el Valle de Mexicali, se encuentra aproximadamente en un radio de 50 km de los cruces fronterizos con el estado de California y Arizona en la Unión Americana.

Considerando el uso del suelo, es agrícola, industrial y turístico. El agrícola está concentrado en el Valle de Mexicali con más de 200 mil hectáreas de tierras fértiles que está clasificado en los de alta productividad, mediana, baja y muy baja. El de mediana productividad ocupa el primer lugar en producción, le sigue el de alta productividad. El industrial se encuentra concentrado en la zona urbana, algunas empresas están ubicadas a lo largo de la vía del ferrocarril y por lo regular son industrias de transformación. El turístico está situado principalmente en el Río Hardy, el Puerto de San Felipe, en el Valle de Mexicali con el turismo cinegético y en Algodones con el turismo médico. (Plan municipal de desarrollo, 2013-2014).

Los Algodones se destacan por el recibimiento de turistas y excursionistas parte del turismo médico de la ciudad y los demás puntos de interés turístico son explotados en el uso del turismo religioso, deportivo, cinegético y de actividades propias del turismo rural practicado por excursionistas locales. En las periferias del Valle de Mexicali se encuentran otras áreas rurales agrestes, cierras y playas que también son parte del municipio de Mexicali.

La característica orográfica más importante en el municipio de Mexicali es la de encontrarse ocupado por sierras en 30% de su territorio, resaltan, principalmente, las sierras de Juárez y San Pedro Mártir. La primera, comprende una franja que va de la parte noroeste hasta el suroeste del municipio, con 1,885 kilómetros cuadrados de superficie y 3,300 metros de altura; la segunda, está localizada en la parte suroeste y cubre 10 kilómetros cuadrados, su altura es de 2,800 metros sobre el nivel del mar. Se tienen además otras sierras, tales como: el Cerro de El Centinela con una elevación de

750 metros, y una superficie de 10 kilómetros cuadrados, localizado en la parte noroeste del municipio; la Sierra Cucapa, situada en la parte norte y al oeste del Valle de Mexicali, con una superficie de 364 kilómetros cuadrados y una altura máxima de 1,000 metros. El cerro prieto el cual se eleva 220 metros sobre el nivel del mar y que comprende una zona volcánica ubicada a solo 30 Km. al sur este de la mancha urbana de la ciudad. (Plan municipal de desarrollo, 2013-2014).

Mexicali reúne las características propias como para que sea considerado el turismo rural como una área de oportunidad importante para fortalecer su desarrollo económico y recreacional.

El Valle de Mexicali reúne todas las características necesarias para la práctica del turismo rural y es un área de oportunidad para el esparcimiento, disfrutar de su fisiografía e interactuar con su cultura del campo.

Consiente de las prácticas turísticas ya existentes en la ciudad, pues el turismo es una de las referencias históricas de Mexicali y al no existir un plan estratégico en acción para la promoción del turismo rural para el Valle de Mexicali per se, la primera pregunta que surge y que intento dar respuesta con esta investigación descriptiva del turismo rural en el Valle de Mexicali es; ¿Existe la posibilidad del desarrollo de una actividad de turismo rural formal en el Valle de Mexicali? donde a través de un sistema de operación turística se pueda mejorar la explotación de las alternativa que ofrece la cultura autóctona, la cultura del campo y el aprovechamiento de la fisiografía del lugar. La información recopilada nos muestra que sí es posible.

A nivel internacional es claro que las condiciones económicas mejoran donde florece el turismo, debido a la relación que existe entre, empresas turísticas turistas y pobladores de una región y de esto hay bastantes ejemplos en el ámbito internacional; cabe destacar que las consecuencias derivadas de esta interrelación se consideran de relevada importancia para nuevos proyectos y para el mejoramiento del nivel de vida de sus pobladores.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo hace referencia a los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche de estadía y como máximo 365 días, por razones de ocio, negocios u otros motivos.

Esta organización plantea la existencia de una relación entre los factores del turismo, conservación de la biodiversidad y mitigación de la pobreza, de tal manera que impulsando la materia de turismo se obtiene una gran derrama económica.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT), 2012, el turismo contribuye a mejorar la situación económica en las regiones que lo desarrollan, ya que no solo es un generador de desarrollo económico y social, sino que favorece la cultura, integración familiar y brinda apoyo al sostenimiento de las comunidades.

El turismo rural se fundamenta en el aprovechamiento del espacio geográfico y en sus productos, representados por su paisaje, grutas, templos y sitios arqueológicos, así como el conocimiento de la cultura campesina, de las actividades agropecuarias, de sus tradiciones, gastronomía y estilo de vida, y en donde el turista convive e interacciona con los habitantes de una comunidad. En el contexto de la diversificación de las actividades agrícolas y el empleo no agrícola, el turismo rural representa una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de los agricultores de los espacios rurales con potencial turístico (Ramírez, 2011).

Una forma simple de definir el concepto del turismo rural entre diversas manifestaciones turísticas, es que tiene en común el espacio donde se desarrolla representado por el medio rural. El turismo rural, que nace paralelo a las exigencias de una sociedad cada vez más urbanizada, se está convirtiendo progresivamente en un fenómeno masivo para una población que busca los valores vitales que se han perdido en las grandes ciudades (Cuesta, 1996).

El turismo rural ofrece ventajas a quienes lo conforman y entre quienes se encuentran, turistas, excursionistas, industria turística y destinos, que van desde los aspectos

microeconómicos hasta los aspectos sociales que interactúan, para revelar las oportunidades que en materia de turismo se pueden presentar en una región, como es el caso específico del Valle de Mexicali, que de acuerdo a sus características de ubicación geográfica y capacidades naturales, culturales y étnicas, pueden transformarse en oportunidades así como, detonadores económicos y sociales para sus comunidades.

Justificación

La presente investigación pretende probar que el turismo rural en el Valle de Mexicali es una industria viable y que promoverá desarrollo económico y cultural, el cual con el debido cuidado de la sustentabilidad será beneficioso; No existe un programa específico para la explotación del turismo rural en Mexicali; Razón por lo cual se presentará un concepto turístico definido que caracterice la región y él cual pueda implementarse con las tendencias gubernamentales actuales.

El turismo rural aparte de ser un generador de oportunidades de esparcimiento a la vez ofrece oportunidades de trabajo y desarrollo, por lo que se considera que la definición de un programa estratégico para su desarrollo respaldado por un diagnóstico de la situación actual pudiera ser de utilidad para apoyar el crecimiento de esta actividad económica.

El concepto mexicano del programa de turismo rural de los pueblos mágicos el cual describe que “Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (SECTUR, 2014), estos son los mismos conceptos que se presentan en el Valle de Mexicali.

Objetivo General

A partir de un diagnóstico del estado actual que guarda el turismo rural en el Valle de Mexicali, proponer estrategias que apoyen la actividad turística de esta zona geográfica.

Objetivos particulares

Analizar la situación que guarda el turismo rural en el Valle de Mexicali.

Caracterizar los espacios geográficos del Valle de Mexicali para la realización del turismo rural.

Elaborar un inventario de los espacios geográficos relevantes del Valle de Mexicali que permitan el diseño de un circuito turístico rural.

Marco teórico

De acuerdo a Molina (2009), podemos asociar al turismo con diferentes *corrientes* del pensamiento:

El turismo y la corriente cinética escuela berlinesa

La perspectiva cinética –ciencia del movimiento-, destaca el desplazamiento de los individuos en el territorio. Tuvo entre sus principales representantes a científicos alemanes.

Entre los primeros que abordaron el estudio del movimiento destacan Glücksmann y Bormann.

Artur Bormann en su libro *Lehre vom Fremdenverkehr*, publicado en Berlín en 1931, establecía una diferencia entre los viajes realizados habitualmente y otros con características especiales:

“En rigor entre los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales o por otras razones distintas, viajes que en muchos casos son iniciados por acontecimientos o situaciones especiales y en los cuales la ausencia de vivienda permanente es solo transitoria, no pueden incluirse aquellos desplazamientos condicionados únicamente por el periódico ir y venir de los lugares de trabajo”.

Por su parte de Glücksmann, en su libro *Fremdenverkehrskunde*, que se dio a conocer en Berna en 1935, definía de esta manera el movimiento de personas:

“Movimiento de forasteros es la suma de relaciones entre las personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo”.

El turismo y la corriente psicosocial

Las aportaciones que dieron forma y contenido a esta corriente enfatizaban las relaciones sociales y culturales resultantes del movimiento de viajeros. También esta corriente tomaba en cuenta los fenómenos psicológicos que surgían del contacto entre visitantes e integrantes de las comunidades locales. En este contexto destacan los trabajos de Josef Stradner y de Morgenroth.

En 1929, Morgenroth, señalaba en un artículo, en referencia al turismo, lo siguiente:

“Tránsito de forasteros en sentido estricto, es el transporte de personas que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos culturales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”.

A menudo se considera que la psicología, como área de investigación independiente, se originó en Alemania, en 1879, con la aparición del primer laboratorio para el estudio científico de la conducta, creado por Wilhelm Wunt. Durante sus propios recorridos para estudiar la conducta humana, los escritores e investigadores en psicología con frecuencia abordan el tema de la motivación humana. El ámbito de esta investigación es impresionante, ya que incluyen tanto estudios detallados de la fisiología y el sistema nervioso humano, como amplios enfoques con una orientación más cultural y antropológica. Los visitantes a una comunidad o área crean relaciones sociales que comúnmente difieren mucho de entre afiliaciones entre la población nativa. (Ritchie, 2011).

El turismo y la escuela humanista

Esta escuela centra su estudio en el individuo, colocando en un sitio más importante los aspectos sociales que económicos.

En este marco sobresalen los especialistas Hunziker y Krapf, de la universidad de Berna, que en 1942 definieron al turismo de la siguiente manera:

“La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de la estancia de los no residentes, en tanto no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”.

Las teorías humanistas consideran que en las actividades del ocio y, por tanto, del turismo, se manifiestan con mayor fuerza los valores de la verdad, el amor la creatividad y la libertad del individuo por lo tanto opinan que el turismo es un medio para facilitar el encuentro y la comunicación, para lo cual destacan las ventajas que, en especial de índole cultural, obtienen tanto las comunidades emisoras como las receptoras, lo cual ayudan a incrementar el conocimiento y la comprensión entre los pueblos, además de que contribuye a fortalecer la paz internacional. (Alcudia, 2012).

El turismo y la escuela sociológica

Los estudios y análisis de esta escuela integran los aspectos económicos, sociales y humanos del turismo. Al respecto cabe destacar que Louis Turner y Ash (1975) realizaron importantes contribuciones al tema, al igual que F. Cribier (1969), quien retomó la geografía para sus análisis, de lo cual derivó consideraciones relacionadas con la planeación y el medio ambiente.

En 1981, Burkark y Medlik definían al turismo de la siguiente manera:

“Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

Posteriormente, la Organización Mundial de Turismo (OMT) elaboró la definición en la que incluye a los viajes de negocio como parte de esta actividad. Brent (2011).

Teoría General de Sistemas y turismo

A partir de la creciente complejidad del turismo, fue necesario elaborando concepciones que incorporan nuevos aspectos y dimensiones de esta actividad. Uno de los caminos seguidos en este sentido fue tratar de entender al turismo desde la perspectiva de la Teoría General de Sistemas, esto es, como un sistema abierto integrado por diferentes partes que se interrelacionan.

Según la OMT, el sistema turístico está integrado por:

- La demanda, es decir, los consumidores de bienes y servicios.
- La oferta, que incluye los productos y servicios puestos en el mercado y las organizaciones.
- El espacio geográfico, en donde confluyen la oferta y la demanda, y donde se ubican los residentes.
- Los operadores del mercado, que comprende a empresas y organismos que facilitan la interrelación entre oferta y demanda.

Según Molina (2009), el sistema turístico está integrado por:

- Superestructura, en donde se ubican instituciones del sector y asociaciones de la iniciativa privada, colegios, leyes, reglamentos y normas, planes y programas de desarrollo.
- Demanda turística, subsistema que hace referencia a los turistas, a los clientes, y que a su vez puede ser subdividido en mercados nacional y extranjero, y en diferentes segmentos.
- Atractivos turísticos, naturales y culturales cada uno de ellos con diferentes subcategorías.
- Equipamiento e instalaciones, que comprende hoteles, centros de diversión, agencias de viaje, transporte, instalaciones deportivas, entre otros.
- Comunidad local, integrada por la población residente en un destino turístico, ya sea que este empleada en empresas e instituciones del sector o que se dediquen a otras actividades.

- Infraestructura, la cual comprende carreteras de acceso a un destino, puertos y aeropuertos, sistemas de alumbrado público, drenaje, energía eléctrica y agua potable.

El modelo de sistema es una herramienta que permite un acercamiento a la dinámica del turismo, facilita el entendimiento de todos los elementos que convergen y de las relaciones entre los elementos o subsistemas. (Molina, 2009).

Turismo es conceptualizado como un servicio que puede ser ofertado como producto turístico, el cual esté compuesto por diferentes elementos complementarios; en este caso habrán de agregarse atributos que enriquezcan este último con otros que se relacionen con la experiencia que va a vivir el turista o visitante, ya que éste se verá involucrado dentro de un ambiente donde interactuará con personas y con un ámbito geográfico, así como actividades adicionales que le permitirán obtener de esta combinación una vivencia que forme parte de sus vacaciones o tiempo dedicado a la recreación personal. (Quiñones, 2011).

La aglomeración de establecimientos comerciales y de servicios, constituye uno de los principales efectos del desarrollo de áreas turísticas, desde los cuales se articula la vida urbana en las principales ciudades de un territorio o región con vocación y desarrollo turístico; esta aglomeración auxilia en la base y establecimiento de encadenamientos entre las actividades de servicio y comercio en el ámbito regional e internacional. La importancia de que un distrito o desarrollo turístico tenga auge y se conserve a través del tiempo, tiene que ver también con la forma en que se realiza la promoción y el cuidado del área turística desarrollada y de igual forma con la apreciación y valoración del patrimonio natural y cultura de la región donde se encuentra establecido el centro turístico en cuestión. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

Con el aumento en el número de turistas hay incremento en el consumo de insumos y se generan residuos. La estrategia que se plantea es que al existir el aumento en la demanda se contribuya al desarrollo sustentable a través de programas que promuevan el turismo de baja densidad. De esta manera se disminuye la concentración en sitios que generalmente tienen mayor afluencia y que ejercen fuerte presión sobre los recursos naturales. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

Definiciones de términos del turismo

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha conferido a la OMT, principal organización internacional en materia turística, un papel central y decisivo, en la promoción y desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, cuyo objetivo final es contribuir al desarrollo económico, a la comprensión internacional, a la paz, a la prosperidad y al respeto universal, y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales. Al perseguir este objetivo, la organización presta especial atención a los intereses de los países en desarrollo en relación con el turismo. La OMT desempeña una función como catalizadora en la transferencia de tecnología y la cooperación internacional, y la forja de asociaciones entre los sectores público y privado, la preconización del código ético mundial para el turismo, con miras a velar en que los países miembros, los países miembros, los destinos turísticos y las empresas incrementen los efectos económicos, sociales y culturales positivos del turismo, y cosechen los máximos frutos, reduciendo a la vez en todo lo posible sus secuelas sociales y medioambientales. (Peña, 2008).

De acuerdo Brent (2011), en la Conferencia Internacional de Estadística de Turismo y viajes convocada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), en Ottawa, Canadá, en 1991, se revisó, actualizó y amplió el trabajo de anteriores grupos internacionales respecto a la actividad turística. En esta conferencia se hicieron algunas recomendaciones fundamentales acerca de las definiciones de turismo, viajeros y turistas. La comisión de estadística de la ONU, adoptó las recomendaciones de la OMT sobre estadísticas del turismo el 4 de marzo de 1993 y que aún siguen vigentes.

En ese marco, la OMT considera que el concepto de turismo va más allá de la imagen estereotipada de “salir de vacaciones”. La definición aceptada oficialmente es:

“El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros” (ONU, 1993).

Con el término de “ambiente”, usualmente se pretende excluir los viajes dentro del área habitual de residencia y los viajes frecuentes y regulares entre el domicilio y el lugar de trabajo inclusive otros viajes de carácter rutinario al interior de las comunidades. Así mismo se dio consideración a los viajes con relación de “negocios u otros”,

aglomerando toda tipología de viajeros siempre y cuando estos se den dentro del periodo de tiempo considerado. Lo mismo si no se da la permanencia mínima de pernoctar una vez en el lugar de visita no se considera un viajero turista sino excursionista. Brent (2011).

Otras definiciones las vemos en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Definiciones turísticas

Turismo	Definición
Turismo internacional de entrada	Visitas a un país por no residentes
Turismo internacional de Salida	Visitas de los residentes de un país a otro país
Turismo Interno	Visitas de residentes y no residentes del país de referencia
Turismo Local	Visitas de residentes de un país en su propio país
Turismo Nacional	El turismo interno más el turismo de salida (el mercado turístico constituido por la población de residentes para agentes de viajes, transportes y otros prestadores de servicios)

Fuente: Ritchie (2011). Elaboración propia

Implícito en la conceptualización anterior de turismo está el concepto general de viajero. Todos los tipos de viajeros que hacen turismo se describen como visitantes, término que constituye el concepto básico de todo sistema de estadísticas turísticas. Los visitantes internacionales son personas que viajan durante un periodo que no excede los doce meses a un país que no es aquel donde reside normalmente y cuyo propósito principal no es el ejercicio de una actividad remunerada dentro del lugar visitado. Los visitantes internos son personas que viajan a un destino dentro de su propio país, que esta fuera de su entorno usual, por un periodo que no excede los doce meses. Todo visitante se subdivide en dos categorías, a saber:

1.- Visitantes de un solo día: visitantes que no pernoctan en un alojamiento colectivo o privado en el país que visitan; por ejemplo, los pasajeros de un crucero que pasan cuatro horas en un puerto o los excursionistas de un solo día que visitan una atracción.

2.- Turistas: visitantes que permanecen en el país visitado cuando menos una noche; por ejemplo, un visitante de vacaciones durante dos semanas.

Existen varios propósitos para una visita, destacando placer, negocios y otros fines, como motivos familiares, de salud, y tránsito (Ritchie, 2011).

Cuando se piensa en el turismo, lo primero que viene a la mente es gente que acude a contemplar lugares de interés y disfrutar de las personas, actividades, del entorno y cabe destacar que es una actividad practicada universalmente. Estos visitantes usan todo tipo de transporte para acudir, al sitio, además de hacer uso de instalaciones de hospedaje y alimentos. De ahí la existencia de los componentes del turismo: el turista, los recursos naturales y el entorno además del ambiente construido incluyendo los elementos básicos de operación turística; Sectores en la operación de la industria turística: Las atracciones, sol mar y playa, entretenimiento y eventos, el transporte, el alojamiento y servicios de alimentos y bebidas. (Ritchie, 2011).

Tipología del turismo

Según De la Torre (1976) el turismo se clasifica de acuerdo con el medio de transporte en tres tipos: aéreo, marítimo, terrestre o carretero.

Para la aplicación económica hay dos tipos: 1) activo, debido al ingreso de divisas extranjeras, y 2) pasivo, cuando no se produce derrama económica.

Otra tipología es la permanencia, ya sea de larga, mediana o corta estadía.

La motivación del viaje también permite conocer las diversas modalidades del turismo, como puede ser turismo de salud, de negocios, comercial ecoturismo, esoturismo, de aventura, de investigación y cultural entre otros. A su vez cada uno se diversifica en actividades cada vez más especializadas. Un ejemplo de ello es el turismo cultural, dentro del cual se ubica el turismo religioso. Dentro de los principales tipos de turismo según un modelo tradicional, tenemos al turismo de sol y playa, cultural y de negocios y como un modelo alternativo al ecoturismo, turismo rural y de aventura. (Alcudia, 2012).

Existe actualmente un tipo de actividad turística especializada llamada turismo enológico, el cual es una forma de turismo que tiene varias connotaciones conceptuales, ya que pertenece al turismo rural, siendo posible interactuar con comunidades que se encuentran dentro de la zona rural y en las que se hace necesario

realizar visitas a los viñedos, aprender los procesos de cultivo de la vid, su procesamiento para la elaboración del vino y su degustación. La actividad turística conocida como enoturismo une dos elementos que dan origen a su nombre, de la parte de la enología tiene la relación con la elaboración técnica del vino, donde se incluye su procesamiento, almacenamiento, las formas en que se conserva, embotellado y comercialización; por otra parte, del turismo obtiene las ventajas de los servicios que pueden ser utilizados para complementar la experiencia en el conocimiento de los viñedos, las bodegas de añejamiento y las marcas de las diferentes compañías productoras; esto sucede al agregar los medios de transporte (terrestre y aéreo), guías especializadas, hospedaje (posadas, hoteles, casas de huéspedes, zonas de acampar) y alimentos y bebidas (restaurantes). (Quiñones, 2011).

El turismo rural es toda actividad turística que se practica en las áreas rurales, y se relaciona con el turismo ecológico o el turismo de aventura, sin embargo en una clasificación taxonómica se encuadra al turismo rural como una tipología del turismo ecológico, reconocido por la ONU y la Unión Mundial para la Naturaleza, desde 1983 como ecoturismo, definiéndolo como aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora, fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación y tiene bajo impacto ambiental y cultural, que propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales. (Bulla, 2011).

El turismo rural se fundamenta en el aprovechamiento del espacio geográfico y en sus productos, representados por su paisaje, grutas, templos y sitios arqueológicos, así como en el conocimiento de la cultura campesina, de las actividades agropecuarias, de sus tradiciones, gastronomía y estilo de vida, en donde el turista convive e interacciona con los habitantes de una comunidad. En el contexto de la diversificación de las actividades agrícolas y el empleo no agrícola, el turismo rural representa una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de los agricultores de los espacios rurales con potencial turístico. Ante esta propuesta de desarrollo del territorio rural, en algunos espacios rurales de México se han emprendido diversos esfuerzos que buscan

transformar la economía local a través del impulso de proyectos turísticos que, se reflejan en un conjunto de apoyos en estudios y propuestas de desarrollo turísticos tanto de actores locales como externos, que tienen por objetivo aprovechar su potencial. Ello ha implicado que estos espacios se hayan sometido a un proceso de transformación tanto en su aspecto físico como económico, es decir, que se ha impulsado la diversificación de las actividades económicas de los espacios rurales a través del turismo. (Valverde, 2011).

El turismo rural involucra a las personas de la comunidad con los turistas facilitando el contacto social en un medio donde se tiene la posibilidad de interactuar con la agricultura y conocer en este caso el proceso de elaboración de un producto agrícola por medio de relaciones cercanas y formativas con las comunidades agrícolas que los producen. El turismo rural está integrado dentro del turismo ecológico, el cual engloba las actividades turísticas que se llevan a cabo con el propósito de hacer turismo en zonas naturales, en donde la interpretación y observación de la naturaleza, así como su preservación son parte de los elementos que forman parte de esta alternativa. El enoturismo incluye elementos de turismo rural, dado que su entorno inmediato es este ámbito; pero al llevarse a cabo dentro de zonas que se pueden explotar de manera racional y con fines de preservación caen dentro del ecoturismo, este último clasificado dentro del concepto de turismo alternativo. (Quiñones, 2011).

Blanca García Henche en su libro Marketing del turismo rural, publicado en Madrid en 2011, presenta las siguientes definiciones:

Turismo rural. Este producto se caracteriza por su estancia y visita a zonas rurales, generalmente del interior, en alojamientos que están integrados al ambiente natural, que intentan satisfacer la necesidad de relajación, como una alternativa a las concentraciones urbanas y otras concentraciones turísticas. El futuro de la actividad en este segmento se presenta prometedor dada a la creciente disposición del turista a pasar su tiempo de descanso muy en contacto con la naturaleza y en lugares con nula o muy escasa contaminación.

Turismo de sol y playa. Es el turismo caracterizado porque la mayor motivación del turista es realizar su estancia vacacional en la playa y por qué el volumen de visitantes

es de carácter masivo. Se concentra en zonas del litoral, con climatología favorable y la motivación principal es el ocio y el esparcimiento.

Turismo cultural. Este producto turístico se basa en la utilización de los recursos culturales, artísticos, históricos, en las costumbres, etc., orientándose a la preservación y fomentos de los mismos.

Turismo de incentivos y congresos. Está centrado en las ciudades o zonas industriales y su desplazamiento está motivado por causas profesionales como negocios, congresos convenciones ferias, etc.

Turismo de la tercera edad. Es el turismo social, llevando a cabo servicios y actividades para las personas mayores.

Turismo deportivo. La motivación básica de este tipo de turismo es practicar o disfrutar alguna clasificación de deporte.

Turismo de salud. El objeto de los turistas es recibir (o ser acompañante) tratamientos de salud, en establecimientos curativos, termales o balnearios que, además de las condiciones turísticas generales, ofrecen servicios médicos sanitarios especializados.

Otros términos que se barajan asociados al concepto del turismo rural como turismo alternativo y nuevas formas puede tener variadas denominaciones: turismo ecológico, ecoturismo, sostenible, medioambiental, natural, verde, científico, en casas de campo, de camping, en granja, de safari, salvaje, de aventura, de riesgo, agroturismo. (Henche, 2011).

El turismo en el Mundo

El turismo es una de las principales actividades económicas del mundo al inicio del siglo XXI; así lo sugieren los siguientes datos proporcionados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT), que consideran el efecto económico total generado por la industria de viajes y turismo:

- 9 por ciento de la producción mundial.
- 260 millones de empleos (8.7 por ciento del total mundial).
- 5.7 por ciento de las exportaciones totales y de la formación bruta de capital. (Flores, 2012).

El turismo ha resultado ser una piedra angular para la economía de servicios pero solo podrá ayudar a la sociedad a responder a los retos mundiales si su crecimiento se gestiona cabalmente y se centra en la ética, en la lucha contra la pobreza, en los intereses especiales de los estados, en su desarrollo y en la sostenibilidad. (Peña, 2008).

El impacto del turismo es de considerable importancia a nivel mundial de tal forma que se ha establecido la Organización Mundial del Turismo (OMT), para estudiar sus efectos principalmente en lo económico, social y ecológico. Previamente, desde la década de 1930, el mundo ha realizado esfuerzos por coordinarse y asociarse pero no es hasta 1970 que formalmente se establece su organización (OMT, 2010).

Por mucho tiempo se pensó, que el principal indicador turístico era de carácter económico; hoy se sabe mediante investigaciones realizados por la OMT, que estudiar minuciosamente las repercusiones sociales y ambientales juegan un papel muy importante en el sostenimiento del desarrollo turístico a largo plazo (Yunis, 2004).

Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2008), presenta el siguiente dato histórico de la evolución general del turismo:

- 1.- Turismo de élite (1950's). Hoteles de lujo en grandes ciudades, restaurantes de lujo, excursiones con guías privados, viajes a playas frías del norte de Europa.
- 2.- Turismo de masas (1960-1990). Paquetes de viaje estandarizados con facilidades de pago y a precios bajos, hoteles de clase turista, vuelos chárter, viajes en autobús con guías, grandes complejos hoteleros de playa, ofertas hoteleras con todo incluido.
- 3.- Turismo segmentado (1990-actual). Experiencias poco usuales, viajes temáticos, aerolíneas de bajo costo, nuevos destinos, variedad de productos turísticos, alojamientos típicos del destino, complejos hoteleros con proyectos inmobiliarios, participación activa de las Tecnologías de la Información Comunicación y Sistemas de (TICS) en la industria.

Probablemente el punto de inflexión que conduce a la aceleración del crecimiento se registró en los años posteriores a la conclusión de la segunda guerra mundial; es posible identificar en aquel momento, diversos factores cuya conjugación vino a dar un impulso decisivo al despegue turístico mundial, dentro de lo cual conviene destacar:

- Un importante avance en la tecnología del transporte que se tradujo en el acceso a un transporte eficiente, con tarifas –particularmente en el caso del transporte aéreo- que por un largo periodo tuvieron un comportamiento a la baja, en términos reales.
- La generalización de las vacaciones pagadas y la reducción de las jornadas de trabajo, como consecuencia de avances en las condiciones laborales de las sociedades más adelantadas.
- Un avance paulatino, pero imparabile, en los procesos de globalización que permitieron una apertura creciente de destinos diversos en el mundo, incluso en naciones cuya condición estructural era de naturaleza cerrada, como el caso de Cuba e incluso China y Japón; al mismo tiempo, estos procesos de globalización inciden en una apetito voraz de los mercados por nuevo productos, en una condición de un mundo prácticamente sin fronteras.
- La certeza creciente de los beneficios del turismo y en particular de sus capacidades para contribuir a la mejora de las condiciones económicas de países y regiones. (Flores, 2012).

Estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y otras instituciones internacionales han encontrado una relación directa entre las variables socioculturales, ambientales y económicas que permiten un desarrollo turístico sostenible; por tal razón han decidido modificar la definición de turismo sostenible por aquel que responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Este concepto está enfocado hacia la gestión de los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez, que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Una de las conclusiones de los integrantes del foro sobre el turismo mundial en la Universidad Anáhuac, Escuela de turismo, 2012 y emitido por el boletín del Consejo Nacional de Empresarios Turísticos (CNET), #7 mayo-agosto, 2012 es que las condiciones socio económicas internacionales así como las condiciones de seguridad y violencia, son mermantes de la actividad turística. Los turistas regularmente son

individuos que buscan aprovechar su tiempo libre para el descanso y el esparcimiento y acuden a los lugares donde se encuentra lo que sus intereses buscan de acuerdo a sus posibilidades, de ahí que las condiciones difíciles alejen a los turistas y por consecuencia, una disminución de las actividades económicas interrelacionadas, como aquí se expresa.

Gráfica 1.- Del foro anual sobre el turismo de la Universidad Anáhuac con datos OMT.



Fuente: Universidad Anáhuac (2012).

La sostenibilidad y la sustentabilidad mantienen un papel importante para el desarrollo de programas relacionados con las áreas naturales. Existe una relación estrecha entre los factores de turismo, conservación de la biodiversidad y mitigación de la pobreza; se ha observado que en países en vías de desarrollo donde se impulsa la biodiversidad de sus regiones como ventaja el turismo no solo es generador de desarrollo económico y social, sino que de forma adicional favorece la cultura, integración familiar y brinda apoyo para el sostenimiento de comunidades, -sin embargo las actividades turísticas deficientemente planeadas traen consigo riesgos para su sostenimiento a mediano y largo plazo (Gobierno del estado de Baja California, 2009).

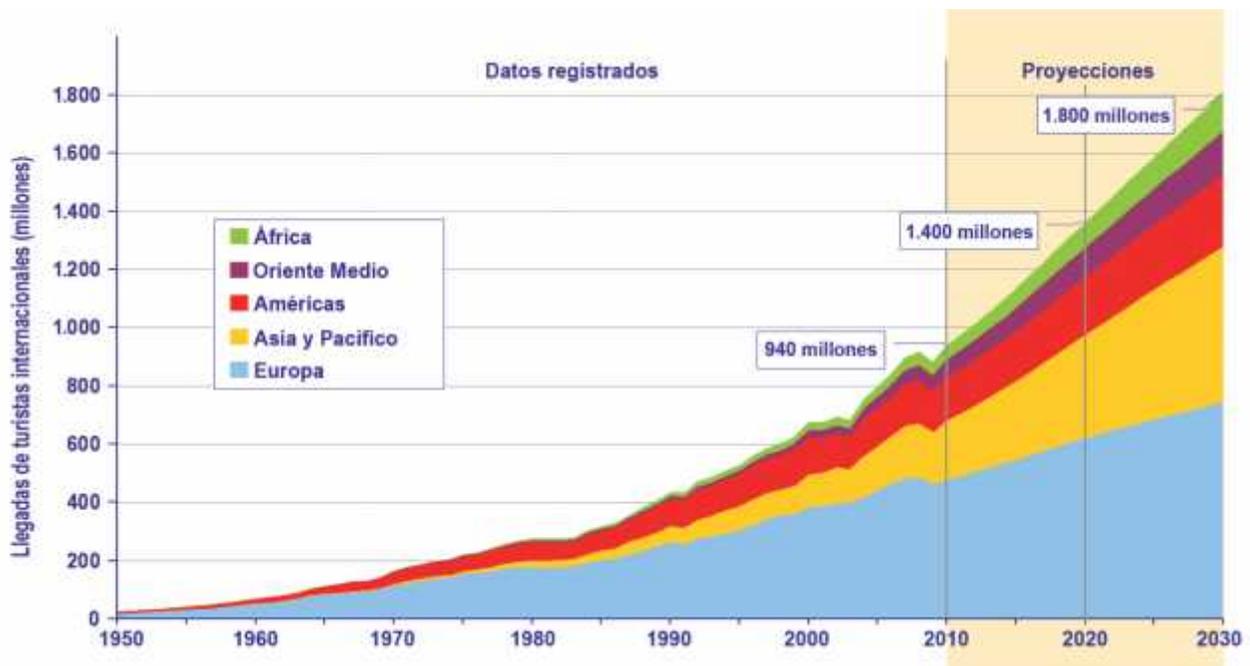
Las condiciones macroeconómicas que afectan el entorno general de las empresas, dificultan o complican los trabajos en la planeación comercial y turística, pues no se tiene control sobre ellas, pero si se pueden advertir algunos cambios y visualizar estas tendencias, interactuando con el entorno inmediato, flexibilizando y adaptando los actuales planes de desarrollo y creando planes alternos. Así mismo el desarrollo del

turismo rural se posiciona cuando los habitantes inmediatos del área turística rural, son suficientes y existen las condiciones de comodidad turística para practicarlo; se hace imperiosa la necesidad de contar con información oportuna que ayude a la conformación de estrategias para el turismo rural. CNET (2012).

El turismo clave para el desarrollo la prosperidad y el bienestar internacional

Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en este sector, haciendo del mismo un factor clave de progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de puestos de trabajo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han sumado otros muchos. A pesar de conmociones ocasionales, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido: al pasar de los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, 528 millones en 1995 y 1.087 millones en 2013 (OMT, 2013).

Gráfica 2. Panorama Turismo Mundial OMT, El turismo hacia 2030, Tendencias y proyecciones 1950-2030



Fuente: OMT (2014).

Perspectivas a largo plazo del turismo internacional

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en *Tourism Towards 2030* (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1,800 millones en 2030. Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas en destinos emergentes (+4., 4% al año) doble el de las economías avanzadas (+2., 2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2013 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales, (OMT, 2013).

Las condiciones en que se conduce el turismo internacional muestran gran oportunidad para países como México que con solo controlar sus índices de criminalidad, delincuenciales y estabilidad social tienen gran oportunidad para recibir visitantes residentes permanentes, visitantes residentes temporales, turistas y excursionistas. Está previsto que el crecimiento continúe en 2014 a un ritmo sostenido de entre el 4.0% y el 4.5% a escala mundial. Por regiones de la OMT, las mejores perspectivas para 2014 corresponden a la región de Asia y el Pacífico (entre +5% y +6%), seguida de Europa y de las Américas (ambas entre +3% y +4%). En Oriente Medio (de 0% a +5%), las perspectivas son positivas aunque inciertas. (OMT, 2013).

En 2013, solo se registraron dos cambios en el ranking de llegadas de turistas internacionales y de ingresos por turismo. En el ranking de llegadas, España (con 61 millones de llegadas) recuperó el tercer puesto, que había perdido en 2010 frente a China (56 millones). Tailandia entró en el ranking de los diez primeros por llegadas en décima posición, escalando de forma sorprendente cinco puestos, y ello después de haber avanzado dos puestos en el ranking de ingresos por turismo hasta colocarse en el séptimo lugar (Barómetro 2013 de la OMT).

Cuadro 2.- Principales destinos turísticos 2013
(Llegada de turistas internacionales en millones)

RANGO		2012	2013
1	Francia	83,0	84,7
2	Estados Unidos	66,7	69,8
3	España	57,5	60,7
4	China	57,7	55,7
5	Italia	46,4	47,7
6	Turquía	35,7	37,8
7	Alemania	30,4	31,5
8	Reino Unido	29,3	31,2
9	Federación de Rusia	25,7	28,4
10	Tailandia	22,4	26,5
15	México	23,4	24,2

Fuente: OMT (2014).

Al hacer una clasificación de los principales destinos turísticos internacionales del mundo, siempre es preferible tener en cuenta más de un indicador. Aquí se presenta e interpreta solo la lista de llegadas de turistas a los diversos países para determinar un ranking de los primeros diez países más visitados:

Francia sigue ocupando el primer puesto en cuanto a llegadas de turistas internacionales, con 83 millones de visitantes en 2012 y 2013 y es el tercer país en cuanto a ingresos por turismo internacional (56,000 millones de dólares en 2013). Los Estados Unidos se sitúan en primer lugar en ingresos con 140,000 millones de dólares y en segundo lugar en llegadas con 70 millones. España sigue siendo el segundo país por ingresos del mundo y el primero de Europa (60,000 millones de dólares) y recuperó su tercer puesto en llegadas con 61 millones de visitantes. China pasó a ser cuarto en número de llegadas (56 millones) y mantiene también el cuarto puesto en ingresos (52,000 millones de dólares). Italia ha consolidado su quinta posición en llegadas (48 millones) y la sexta en ingresos (44,000 millones de dólares). Turquía sigue en sexto

puesto en llegadas y duodécimo en ingresos. Tailandia escaló dos posiciones en el ranking de ingresos por turismo internacional hasta situarse en la séptima posición, a la vez que entraba en el grupo de los diez primeros países en términos de llegadas en décima posición. El año 2013 fue para este país un año de fuerte impulso, en el que las llegadas internacionales aumentaron un 19% hasta los 27 millones y los ingresos se incrementaron en un 23% hasta alcanzar los 42,000 millones de dólares. Alemania y Reino Unido por su parte se mantienen respectivamente en los puestos séptimo y octavo en cuanto a llegadas, pero retrocedieron una posición en términos de ingresos, ocupando actualmente el octavo y noveno. La Federación de Rusia completa el ranking de los diez primeros en cuanto a llegadas, en novena posición, mientras que las regiones administrativas especiales de china, Macao y Hong Kong, se sitúan respectivamente en quinta y décima posición por ingresos. Desde una perspectiva global se puede apreciar el potencial y las oportunidades que ofrece el turismo en general. (Barómetro 2013 de la OMT).

El turismo en México

Es de reconocer que al paso del tiempo, con el esfuerzo de un sector turístico comprometido, México ha sabido forjar una importante imagen como un país turístico relevante y muchas de sus marcas y destinos han encontrado un espacio preponderante en la arena turística mundial, nuestro país ocupó en el 2011 el décimo lugar en cuanto a llegadas de turistas internacionales. (Flores, 2012).

De acuerdo con el Banco de México en 2013 se registró un aumento de 1.4% en el número de visitantes internacionales a México comparado con el año anterior. Así mismo, la llegada de turistas internacionales también aumentó en 1.4%, además de que este rubro alcanzó un máximo histórico, inclusive superando por 331 mil turistas al anterior record registrado en 2011 (SECTUR, 2014)

A pesar de la importancia del turismo internacional para el país, se debe tener en cuenta que el turismo interno es el segmento que representa los mayores beneficios, pues en el consumo turístico total su aporte es del orden del 80%; y donde el Turismo internacional de entrada o turismo receptivo es de un 12.3%, y el Turismo internacional

de salida o turismo egresivo es de un 7.3%, según la composición del consumo turístico del 2010. (Flores, 2012).

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), como parte de los productos del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), presenta los resultados más recientes de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM), en el marco del año base 2008, con una participación del PIB turístico de 8.7%. Este resultado permite medir la importancia que este sector tiene en la economía nacional.

Se cuenta con la Ley General del Turismo vigente para aplicación nacional y explica: los procesos que se generan por la materia turística son una actividad prioritaria nacional que, bajo el enfoque social y económico, genera desarrollo regional. Esta ley establece las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes entre el Ejecutivo Federal, Estados, Municipios y el Distrito Federal, así como la participación de los sectores social y privado. (Ley General de Turismo, 2009).

Desde los aztecas hasta nuestros días, el turismo ha pasado por una serie de fenómenos y transformaciones, caracterizándose inicialmente como una necesidad y posteriormente como una actividad de recreación y valoración de las costumbres, manifestaciones culturales y artísticas, así como el intercambio directo con otras sociedades. En la época hispánica el turismo se convirtió en una necesidad militar, religiosa y comercial. (Solana, 1997).

La conformación de la industria turística de México se comprenderá mejor si se considera su desarrollo en dos periodos con hitos importantes: un periodo histórico y un periodo moderno. El periodo histórico del turismo que puede enmarcarse desde la época prehispánica hasta el surgimiento del turismo organizado como tal, con el padre del turismo moderno en México, representado por Benito Juárez. (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996)

Podemos afirmar que el ferrocarril mexicano inicio el desarrollo del turismo moderno en México, tanto por ser la primera vía de comunicación rápida que existió en el país cuanto porque desde los inicios del servicio regular se establecieron tarifas de excursión, descuentos y se imprimieron folletos e indicaciones de viaje etcétera. Así podemos hablar de excursiones de recreo de la ciudad de México a Puebla y Veracruz, entre Puebla y Santa Ana, Tlaxcala, para celebrar la visita a “Nuestra Santísima Madre

de Ocotlán”, “Las fiestas de San Juan Teotihuacán” viaje en el que además podían visitarse las pirámides y poblados como Tepexpan y Otumba, Veracruz (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996).

En 1837 se otorgó la primera concesión del gobierno federal para construir un camino ferroviario desde el puerto de Veracruz hasta la capital nacional. En 1850 se puso en servicio el primer ferrocarril que cubría casi 14 kilómetros de Veracruz hasta El Molino. Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada, promovieron las primeras concesiones ferroviarias exitosas y a este le correspondió como presidente de la república, inaugurar el servicio ferrocarrilero desde la ciudad de México hasta el puerto de Veracruz en 1873. (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996).

Con Benito Juárez se inicia “El turismo moderno de México” y corresponde al segundo periodo el más importante pues, se gestará un desarrollo en un mundo álgido de violencia. Comprende para este estudio desde el gobierno de Porfirio Díaz, traspasando los tiempos de las guerras mundiales; tras la segunda guerra mundial México sufre una disminución en sus exportaciones por lo que se considera al turismo como un área explotable generadora de recursos. (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996)

En 1938 aparece el club de viajes PEMEX y se funda en 1939 la primera Asociación Mexicana de turismo. (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En 1945 se funda la Asociación Mexicana de Agencias de viaje y la Asociación Mexicana de Restaurantes. De 1949 a 1952 el turismo creció un 45%, de un aproximado de 306,000 turistas a 450,000. Bajo la presidencia de Miguel Alemán se redacta la Declaratoria Turística o Carta Turística con el objetivo de reactivar y promover las actividades económicas en el país y se impulsaron destinos turísticos como Acapulco, Puerto Vallarta, entre otros, lo que hizo que la actividad se convirtiera en una de las más importantes industrias de la economía nacional. En 1949 se publica la primera Ley Federal de Turismo así como la creación de la Dirección General de Turismo después llamada Departamento de Estado de Turismo. En la década de 1950 se invierte en infraestructura que conectará al país, se realiza promoción turística y se agilizan trámites migratorios; a la par el número de habitaciones disponibles en el país se elevó drásticamente de 4,200 en 1946 a 82,438 en 1958. En 1961 se crea la nueva

Ley Federal de Turismo, que reglamentando los diferentes servicios ofrecidos por esta actividad darían una cimentación jurídica que haría posible su desarrollo estable. (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En ese mismo periodo se crea la Escuela Técnica Hotelera después llamada Escuela Mexicana de Turismo y se impulsa aún más la infraestructura turística a través de la creación de un fideicomiso de crédito. FOGATUR (SECTUR, 2000).

A inicios de la década de 1970, en otras regiones del mundo comienzan a perfilarse como atractivos centros turísticos desarrollándose con mayor rapidez de que lo que se hacia México sobre todo en el área del Caribe y sur de los Estados Unidos; la visión del mundo en cuanto al turismo cambió a un ritmo cada vez mayor, tanto en el comportamiento como en los hábitos del turista Internacional, sin embargo, la política turística en México se mantuvo sin mayores modificaciones. Por otro lado, se presentan los primeros indicios de deterioro ambiental en destinos de sol y playa mexicanos. En 1974 se crea el Fondo Nacional de Fomento de Turismo y la Secretaria de Turismo (Jiménez, 2006).

En 1970, se da la mayor inversión extranjera para la construcción de hoteles, incrementando la cifra a 3,333 locales equivalente a 92,254 habitaciones (Flores, 2005).

Durante el régimen del Presidente Luis Echeverría Álvarez, el turismo tiene una gran importancia en el desarrollo económico y social del país, siendo que en 1974 se publica en el diario oficial de la federación la nueva Ley Federal del Fomento al Turismo en la cual algunos objetivos fueron incorporar al desarrollo de núcleos de población marginados. (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En 1976 se crea La escuela Panamericana de Hotelería, la cual tiene un significado trascendente por tomar, y formar técnica y sistemáticamente a las personas que laboran en la actividad hotelera. (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

Es este periodo del México moderno en el que se incorpora como atractivos turísticos la historia y cultura del país con la creación de museos ferias y exposiciones regionales. A pesar del rápido crecimiento en el área turística en México, el turismo nacional viaja al extranjero representando una fuerte suma de capital equivalente a 191.4 millones de dólares. A la par surgen nuevas instituciones fortalecedoras de esta actividad como la Cámara Nacional del Turismo, los Ángeles Verdes y se publicaron reglamentos y guías turísticas. Se detectan regiones turísticas para convertirlas en desarrollos turísticos destacando principalmente Cancún (CESOP, 2006).

Para la década de 1980, se trabaja en la demanda futura construyendo más lugares de alojamiento sin considerar otros aspectos derivados del turismo como un mejoramiento en el sistema de transporte. Aunque se cancelaron algunos programas y organismos de apoyo al turismo, se autorizaron vuelos chárter promoviendo fuertemente el flujo de turistas lo cual fue bien recibido e incluso fue considerada como la decisión más sobresaliente del gobierno por parte del gremio hotelero (CESOP, 2006).

De acuerdo con la OMT (1994), en 1994 se observó un movimiento de 535 millones de viajeros en todo el mundo lo que permitió darle empleo a 215 millones de personas, generando una derrama de 340 millones de dólares.

Conforme transcurre el tiempo el turismo cobra cada vez mayor importancia como pilar económico en México, por su poder de captación de divisas e intensiva en mano de obra por lo que es generador de fuentes de empleo y derrama económica. El turismo en México ocupó en el año 2003 el cuarto lugar de importancia por ingresos al país con una suma de 6,680 millones de dólares, solo por debajo de la inversión extranjera directa, exportaciones de petróleo crudo y remesas familiares (CESOP, 2004).

Para el año 2010, en menos de una década, México casi duplica sus ingresos, provenientes del turismo internacional por la suma de 11,871.9 millones de dólares. (Presidencia de la república, 2011).

A la fecha se puede advertir el progreso de la estructura y administración turística en México. Se incrementan los esfuerzos por detectar segmentos de mercado turístico para dirigir eficientemente los recursos hacia grupos de turistas con potencial y crecimiento. En ese sentido la SECTUR ha emprendido varios programas de desarrollo turístico regional entre los que destacan: Programa México Norte, Mundo Maya, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales, En el corazón de México, Mar de Cortés - Barrancas del Cobre, Centros de Playa, Pueblos Mágicos. (SECTUR, 2011).

Según SECTUR en la frontera norte de México se pueden observar distintos tipos de turismo de acuerdo a las motivaciones que presentan los turistas, entre los que destacan: turismo cinegético, pesca deportiva, turismo de salud, turismo de aventura, congresos, convenciones y exposiciones, eventos deportivos, turismo náutico, rutas de misiones, rutas del vino playas y turismo de negocios. (SECTUR, 2011).

Entre los años de 2004 y 2005 México se ubicó en el séptimo lugar en cuanto a visitas internacionales con 21.9 millones de personas, manteniendo este promedio para el periodo 2006, 2008 aunque el país fue desplazado de los primeros sitios en el ranking mundial (CESOP, 2008).

Para el año 2007, Cancún es señalado como el destino turístico más visitado en México con una la cifra de 3'004,802 turistas representando una derrama económica equivalente a 3,072.21 millones de dólares (SECTUR, 2007).

La SECTUR evalúa la infraestructura de los destinos turísticos en México, de dos maneras: la primera consiste en contabilizar el número de hoteles en una región determinada o el número de habitaciones totales en la misma.

Durante el periodo de los años 2008-2014 la actividad turística en el país ha visto disminuido sus indicadores como resultado de diferentes factores internos y externos. En el año 2008 tenemos la crisis económica nacional e internacional, mientras que en 2009 se presenta la contingencia sanitaria en el país con la epidemia H1-N1 y para los años 2010-2014, se observa una crisis delincuencia y de desorden social. Para hacer frente a tales condiciones se ha lanzado el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 de la actual administración e incluye una estrategia para impulsar la innovación y elevar la

competitividad del sector turismo. Presenta las siguientes líneas de acciones: fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico, fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos, diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos, posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros. Así mismo concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad, desarrollar agendas de competitividad por destinos, fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado los gobiernos locales y prestadores de servicios e imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico (CNET, 2012).

La realidad es que la recuperación de la operatividad turística en México es lenta y esto se refleja en los destinos turísticos. Una muestra de lo anterior, están representadas por las respuestas dadas por los empresarios turísticos, dentro del foro 2012 de Competitividad Turística de la Universidad Anáhuac, del D.F., sobre competitividad turística nacional. (CNET, 2012). En este marco, el 71% de los empresarios contestaron que la recuperación ha sido lenta, mientras que un 16% argumenta que es clara la recuperación del sector, y finalmente un 13% responde que no hay tal cosa como recuperación.

Gráfica 3.- Opinión foro empresarial de competitividad turística

OPINION EMPRESARIAL SOBRE LA RECUPERACION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA MEXICANA 2012 (Frecuencia)



Fuente: CNET (2012). Elaboración propia

Arteaga (2014), escribió cinco factores que amenazan el crecimiento del turismo en México; según las apreciaciones de los especialistas consultados por Forbes México el 29 de marzo 2014, para quienes la solución a estos conceptos es la clave pues las cifras oficiales y de organismos internacionales ofrecen un piso firme para considerar el despegue hacia las metas de crecimiento del turismo y está relacionado con: la conectividad y el transporte, diversificación de la oferta, profesionalizar al sector, solución a la delincuencia y posicionar la marca de México (Arteaga, 2014).

La estrategia de marca país se ha convertido en un propósito de los gobiernos por mejorar su reputación en mercados internacionales. El resultado final de aplicar la estrategia de marca país no es sólo enmendar la imagen de un país, sino cambiar la percepción de los visitantes (turistas e inversionistas) a través de una experiencia positiva sobre un destino. México tuvo la intencionalidad de construir y consolidar su marca país buscando una diferenciación en mercados internacionales. En el presente la marca país es un foco de atención de las naciones del mundo. Porque combina tres elementos fundamentales: identidad, posicionamiento e imagen. El sector de turismo experimentó una leve recuperación en 2010, después de ser afectado por la crisis económica mundial y el virus H1N1 en 2009. Aun así México ocupa el puesto #4 en la

región y el segundo lugar en América Latina en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo de 2011, después de Estados Unidos, Canadá y Barbados. (Echeverri, 2012).

Cuadro 3.- Balanza turística nacional

INDICADOR (millones de dólares)	2008	2009	2010	2011	2012	VARIACIÓN PORCENTUAL	
						2012/ 2008	2012/ 2011
Ingreso de divisas por visitantes internacionales a México	9529.1	7948.9	8391.6	8139.9	8617.4	-9.6	5.9
Egreso de divisas por visitantes internacionales al exterior	15576.6	4527.3	4618.5	5019.4	5291.4	-5.1	5.4
SALDO	3952.5	3421.6	3773.1	3120.5	3326.0	-15.9	6.6

Fuente: CNET (2012).

El barómetro del ranking de los países muestra a México en una posición envidiable si se le puede considerar así, considerando la alta inversión para la promoción del turismo que existe en países como China, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. Cabe destacar que México está posesionado en un Ranking 15 a nivel mundial en cuanto a número de visitantes, 23 en cuanto a captación de divisas y 29 en cuanto a gasto o inversión para la promoción turística, la balanza turística nacional es positiva, lo que pudiera implicar un estado lento de recuperación. (Barómetro 2013 de la OMT).

Con respecto a la sustentabilidad de los desarrollos turísticos en México, la Ley General de Protección al Ambiente (2013) establece que: *“un proceso evaluable mediante criterios e indicadores del carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en*

medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección al ambiente y aprovechamiento de los recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras". Por ello, la actividad turística no debiera de perder de vista estos elementos que pudieran convertirse en elementos que hagan que los turistas dejen de visitar el país.

El turismo en Baja California

En Baja California se cuenta con 5 centros turísticos (Tecate, Tijuana, Ensenada, Playas de Rosarito y San Felipe), así mismo existen los denominados corredores turísticos como el corredor costero Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN), el corredor costero San Felipe-Puertecitos-Bahía de los Ángeles, y el corredor Tecate-Mexicali. La infraestructura turística en estos espacios es bastante completa, va desde la presencia de prestigiadas cadenas hoteleras y resorts de gran lujo, hasta posadas, tráiler parks y lugares para acampar. La infraestructura turística se encuentra distribuida en mayor medida en la costa del Pacífico, que nos lleva a replantear la necesidad de incursionar en la generación y promoción de proyectos turísticos en áreas de oportunidad en las costas del Golfo de California. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

Se cuenta con la ley del turismo del estado en Baja California, en el artículo 2 indica que dicha ley tiene por objeto establecer las bases para:

- I. Fortalecer la contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre personas y sociedades;
- II. La planeación de las actividades turísticas;
- III. La promoción, fomento e inversión y desarrollo del turismo sustentable y competitiva.

El artículo 8, indica que los planes, programas y acciones relacionadas con el turismo se sujetarán a los principios, estrategias y prioridades previstas en el Plan Nacional de Desarrollo, el Programa Nacional de Turismo, el Programa Sectorial de Turismo, el Plan Estatal de Desarrollo, en los Programas Especiales, en los Programas de Desarrollo Urbano Municipales y en los Planes de Ordenamiento Ecológico Federales y Estatales.

El artículo 10, Fracción II, indica que en la planeación del desarrollo turístico y en la formulación de planes, programa y acciones, en la materia, se observara que el fortalecimiento de la oferta se impulse mediante el fomento de actividades encaminadas a elevar localización de los servicios, instalaciones y equipamiento turísticos, armonizándola con el ordenamiento ecológico, histórico y urbanístico.

En el artículo 23 se determina que es la SECTURE quien propondrá al ejecutivo del estado las zonas de desarrollo turístico prioritario, para que se remitan las declaraciones para el uso de suelo turístico, con la finalidad de crear, conservar o ampliar centros de desarrollo turístico prioritario, así como la creación de centros para el turismo social, con apego en las leyes correspondientes.

El artículo 24 señala que podrán ser consideradas como zonas de desarrollo turístico prioritario, todas aquellas que por sus características naturales, históricas o culturales constituyan un atractivo turístico.

El turismo juega un papel importante en la actividad económica del estado; entre 1998 y 2001 el 23.36 % del PIB corresponde a comercio, restaurantes y hoteles. Bajo el mismo concepto en 1998 se generaron 26,247 empleos y la derrama económica calculada en 2001 en materia de turismo equivale a más de 30 mil millones de pesos. (SECTURE, 2002).

El turismo contribuye con el 10.8% del PIB del estado, manteniendo un 8% de los puestos de trabajo. A través de la frontera de Baja California ingresó el 73% de los visitantes internacionales en el país durante el 2008. Para el Gobierno del Estado el turismo es considerado como uno de los principales detonadores del desarrollo y reactivador de las actividades económicas, por lo que en el Programa Sectorial de Desarrollo Económico en el apartado correspondiente a turismo se ha definido el compromiso por parte de las instituciones que conforman este sector a fomentar un turismo sustentable y competitivo, incorporando a la sociedad y cuidados al medio ambiente. (Gobierno del estado de Baja California, 2009).

Baja California se beneficia de la industria del turismo y por ello es importante concentrar la atención en la planeación y los recursos necesarios para su sostenimiento a largo plazo; de no ser así el resultado es una disminución en la

captación del turismo y por ende de los ingresos del mismo. Se aprecia en reportes de turistas por residencia de la SECTURE en Baja California, como el turismo presenta una tendencia a disminuir gradualmente, siendo el turismo extranjero más susceptible que el turismo nacional. (SECTURE, 2009).

Los establecimientos de hospedaje que existen en Baja California son diversos, sus características y equipamiento varían de acuerdo a la clasificación o número de estrellas. (SECTURE, 2008).

La capacidad hotelera está relacionada con la industria de alimentos y bebidas, en el estado cuenta con distintas clases y categorías de alojamientos, lo que permite promover al turismo con capacidades económicas diferentes. Así como diversos fines turísticos: de salud, cinegético, reuniones profesionales, trabajo, o solo por paseo. La ocupación hotelera para los municipios de la entidad, presenta una ocupación mayor al 30% en la mayoría de los destinos turísticos, donde Mexicali y Tijuana presentan elevados porcentajes de ocupación a lo largo del año 2008 con 54.3 y 51.1% respectivamente; siendo para los municipios de Ensenada y Tecate el 37.6% y 32.6%; mientras que para el 2009 Mexicali presenta un elevado porcentaje de ocupación con un 53.1, seguido de Tijuana y Ensenada con un 35.8 y 31.9 por ciento, y el municipio de Tecate con 28.7%. Este sector de alojamientos, cuenta con 29,675 personas remuneradas; mientras que el sector de alimentos y bebidas cuenta con 21,704 personas remuneradas, siendo Tijuana, Mexicali y Rosarito los que mayor número de establecimientos presentan, en conjunto estos tres municipios rebasan 70% de los registrados en el 2009. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

Para el turismo de salud, Baja California cuenta con calidad e infraestructura médica, de última tecnología y costo; localización geográfica y precios competitivos con los del extranjero y son estas condiciones las que permiten a la entidad desarrollar turismo médico o de salud. El estado cuenta con 419 hospitales de los cuales, un 82.57% se encuentran en Tijuana; 2,567 médicos generales, 612 médicos especialistas, 1,005 dentales y 534 laboratorios. (SECTURE, 2008).

El turismo cinegético se practica principalmente en los municipios de Mexicali y Ensenada. Las especies buscadas para la cacería deportiva propias del estado son aves, venado bura, el borrego cimarrón (se encuentra en veda por ser especie en extinción) sin embargo existe la posibilidad de obtener un permiso para la caza con costo muy elevado y por solo un ejemplar, además de aves y mamíferos pequeños. De 1993 a 1994 se expidieron alrededor de 7,411 permisos, en contraste con el periodo que abarca de 1998 a 1999 con 4,204 permisos que le significaron a la federación un ingreso que va desde los \$975,000 hasta \$1'380,000 pesos. (SECTURE, 2001).

Por sus características tanto geográficas como climatológicas Baja California ha sido escenario de diversas producciones cinematográficas generando beneficios a la actividad turística. Se estimaron alrededor de 23.5 millones de dólares, derrama económica que generó alrededor de 2,600 empleos, con un valor publicitario para el estado de 1.4 millones de dólares, gracias a la realización de 84 producciones fílmicas. (SECTURE, 2012).

Existen otros servicios que se requieren para hacer dinámica a la industria turística. Los servicios complementarios agilizan el movimiento del turismo y agregan valor a las actividades básicas de esta índole. En el estado existen 29 arrendadoras de autos, 89 Agencias de viajes, 93 establecimientos entre bares, discos y centros nocturnos inscritos en el registro Nacional de Turismo. 56 balnearios, 709 marinas y muelles de atraque, 392 restaurantes de categoría turística y 6 campos de golf. (SECTURE, 2009). De acuerdo a declaraciones del ex titular de la SECTURE Juan Tintos Funcke, para el año 2012 se invertiría en infraestructura turística, una suma de alrededor de 140 millones de pesos repartidos en diferentes proyectos que están en operación en todo el estado, administrado para concluir obras y embellecimiento de regiones turísticas en Sol y playa como lo es el Malecón de San Felipe. (El universal, 2011). Para 2013 la inversión proyectada por el gobierno del estado se aplicará principalmente en infraestructura turística de Plaza fundadores y bulevares en el poblado de Los Algodones y San Felipe.

De acuerdo al gobierno del estado el Comité de Planeación para el Desarrollo (COPLADE) es el único medio por el cual se presentan propuestas del gobierno estatal en coordinación con el ejecutivo a nivel federal y municipal. Se incorpora la participación ciudadana a través de los subcomités en donde se reúnen representantes de diversos sectores. Los subcomités se diseñan principalmente como órganos consultivos para homologar y coordinar esfuerzos de las diferentes instituciones que intervienen en el proceso de planeación. (COPLADE, 2011).

En el programa sectorial de turismo se han establecido dos acciones principales en materia de turismo; una de ellas es la de determinar regiones con mayor potencial turístico, y la segunda incluir, en el presupuesto del estado proyectos de obras en infraestructura con impacto turístico. (Gobierno del estado de Baja California, 2011).

El COPLADEM (Consejo de planeación para el desarrollo municipal) como órgano de consulta, le corresponde proyectar y coordinar actividades de planeación, elaborar y dar seguimiento al plan de desarrollo municipal, formular y proponer programas de inversión, gasto y financiamiento para el municipio, sugerir y proponer programas y acciones bajo el marco del convenio de desarrollo social, promover los acuerdos de cooperación y colaboración entre los sectores público, social y privado; generar un inventario y elaborar un registro continuo de la obra pública que se ejecute en el municipio. (Ley de Planeación para el estado de Baja California, 2001).

Gráfica 4. Inversión



Fuente: SECTURE (2012).

Según el reporte de economía del gobierno del estado de Baja California 2013, los recursos para promover al estado representan un importante costo-beneficio toda vez que refleja una mejoría en la ocupación hotelera de los destinos turísticos, (el turismo rural y el Valle de Mexicali no está considerado como un destino turístico de importancia), así mismo el posicionamiento de productos y servicios tales como la gastronomía, el turismo médico y de salud, el turismo de cruceros y el turismo enológico, mediante los cuales se ha logrado beneficiar a promotores de más de 400 eventos turísticos y atraer a un importante número de visitantes nacionales e internacionales. La inversión en acciones de promoción, publicidad y relaciones públicas, fue de 57 millones 788 mil pesos representando un incremento de 131% en relación al periodo anterior. (Gobierno del estado de Baja California, 2013).

Los principales eventos turísticos que se promueven a nivel estatal 2015, son: ...

El turismo en Mexicali

Debido a su ubicación geográfica y perfil agrícola-industrial, la ciudad de Mexicali es propicia para el desarrollo del turismo de negocios y esparcimiento. La ocupación hotelera promedio en el estado durante el año 2010 fue de 34.4%; el mejor promedio por ciudad es de Mexicali con más del 50% de ocupación. En Mexicali se llevan a cabo principalmente ferias, congresos, exposiciones, convenciones, eventos culturales, deportivos, recreativos y de espectáculos que mantienen elevados los porcentajes de ocupación hotelera.

Según la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Mexicali, A.C. la ciudad tiene una oferta de 4,000 habitaciones para renta disponibles en hoteles de diversas categorías. Se cuenta con restaurantes de diversidad étnica y calidad, además Mexicali cuenta con infraestructura turística y con un programa anual de trabajo para la ciudad San Felipe y el valle incluyendo a Los Algodones. El turismo relacionado con juntas profesionales, ferias y convenciones, actividades deportivas y turísticas en la ciudad son administradas por el Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO) y la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (SECTURE). Las visitas por excursionistas

fronterizos locales para atención de servicios médicos, demanda gastronómica y esparcimiento son constantes, con un alza durante los fines de semana y días feriados.

En el municipio de Mexicali se encuentran varios monumentos históricos: Benito Juárez, Lázaro Cárdenas, Vicente Guerrero, Francisco Zarco, Rodolfo Sánchez Taboada y Los pioneros, este último ubicado en el Centro Cívico de la ciudad, en honor a los primeros pobladores. En cuanto a edificios históricos se destacan:

- a) Antiguo edificio de la Cervecería Mexicali: histórico edificio construido en 1923 donde fue elaborada la cerveza “Mexicali”, la más famosa de su época. Fue construido de madera con una cubierta de concreto que daba el aspecto de granito. En el tercer piso había un molino que trituraba el grano a base de fuego, después era llevado a un batidor; en el mismo piso funcionaba otro molino que refinaba la malta y después de un periodo de cuatro meses de reposo la cerveza salía a la venta, el grano era traído de Estados Unidos y la malta de Bohemia, Alemania. La cerveza era tipo casera.
- b) Antiguo ayuntamiento de la ciudad: fue ayuntamiento de Mexicali durante el periodo del gobernador, Abelardo L. Rodríguez. En 1957 pasa a ser propiedad de la UABC.
- c) Edificio de la Colorado River Land Company: En 1902 se creó esta compañía algodonera y propietaria del Valle de Mexicali por casi cuatro décadas. De gran importancia como productores de algodón en el mundo, con alrededor de 8,000 empleados de México, China, India y Japón. Y con una producción diaria de 55,200 libras de algodón, el más importante productor de algodón en el noroeste de México. Actualmente funciona como oficinas para diversas empresas privadas y es uno de los edificios más bellos de la ciudad.
- d) Plaza de toros “Calafia”: este centro taurino y de espectáculos, fue inaugurado el 16 de noviembre de 1975; cuenta con capacidad para 11,500 personas, y es el principal escenario para las corridas de toros y eventos masivos en la ciudad. Utilizando también para festivales artísticos así como conciertos de reconocidos artistas nacionales y extranjeros.
- e) Centro de Gobierno del Estado: construido en abril de 1977, en la explanada del Centro Cívico, aloja a los niveles de gobierno, con el propósito de simplificar a

las personas los tramites en administración pública. En el centro de los edificios fue construido un monumento que representa los cuatro primeros municipios del estado, aunque actualmente el estado cuenta con un quinto municipio a saber; Playas de Rosarito. El monumento que parece ser un cactus gigante sostiene una esfera dorada que representa el sol; este monumento fue construido durante el periodo del gobernador Milton Castellanos Everardo.

- f) Escuela Cuauhtémoc (hoy casa de la cultura): fue edificada en la época de los años veinte con el auge en la ciudad de la construcción de escuelas y edificios públicos y privados debido al inminente polo de desarrollo industrial y agrícola.

También se encuentran monumentos arquitectónicos como el templo de la Iglesia Metodista del Divino Redentor, construido por la población china en 1920; el edificio de los tribunales y juzgado de distrito; la escuela Leona Vicario, de 1924; el edificio de la delegación municipal progreso, construido en 1925. Por otra parte Mexicali cuenta con seis galerías donde exponen obras de artistas regionales y nacionales.

Respecto al patrimonio histórico, Mexicali cuenta con varios vestigios de pinturas rupestres sobre todo en el Cañón de Guadalupe, que se localiza a 80 Km. al sur de la ciudad. Aquí se encuentra un paraíso de aguas termales en pozas mineralizadas, rodeadas de impresionantes palmeras azules únicas en el mundo, inmersas en el desierto custodiado por la laguna salada. Ofrece áreas para acampar, palapas, albercas, entre otros servicios. Es un lugar ideal para la práctica del ciclismo de montaña, escalada en roca y senderismo, además de admirar las imponentes cascadas de aguas manantial, así como la flora y fauna endémicos del lugar. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

Desde la ciudad de Mexicali se promueve la actividad turística de Los Algodones como hito importante del turismo médico, San Felipe como un puerto y opción a playas y el Valle de Mexicali como la opción para deporte, cacería y pesca. (COTUCO, 2014).

COTUCO publica el siguiente muestrario gráfico de la relación de opciones turísticas para su recreación durante la estancia en la ciudad.

MUSEO COMUNITARIO DEL “ASALTO A LAS TIERRAS”.

Ubicado en el ejido Michoacán de Ocampo a 20 kilómetros de la ciudad de Mexicali, el albergue del museo es una escuela construida en 1938 durante el gobierno estatal del coronel Rodolfo Sánchez Taboada. La intención es mostrar el impulso de la tenencia de la tierra en la región y sobre todo la historia de la propia comunidad. Siendo el tema principal el movimiento agrario de 1937.

PUERTO FRONTERIZO LOS ALGODONES, B.C.

Esta comunidad se encuentra a 45 minutos de la ciudad de Mexicali, y el visitante puede disfrutar de exquisita comida mexicana y tiendas de artesanías, área de dunas para los paseos en triciclos, motos, sun bugys. Así mismo, destaca la presa Morelos, bello escenario natural, en donde se puede disfrutar un día de campo. Además de áreas verdes en los alrededores. Es reconocido por el turismo médico.

CAMPO ACUATICO EL CHARCO

Ubicado en el poblado Benito Juárez – Tecolotes, en el Valle de Mexicali, se pueden encontrar servicios de alberca, área de juegos, zonas de picnic y para acampar.

CHORYLANDIA PARQUE ACUATICO

Ubicado en el kilómetro 45 de la carretera Mexicali - San Luis Rio Colorado, cuenta con servicios de alberca, toboganes, chapoteadero, salvavidas, palapas, asadores, mesas y bancas, juegos infantiles, sanitarios, regaderas, áreas deportivas, fuente de sodas, seguridad, R.V. park.

PUERTO DE SAN FELIPE, B.C.

Ubicado al sur de Mexicali, se puede llegar por la carretera federal #5; en el puerto se pueden realizar practicar diversos deportes como: nadar, bucear, paseos en lanchas, bananas, en barco, en paracaídas, jet ski, paseos a caballo, en motos. También se puede disfrutar del espectáculo de las mareas, como resultado de que el mar se empieza a retirar de las orillas de la playa sutilmente, hasta llegar el momento en que la bahía queda al descubierto, de esta forma y según el año, el agua se aleja de 50 a 300 metros de la orilla de la playa pudiendo caminar la arena descubierta. Además en los alrededores de San Felipe, se pueden visitar el Valle de los Gigantes que es un

imponente territorio poblado por miles de cactus cardones gigantes; así mismo es posible visitar los cerros cercanos, praderas, dunas, la isla de Consag, los arcos, el cerro de la virgen y el faro donde se puede apreciar toda la bahía de San Felipe. También se ofrece una variedad de excelentes servicios turísticos como: restaurantes, hoteles, artesanías, campos turísticos entre otros.

MUSEO SOL DEL NIÑO MEXICALI

Ubicado en bulevar Adolfo López Mateos y calle Alfonso Esquer, cuenta con sala IMAX y domo digital además de exhibiciones del maravilloso mundo del conocimiento como: clavos, caja giroscópica, mirador paso del gato, lotería ecologista, péndulo, pinturas rupestres, burbujas, pirámide del hombre, matemáticas y geometría, óptica, universo, gravedad, área infantil, casa de la energía, tiene área de comida.

BOSQUE DE LA CIUDAD

Ubicado en calle Alvarado colonia Nueva Esperanza, ofrece áreas verdes, palapas, asadores, chapoteadero, juegos recreativos, el lago para pasear en lanchas y pesca deportiva, un aviario, juegos infantiles, tobogán gigante, tren de vía, jardín botánico desértico, paseo de las culturas prehispánicas, zoológico, sala audiovisual, museo de historia natural, teatro al aire libre, casa del oso, palapas tienda de suvenires, tirolesa, jardines para eventos, restaurant, fuente de sodas, área para caminar, trotar y estacionamiento para autos y camiones.

PARQUE VICENTE GUERRERO

Ubicado en bulevar Adolfo López Mateos y calle Alfonso Esquer, ofrece: servicios sanitarios de fuente de sodas de renta de palapas con áreas verdes asador y juegos con chapoteadero, juegos para niños con capacidades diferentes trenecito aventurero, cuadríciclos, trampolín y granjita con animales.

PARQUE CENTENARIO

Ubicado en bulevar Lázaro Cárdenas y calle San Luis, ofrece: palapas y áreas verdes.

CENTRO RECREATIVO JUVENTUD 2000

Ubicado en prolongación bulevar Anáhuac, ofrece: áreas verdes, circuito para bicicletas, enfermería, estacionamiento, se imparten clases de diversa disciplinas, albercas, chapoteadero, salvavidas, palapas, asadores, juegos infantiles, sanitarios, regaderas, vestidores, áreas deportivas, tienda, fuente de sodas, seguridad en sus instalaciones con servicios para discapacitados.

RANCHO ACUATICO LAS TRUCHAS

Ubicado en bulevar Acueducto Mexicali - Tijuana s/n colonia Ahumadita a 20 minutos de la ciudad, ofrece: paseos a caballo, lancha de pedales, tirolesa, circuito para bicicleta de montaña. Se puede practicar la pesca deportiva-recreativa de trucha arcoíris, bagre y bocón cuenta con paramédico entrenado y seguridad. También se permite introducir alimento y bebida sin ningún costo adicional.

MUSEO VALLE DE MEXICALI

Ubicado en Rio Amazonas #584 Colonia Granjas Virreyes, ofrece: restaurante, cuenta con instrumentos, y maquinaria agrícola de los inicios del Valle de Mexicali, una réplica de una choza elaborada con la planta de Cachanilla, donde vivían los Cucapa y pequeño pueblito que evoca a la época del oeste.

PARQUE ECOTURISTICO LA PROVIDENCIA

Ubicado en la colonia Abasolo, canal Independencia #900, ofrece: los visitantes pueden ir a pescar llevar su caña, se dan clases de pesca gratis y pláticas de ecoturismo.

CENTRO RECREATIVO ARROYO HONDO

Ubicado en la carretera a Islas Agrarias, Granja Arcoíris #1038, ofrece: salones y jardines para eventos y para realizar convivencia familiar, camping, restaurante, albercas, bar, mini campo de golf, campo de futbol, pintura, cine, video juegos, brincolina, voleibol, mesa de billar, palapa, básquet, área de bronceado, karaoke, ping pong, red inalámbrica, seguridad.

MUSEO COMUNITARIO CUCAPA EN EL MAYOR

Ubicado en el Km. 57 de la carretera federal Mexicali - San Felipe, ofrece: podemos observar la historia y costumbres de los primeros pobladores la delta del Rio Colorado, donde la comunidad pone a la venta sus artesanías que ellos mismo elaboran: pectorales, collares, aretes y joyería de chaquira, faldas de corteza de sauce, entre otros.

CAMPO TURISTICO MOSQUEDA

Ubicado en el Km. 53.5 carretera Mexicali - San Felipe, ofrece: renta de kayaks, lancha con pedales y motor, palapas y palapa principal equipada con juegos de mesa, rentas para bicicleta de montaña, salón para eventos, reuniones, cursos y fiestas.

CAMPO TURISTICO BAJA CUCAPA

Ubicación: km. 48.5 carretera a san Felipe, a las orillas del Rio Hardy, ofrece: restaurant, cabañas, palapas, un recorrido por el rio, recorrido en canoas (puentes colgantes), lanchitas, es un lugar ideal para la realización de prácticas eco turísticas.

CAÑÓN DE GUADALUPE Y SUS ALREDEDORES

Ubicado por la carretera federal #2 Mexicali - Tijuana. Hay una distancia aproximada de esta carretera a partir de la laguna salada de 52 kilómetros de terracería. Ofrece: área para acampar, atractivos naturales, cascadas formadas por el agua que caen en una alberca natural formada en la roca, variedad de vegetación, aguas termales que se originan en dos ojos de agua que brotan de entre las rocas, situada al pie de la montaña. Vestigios históricos, cuenta con un centro recreativo rustico. Se puede observar una magnifica combinación de paisajes y atardeceres de la sierra Cucapa, y

la riqueza natural de este oasis, en donde a sus alrededores se encuentran petroglifos, y pinturas rupestres.

PARQUE TEMATICO DE LAS ENERGIAS ALTERNAS

Ubicado en el Km. 5 carretera Mexicali – Tijuana, colonia Zaragoza ofrece: un parque de diversiones y un centro educativo y de capacitación donde los visitantes pueden aprender todo lo que hay que saber sobre la energía solar, como una forma de contribuir a detener el calentamiento global. Los visitantes se divierten y aprenden sobre tecnologías alternas, también se ofrecen cursos de capacitación a empresarios y servidores públicos.

El Plan Municipal de Desarrollo 2014-2016, propone en la Política Pública 2. Referente al Desarrollo Económico Sostenible; Estrategia 2.3.- Impulso al Turismo, las siguientes líneas de acción:

2.3.1.- Promover a Mexicali como destino turístico de conformidad a sus vocaciones.

Promover y difundir los servicios y atractivos turísticos, así como organizar y apoyar eventos del municipio a nivel regional, nacional e internacional.

2.3.2.- Promoción integral de la cultura turística. Gestionar y promover la cultura turística a los habitantes del valle, San Felipe y la ciudad, con la intención de fomentar los principales destinos turísticos y ecoturísticos, en coordinación con los prestadores de servicios e instituciones educativas.

2.3.3.- Desarrollo de servicios turísticos. Promover y dar seguimiento a aquellas acciones que impulsen los servicios turísticos, así como gestionar mejoras en la infraestructura, equipamiento, seguridad y la atención para hacer atractivos y accesibles los destinos turísticos del municipio.

2.3.4.- Gestión de proyectos de inversión turística. Gestionar y participar en la elaboración y ejecución de proyectos para el municipio, a través de la procuración de fondos y recursos públicos y privados del sector turístico, en sus diferentes etapas.

Es Mexicali la ciudad que cuenta con mayor número de centros de población en el estado, siendo estos: Algodones, Guadalupe Victoria, Ciudad Morelos y San Felipe.

Estas poblaciones se encuentran conectadas con dos de los tres principales corredores turísticos de B.C. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

El grupo indígena Cucapa habita en Mexicali, su principal concentración es en la comunidad “El Mayor” donde tienen su principal centro ceremonial, y además pequeños grupos en la colonia Carranza, Ejido Durango, y Km. 47, ubicados en El Valle de Mexicali, su principal actividad es la pesca en las desembocaduras del río Hardy; también se dedican a las actividades agrícolas y elaboración de artesanías. La forma organizacional de la etnia es regida por el mando y guía de un “tata-mandón”, es decir un capitán de grupo o comisariado ejidal. Actualmente esta comunidad presenta problemas de carácter económico, político y social, sumado a la pérdida de identidad lo que puede generar una desaparición de dicho grupo como tal. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

De acuerdo al estudio de caracterización del paisaje elaborada por el gobierno del estado al municipio de Mexicali (acorde al programa sectorial de turismo), y en la región rural del Valle de Mexicali, presenta todo tipo de aptitudes para el uso de suelo turístico:

- a) Suelo turístico de simbología muy alta, en la ubicación de las cinco áreas pobladas: Algodones, Guadalupe Victoria, Ciudad Morelos incluyendo a San Felipe y ofrece una relación funcional de ciudades y sistema de ciudades, con la oportunidad para la distribución equilibrada de las dotaciones de los equipamientos básicos (educativos, culturales, sanitarios, deportivos y asistenciales), y de algunos servicios públicos y privados como correos, bomberos, rastros, rutas de autotransporte, centros comerciales entre otros.
- b) Suelo turístico de simbología alta, en las riveras y el delta del Río Colorado, donde se encuentra La Reserva de la Biósfera Alto Golfo y Delta del Río Colorado.
- c) Suelo turístico de simbología media, en la parte noreste del municipio pegado a la línea divisorios de Estados Unidos y México y hasta el poblado de Algodones, donde se encuentran arenales y duna.
- d) Suelo turístico de simbología baja, en la parte sur intermedia entre el norte de San Felipe pegado al Golfo de California y hasta las colindancias con el delta del

Río Colorado y el canal de retorno de mareas. (Periódico Oficial del Gobierno de B.C. 3 de julio, 2014).

El turismo en el Valle de Mexicali

El Valle de Mexicali se localiza al noreste del Municipio de Mexicali, es un área conformada por el Delta del Río Colorado que se extiende desde la frontera con Estados Unidos hasta la desembocadura del Río Colorado en el Golfo de California. La zona se divide en poco más de 70 ejidos en los que se concentran alrededor de 290 poblaciones, entre las cuales se encuentran Ciudad Guadalupe Victoria, Ciudad Morelos, Ejido Hermosillo, Ejido Nuevo León, Ciudad Coahuila, entre otras. Desde los inicios de México como nación, fue una de las regiones más aisladas y despobladas del país. Es en los inicios del siglo XX cuando comienzan las obras de irrigación aprovechando el caudal del Río Colorado que comienza la actividad agrícola y la migración de personas desde el resto de la República. Actualmente su población fluctúa alrededor de 224,000 habitantes. A pesar de ser una zona agrícola el Valle de Mexicali cuenta con lugares de interés para aquellos amantes de los entornos rurales y actividades recreativas al aire libre. (COTUCO, 2015)

Con la excepción del poblado de Los Algodones, pocos balnearios y la práctica de tiro, caza y pesca, al Valle de Mexicali no se le tiene la consideración suficiente como una área para la explotación del turismo, no se promueve como un destino turístico y no se cuenta con un comité privado regional específico para el desarrollo turístico mismo, cabe destacar que la oferta hotelera muy limitada y reducida a seis hoteles sin clasificación turística ni pertenencia a una asociación, la oferta gastronómica y de entretenimiento tiene poca difusión en la ciudad.

El Valle de Mexicali no cuenta con un establecimiento certificado por SECTURE para la venta de alimentos y bebidas, distintivo "H".

El valle de Mexicali no cuenta con un centro de hospedaje registrado ante la Asociación Mexicana de hoteles y moteles de Mexicali, A.C.

El Valle de Mexicali no cuenta con un parador turístico público equipado para recepción de turistas y excursionistas.

Los conceptos turísticos más reconocidos respecto al Valle de Mexicali por los turistas extranjeros son el turismo cultural religioso del cual no se conservan datos de control, y el turismo extractivo cinegético el cual Mexicali, cuenta con un gran potencial para el desarrollo del turismo a través de la actividad cinegética, ya que cuentan con especies de gran interés para la cacería deportiva como lo son el venado bura, el borrego cimarrón, diferentes especies de aves como las codornices, palomas y faisán, mamíferos pequeños como coyotes, conejos y zorras, así como otras especies que presentan un alto potencial como el puma de montaña y el gato montés. Esta tipología del turismo extractivo se efectúa bajo vigilancia directa de SECTURE, SEDENA Y SEMARNAT, acorde al Calendario Cinegético, instrumento normativo creado para dar a conocer las épocas hábiles de cacería en México. Este producto turístico según el estudio cinegético del Valle de Mexicali elaborado por SECTURE, 2000 asume una derrama en organización y logística cinegética en el estado de alrededor de \$300,000 dólares anuales, siendo Ensenada y Mexicali los más favorecidos.

Los habitantes de Mexicali acuden con más frecuencia a visitar los balnearios y canales de riego a disfrutar de albercas y entretenimiento.

El COTUCO, responsable de promover el turismo del Valle de Mexicali presenta esta lista de las opciones y servicios más sobresalientes para visitar y hacer turismo en las áreas rurales de la ciudad.

Cuadro 4. Oferta de turismo rural en Mexicali

EMPRESA TURISTICA	LOCALIZACION GENERAL	PRINCIPALES SERVICIOS
PUERTO FRONTERIZO <i>"LOS ALGODONES"</i>	A 45 minutos de la ciudad de Mexicali	TURISMO MEDICO GASTRONOMIA CURIOSIDADES Y SUVENIRS CASINO
CAMPO ACUATICO <i>"EL CHARCO"</i>	Poblado Benito Juárez–Tocolotes	BALNEARIO CASINO

PARQUE ACUATICO "CHORYLANDIA"	Carretera federal Mexicali-San Luis Rio Colorado km. 45	BALNEARIO SNACKS
RANCHO "ACUATICO LAS TRUCHAS"	Carretera Mexicali-Tijuana Colonia Ahumadita	PESCA DEPORTIVA
PARQUE ECOTURISTICO "LA PROVIDENCIA"	Colonia Abasolo	PESCA DEPORTIVA
CENTRO RECREATIVO "ARROYO HONDO"	Carretera Islas Agrarias	BALNEARIO Y JARDIN, SALONES PARA EVENTOS
CAMPO TURISTICO "MOSQUEDA"	Carretera Mexicali-San Felipe	PESCA DEPORTIVA PALAPAS SALONES PARA EVENTOS GASTRONOMIA DEPORTE
CAMPO TURISTICO "BAJA CUCAPA"	Carretera Mexicali-San Felipe	GASTRONOMIA PALAPAS DEPORTE MUSEO
PARQUE "CAÑON DE GUADALUPE"	Carretera Mexicali-Tijuana. 52 km. A partir de la Laguna Salada por terracería, hasta las faldas de la sierra Cucapa	PALAPAS OASIS CASCADA AGUAS TERMALES PETROGLIFOS Y PINTURAS RUPESTRES
MUSEO COMUNITARIO "CUCAPA EL MAYOR"	Carretera Mexicali-San Felipe	MUSEO COSTUMBRISTA ARTESANIAS LOCALES RIO Y MONTAÑA
MUSEO COMUNITARIO "ASALTO A LAS TIERRAS"	Ejido Michoacán de Ocampo	MUSEO
PARQUE TEMATICO "LAS ENERGIAS ALTERNAS"	Carretera Mexicali-Tijuana Colonia Zaragoza	PARQUE DE DIVERSIONES CENTRO EDUCATIVO LUGAR PARA EVENTOS

Fuente: Elaboración propia con datos de COTUCO (2014).

El portal de COTUCO y SECTURE cuenta con la información básica para localizar y reconocer la ciudad y alternativas de hospedaje y lugares para elegir restaurantes, pero no muestran alternativa fuera de los marcos para elección de diálogos que te reciclan a la fuente de la página original en la red, esto, sin mostrar un listado de alternativas turísticas de la ciudad de Mexicali y su valle.

Recientemente han surgido empresas promotoras del turismo como “*Adixion Tour*” la cual promueve actividad tanto en la ciudad como el ecoturismo y es la primera agencia de turismo de aventura y deporte alternativo en Mexicali, donde desde aprender y jugar “*Paintball*” en Mexicali, descender de “*Rappel*” de un edificio o montaña, aprender a deslizarte sobre las dunas, aprendiendo “*Sandboard, Surf*”, todo con la seguridad de estar asesorado por profesionales, con “*Adixion Tour*” también podrás vivir tu primer salto en paracaídas en los tours de Paracaidismo o incluso sentir la adrenalina de copilotear un auto de carreras Clase “*Off-Road*” en el desierto. Así mismo hacer expediciones y campamentos al Cañón de Guadalupe, San Pedro Mártir o Laguna Hanson. O visitar los increíbles paisajes del Mar de Cortez, en donde podrás practicar pesca deportiva, kayak, Snorkel o visitar en botes recreativos y botes rápidos, las Bahías de San Luis Gonzaga, Bahía de los Ángeles e islas Consag. Se cuenta en Mexicali con un directorio con siete tour operadores con diferentes servicios de promoción turística. (FPPTM, 2014).

El Fideicomiso Público para la Promoción Turística de Mexicali (FPPTM), ofrece una guía, donde se presenta un Mexicali como una de las ciudades de mayor crecimiento en nuestro país y un destino seguro y confiable, mostrando ser un anfitrión y sede de eventos, sean estos foros, congresos, convenciones, expos, ferias, conciertos y deportes profesionales. La combinación de ciudad, valle, desierto y destino de playa sumado a la cercanía con California y Arizona complementan la organización de cualquier evento. La ciudad cuenta con infraestructura necesaria en hoteles y recintos así como la cultura de servicio a los visitantes. Durante el año la ciudad de Mexicali cuenta con eventos de todo tipo. En el mes de marzo se realiza la Agrobaja, la única exposición agropecuaria y de pesca realizada en el país que recibe 50,000 visitantes cada año. Una autentica tradición Mexicalense, son las Fiestas del Sol, la feria más

grande de la región realizada de septiembre a octubre, en donde miles de visitantes se dan cita para disfrutar de los mejores espectáculos artísticos, palenque, juegos mecánicos, artesanías, y todo tipo de atracciones. (FPPTM, 2014).

El FPPTM, muestra un Mexicali con un programa de actividades artísticas y culturales para todas las edades en los varios museos, galerías y recintos que existen en la ciudad entre los que destacan el Centro Estatal de las Artes y el Instituto de Investigaciones Culturales Museo UABC, en donde se podrá disfrutar de festivales de música, danza, teatro y conciertos de reconocidos artistas. Se cuenta con un programa de diversión familiar como el Bosque Zoológico de la Ciudad, el Museo Sol del Niño, los diversos parques y centros recreativos, el moderno boliche, los casinos, así como las más de 50 salas de cine. Para los amantes de los deportes hay temporadas para disfrutar los partidos de béisbol del equipo local Los Águilas de Mexicali y el equipo local de basquetbol, Los Soles de Mexicali, además de las carreras fuera de camino, los torneos de pesca cacería y golf organizados durante todo el año. La gastronomía hace elocuencia a los orígenes de la ciudad con la comida china que es tan tradicional como la muy mexicalense carne asada, como bebidas las cervezas artesanales, reconocida a nivel internacional, así como el Coctel de Clamato, bebida creada orgullosamente en el bar del Hotel Lucerna; la variedad de restaurantes va de cocina nacional e internacional, incluyendo la cocina Baja Med con la participación de vinos regionales. Las opciones para la vida nocturna es variada hay espacios para que todos se diviertan, para todos gustos y generaciones a las que se pertenezca, hay bares y discotecas en diversas zonas de la ciudad. Las opciones para ir de compras son de modernos centros comerciales que se han multiplicado, ofreciendo a sus visitantes la más variada gama de servicios y productos de calidad. Además de su proximidad con California y Arizona se tiene acceso a tiendas de gran prestigio en *malls* y *outlets*, así como divertidos casinos y parques temáticos.

Mexicali se ha convertido en el destino ideal para el cuidado de la salud, ofreciendo servicios y productos médicos de alta calidad a precios accesibles. Se cuenta con especialistas comprometidos con el bienestar del paciente, así como los mejores hospitales de la región con tecnología de punta y servicios tales como laboratorios, centros de diagnóstico y farmacias.

SECTURE recientemente, 2014 ofreció capacitación para la formación de guías de turistas para la ciudad de Mexicali, agregando en sus recorridos, visitas a los edificios históricos del primer cuadro de la ciudad y a los sótanos y subterráneos que se utilizaron por la comunidad china.

El turismo en México

La conformación de la industria turística de México se comprenderá mejor si se considera su desarrollo en dos periodos con hitos importantes: un periodo histórico y un periodo moderno.

El periodo histórico del turismo que puede enmarcarse desde la época prehispánica hasta el surgimiento del turismo organizado como tal, con el padre del turismo moderno en México, representado por Benito Juárez.

Desde los aztecas hasta nuestros días, el turismo ha pasado por una serie de fenómenos y transformaciones, caracterizándose inicialmente como una necesidad y posteriormente como una actividad de recreación y valoración de las costumbres, manifestaciones culturales y artísticas, así como el intercambio directo con otras sociedades.

En la época hispánica el turismo se convirtió en una necesidad comercial, religiosa y militar (Solana, 1997).

Podemos afirmar que el ferrocarril mexicano inicio el desarrollo del turismo moderno en México, tanto por ser la primera vía de comunicación rápida que existió en el país cuanto porque desde los inicios del servicio regular se establecieron tarifas de excursión, descuentos y se imprimieron folletos e indicaciones de viaje etcétera.

Así podemos hablar de excursiones de recreo de la ciudad de México a Puebla y Veracruz, entre Puebla y Santa Ana, Tlaxcala, para celebrar la visita a “Nuestra Santísima Madre de Ocotlán”, “Las fiestas de San Juan Teotihuacán” viaje en el que además podían visitarse las pirámides y poblados como Tepexpan y Otumba, Veracruz (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996).

En 1837 se otorgó la primera concesión del gobierno federal para construir un camino ferroviario desde el puerto de Veracruz hasta la capital nacional. En 1850 se puso en servicio el primer ferrocarril que cubría casi 14 kilómetros de Veracruz hasta El Molino. Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada, promovieron las primeras concesiones ferroviarias exitosas y a este le correspondió como presidente de la república, inaugurar el servicio ferrocarrilero desde la ciudad de México hasta el puerto de Veracruz en 1873 (SCT, FNM Ferrocarriles Nacionales de Mexico, 1996).

Con Benito Juárez se inicia “El turismo moderno de México” y corresponde al segundo periodo el más importante pues, se gestará un desarrollo en un mundo álgido de violencia. Comprende para este estudio desde el gobierno de Porfirio Díaz, traspasando los tiempos de las guerras mundiales; tras la segunda guerra mundial México sufre una disminución en sus exportaciones por lo que se considera al turismo como un área explotable generadora de recursos

En 1938 aparece el club de viajes PEMEX y se funda en 1939 la primera Asociación Mexicana de turismo (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En 1945 se funda la Asociación Mexicana de Agencias de viaje y la Asociación Mexicana de Restaurantes.

De 1949 a 1952 el turismo creció un 45%, de un aproximado de 306,000 turistas a 450,000.

Bajo la presidencia de Miguel Alemán se redacta la Declaratoria Turística o Carta Turística con el objetivo de reactivar y promover las actividades económicas en el país y se impulsaron destinos turísticos como Acapulco, Puerto Vallarta, entre otros, lo que hizo que la actividad se convirtiera en una de las más importantes industrias de la economía nacional.

En 1949 se publica la primera Ley Federal de Turismo así como la creación de la Dirección General de Turismo después llamada Departamento de Estado de Turismo.

En la década de 1950 se invierte en infraestructura que conectará al país, se realiza promoción turística y se agilizan trámites migratorios; a la par el número de habitaciones disponibles en el país se elevó drásticamente de 4,200 en 1946 a 82,438 en 1958.

En 1961 se crea la nueva Ley Federal de Turismo, que reglamentando los diferentes servicios ofrecidos por esta actividad darían una cimentación jurídica que haría posible su desarrollo estable (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En ese mismo periodo se crea la Escuela Técnica Hotelera después llamada Escuela Mexicana de Turismo y se impulsa aún más la infraestructura turística a través de la creación de un fideicomiso de crédito FOGATUR (SECTUR, 2000).

A inicios de la década de 1970, en otras regiones del mundo comienzan a perfilarse como atractivos centros turísticos desarrollándose con mayor rapidez de que lo que se hacia México sobre todo en el área del Caribe y sur de los Estados Unidos; la visión del mundo en cuanto al turismo cambió a un ritmo cada vez mayor, tanto en el comportamiento como en los hábitos del turista Internacional, sin embargo, la política turística en México se mantuvo sin mayores modificaciones. Por otro lado, se presentan los primeros indicios de deterioro ambiental en destinos de sol y playa mexicanos. En 1974 se crea el Fondo Nacional de Fomento de Turismo y la Secretaria de Turismo (Jiménez, 2006).

En 1970, se da la mayor inversión extranjera para la construcción de hoteles, incrementando la cifra a 3,333 locales equivalente a 92,254 habitaciones (Flores, 2005).

Durante el régimen del Presidente Luis Echeverría Álvarez, el turismo tiene una gran importancia en el desarrollo económico y social del país, siendo que en 1974 se publica en el diario oficial de la federación la nueva Ley Federal del Fomento al Turismo en la cual algunos objetivos fueron incorporar al desarrollo de núcleos de población marginados (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

En 1976 se crea La escuela Panamericana de Hotelería, la cual tiene un significado trascendente por tomar y formar sistemáticamente a las personas que laboran en la actividad hotelera. (Academia Nacional de Relaciones Públicas, 1997).

Es este periodo del México moderno en el que se incorpora como atractivos turísticos la historia y cultura del país con la creación de museos ferias y exposiciones regionales.

A pesar del rápido crecimiento en el área turística en México, el turismo nacional viaja al extranjero representando una fuerte suma de capital equivalente a 191.4 millones de dólares. A la par surgen nuevas instituciones fortalecedoras de esta actividad como la Cámara Nacional del Turismo, los Ángeles Verdes y se publicaron reglamentos y guías turísticas. Se detectan regiones turísticas para convertirlas en desarrollos turísticos destacando principalmente Cancún (CESOP, 2006).

Para la década de 1980, se trabaja en la demanda futura construyendo más lugares de alojamiento sin considerar otros aspectos derivados del turismo como un mejoramiento en el sistema de transporte. Aunque se cancelaron algunos programas y organismos de apoyo al turismo, se autorizaron vuelos chárter promoviendo fuertemente el flujo de turistas lo cual fue bien recibido e incluso fue considerada como la decisión más sobresaliente del gobierno por parte del gremio hotelero (CESOP, 2006).

De acuerdo con la OMT (1994), en 1994 se observó un movimiento de 535 millones de viajeros en todo el mundo lo que permitió darle empleo a 215 millones de personas, generando una derrama de 340 millones de dólares.

Conforme transcurre el tiempo el turismo cobra cada vez mayor importancia como pilar económico en México, por su poder de captación de divisas e intensiva en mano de obra por lo que es generador de fuentes de empleo y derrama económica. El turismo en México ocupó en el año 2003 el cuarto lugar de importancia por ingresos al país con una suma de 6,680 millones de dólares, solo por debajo de la inversión extranjera directa, exportaciones de petróleo crudo y remesas familiares (CESOP, 2004).

Para el año 2010, en menos de una década, México casi duplica sus ingresos, provenientes del turismo internacional por la suma de 11,871.9 millones de dólares. (Presidencia de la república, 2011).

A la fecha se puede advertir el progreso de la estructura y administración turística en México. Se incrementan los esfuerzos por detectar segmentos de mercado turístico para dirigir eficientemente los recursos hacia grupos de turistas con potencial y crecimiento.

En ese sentido la SECTUR ha emprendido varios programas de desarrollo turístico regional entre los que destacan: Programa México Norte, Mundo Maya, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales, En el corazón de México, Mar de Cortés - Barrancas del Cobre, Centros de Playa, Pueblos Mágicos. (SECTUR, 2011).

Según SECTUR en la frontera norte de México se pueden observar distintos tipos de turismo de acuerdo a las motivaciones que presentan los turistas, entre los que destacan: turismo cinegético, pesca deportiva, turismo de salud, turismo de aventura, congresos, convenciones y exposiciones, eventos deportivos, turismo náutico, rutas de misiones, rutas del vino playas y turismo de negocios. (SECTUR, 2011).

Entre los años de 2004 y 2005 México se ubicó en el séptimo lugar en cuanto a visitas internacionales con 21.9 millones de personas, manteniendo este promedio para el periodo 2006, 2008 aunque el país fue desplazado de los primeros sitios en el ranking mundial (CESOP, 2008).

Para el año 2007, Cancún es señalado como el destino turístico más visitado en México con una la cifra de 3'004,802 turistas representando una derrama económica equivalente a 3,072.21 millones de dólares (SECTUR, 2007).

La SECTUR evalúa la infraestructura de los destinos turísticos en México, de dos maneras: la primera consiste en contabilizar el número de hoteles en una región determinada o el número de habitaciones totales en la misma.

Durante el periodo de los años 2008-2014 la actividad turística en el país ha visto disminuido sus indicadores como resultado de diferentes factores internos y externos. En el año 2008 tenemos la crisis económica nacional e internacional, mientras que en 2009 se presenta la contingencia sanitaria en el país con la epidemia H1-N1 y para los años 2010-2014, se observa una crisis delincencial y de desorden social.

Para hacer frente a tales condiciones se ha lanzado el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 de la actual administración e incluye una estrategia para impulsar la innovación y elevar la competitividad del sector turismo. Presenta las siguientes líneas de acciones: fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico, fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos, diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos, posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros.

Así mismo concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad, desarrollar agendas de competitividad por destinos, fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado los gobiernos locales y prestadores de servicios e imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico (CNET, 2012).

La realidad es que la recuperación de la operatividad turística en México es lenta y esto se refleja en los destinos turísticos. Una muestra de lo anterior, están representadas por las respuestas dadas por los empresarios turísticos, dentro del foro 2012 de Competitividad Turística de la Universidad Anáhuac, del D.F., sobre competitividad turística nacional. (CNET, 2012). En este marco, el 71% de los empresarios contestaron que la recuperación ha sido lenta, mientras que un 16% argumenta que es clara la recuperación del sector, y finalmente un 13% responde que no hay tal cosa como recuperación.

Gráfica 3.- Opinión foro empresarial de competitividad turística



Fuente: CNET (2012). Elaboración propia

Arteaga (2014), escribió los cinco factores que amenazan el crecimiento del turismo en México; según las apreciaciones de los especialistas consultados por Forbes México el 29 de marzo 2014, para quienes la solución a estos conceptos es la clave pues las cifras oficiales y de organismos internacionales ofrecen un piso firme para considerar el despegue hacia las metas de crecimiento del turismo y está relacionado con la conectividad y el transporte, diversificación de la oferta, profesionalizar al sector, solución a la delincuencia y posicionar la marca de México (Arteaga, 2014).

El barómetro del ranking de los países muestra a México en una posición envidiable si se le puede considerar así, considerando la alta inversión para la promoción del turismo que existe en países como China, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

Cuadro 3.- Balanza turística nacional

INDICADOR (millones de dólares)	2008	2009	2010	2011	2012	VARIACION PORCENTUAL	
						2012/2008	2012/2011
Ingreso de divisas por visitantes internacionales a México	9529.1	7948.9	8391.6	8139.9	8617.4	-9.6	5.9
Egreso de divisas por visitantes internacionales al exterior	15576.6	4527.3	4618.5	5019.4	5291.4	-5.1	5.4
SALDO	3952.5	3421.6	3773.1	3120.5	3326.0	-15.9	6.6

Fuente: CNET (2012).

Cabe destacar que México está posesionado en un Ranking 15 a nivel mundial en cuanto a número de visitantes, 23 en cuanto a captación de divisas y 29 en cuanto a gasto o inversión para la promoción turística, la balanza turística nacional es positiva, lo que pudiera implicar un estado lento de recuperación.

Con respecto a la sustentabilidad de los desarrollos turísticos en México, la Ley General de Protección al Ambiente (2013) establece que: *“un proceso evaluable mediante criterios e indicadores del carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección al ambiente y aprovechamiento de los recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras”*. Por ello, la actividad turística no debiera de perder de vista estos elementos que pudieran convertirse en elementos que hagan que los turistas dejen de visitar el país.

El turismo en Baja California

El turismo juega un papel importante en la actividad económica del estado; entre 1998 y 2001 el 23.36 % del PIB corresponde a comercio, restaurantes y hoteles. Bajo el mismo concepto en 1998 se generaron 26,247 empleos y la derrama económica

calculada en 2001 en materia de turismo equivale a más de 30 mil millones de pesos. (SECTURE, 2002).

El turismo contribuye con el 10.8% del PIB del estado, manteniendo un 8% de los puestos de trabajo. A través de la frontera de Baja California ingresó el 73% de los visitantes internacionales en el país durante el 2008. Para el Gobierno del Estado el turismo es considerado como uno de los principales detonadores del desarrollo y reactivador de las actividades económicas, por lo que en el Programa Sectorial de Desarrollo Económico en el apartado correspondiente a turismo se ha definido el compromiso por parte de las instituciones que conforman este sector a fomentar un turismo sustentable y competitivo, incorporando a la sociedad y cuidados al medio ambiente. (Gobierno del estado de Baja California, 2009).

Baja California se beneficia de la industria del turismo y por ello es importante concentrar la atención en la planeación y los recursos necesarios para su sostenimiento a largo plazo; de no ser así el resultado es una disminución en la captación del turismo y por ende de los ingresos del mismo. Se aprecia en reportes de turistas por residencia de la SECTURE en Baja California, como el turismo presenta una tendencia a disminuir gradualmente, siendo el turismo extranjero más susceptible que el turismo nacional (SECTURE, 2009).

Los establecimientos de hospedaje que existen en Baja California son diversos, sus características y equipamiento varían de acuerdo a la clasificación o número de estrellas (SECTURE, 2008).

La capacidad hotelera en el estado cuenta con distintas clases y categorías lo que permite promover al turismo con capacidades económicas diferentes. Así como diversos fines turísticos: de salud, cinegético, trabajo o solo por paseo.

Para el turismo de salud, Baja California cuenta con calidad e infraestructura médica, de última tecnología y costo; localización geográfica y precios competitivos con los del

extranjero y son estas condiciones las que permiten a la entidad desarrollar turismo médico o de salud.

El estado cuenta con 419 hospitales de los cuales, un 82.57% se encuentran en Tijuana; 2,567 médicos generales, 612 médicos especialistas, 1,005 dentales y 534 laboratorios (SECTURE, 2008).

El turismo cinegético se practica principalmente en los municipios de Mexicali y Ensenada. Las especies buscadas para la cacería deportiva propias del estado son aves, venado bura, el borrego cimarrón (se encuentra en veda por ser especie en extinción) sin embargo existe la posibilidad de obtener un permiso para la caza con costo muy elevado y por solo un ejemplar, además de aves y mamíferos pequeños.

De 1993 a 1994 se expidieron alrededor de 7,411 permisos, en contraste con el periodo que abarca de 1998 a 1999 con 4,204 permisos que le significaron a la federación un ingreso que va desde los \$975,000 hasta \$1'380,000 pesos (SECTURE, 2001).

Por sus características tanto geográficas como climatológicas Baja California ha sido escenario de diversas producciones cinematográficas generando beneficios a la actividad turística.

Se estimaron alrededor de 23.5 millones de dólares, derrama económica que generó alrededor de 2,600 empleos, con un valor publicitario para el estado de 1.4 millones de dólares, gracias a la realización de 84 producciones fílmicas (SECTURE, 2012).

Existen otros servicios que se requieren para hacer dinámica a la industria turística. Los servicios complementarios agilizan el movimiento del turismo y agregan valor a las actividades básicas de esta índole.

En el estado existen 29 arrendadoras de autos, 89 Agencias de viajes, 93 establecimientos entre bares, discos y centros nocturnos inscritos en el registro Nacional de Turismo. 56 balnearios, 709 marinas y muelles de atraque, 392 restaurantes de categoría turística y 6 campos de golf. (SECTURE, 2009).

De acuerdo a declaraciones del ex titular de la SECTURE Juan Tintos Funcke, para el año 2012 se invertiría en infraestructura turística, una suma de alrededor de 140 millones de pesos repartidos en diferentes proyectos que están en operación en todo el estado, administrado para concluir obras y embellecimiento de regiones turísticas en Sol y playa como lo es el Malecón de San Felipe. (El universal, 2011). Para 2013 la inversión proyectada por el gobierno del estado se aplicará principalmente en infraestructura turística de Plaza fundadores y bulevares en el poblado de Los Algodones y San Felipe.

De acuerdo al gobierno del estado el Comité de Planeación para el Desarrollo (COPLADE) es el único medio por el cual se presentan propuestas del gobierno estatal en coordinación con el ejecutivo a nivel federal y municipal. Se incorpora la participación ciudadana a través de los subcomités en donde se reúnen representantes de diversos sectores. Los subcomités se diseñan principalmente como órganos consultivos para homologar y coordinar esfuerzos de las diferentes instituciones que intervienen en el proceso de planeación (COPLADE, 2011).

En el programa sectorial se han establecido dos acciones principales en materia de turismo; una de ellas es la de determinar regiones con mayor potencial turístico, y la segunda incluir, en el presupuesto del estado proyectos de obras en infraestructura con impacto turístico (Gobierno del estado de Baja California, 2011).

El COPLADEM (Consejo de planeación para el desarrollo municipal) como órgano de consulta, le corresponde proyectar y coordinar actividades de planeación, elaborar y dar seguimiento al plan de desarrollo municipal, formular y proponer programas de inversión, gasto y financiamiento para el municipio, sugerir y proponer programas y acciones bajo el marco del convenio de desarrollo social, promover los acuerdos de cooperación y colaboración entre los sectores público, social y privado; generar un inventario y elaborar un registro continuo de la obra pública que se ejecute en el municipio. (Ley de Planeación para el estado de Baja California, 2001).

Gráfica 4. Inversión



Fuente: SECTURE (2012).

Según el reporte de economía del gobierno del estado de Baja California 2013, los recursos para promover al estado representan un importante costo-beneficio toda vez que refleja una mejoría en la ocupación hotelera de los destinos turísticos, (el turismo rural y el Valle de Mexicali no está considerado como un destino turístico de importancia), así mismo el posicionamiento de productos y servicios tales como la gastronomía, el turismo médico y de salud, el turismo de cruceros y el turismo enológico, mediante los cuales se ha logrado beneficiar a promotores de más de 400 eventos turísticos y atraer a un importante número de visitantes nacionales e internacionales. La inversión en acciones de promoción, publicidad y relaciones públicas, fue de 57 millones 788 mil pesos representando un incremento de 131% en relación al periodo anterior.

El turismo en Mexicali

Debido a su ubicación geográfica y perfil agrícola-industrial, la ciudad de Mexicali es propicia para el desarrollo del turismo de negocios y esparcimiento. La ocupación hotelera promedio en el estado durante el año 2010 fue de 34.4%; el mejor promedio por ciudad es de Mexicali con más del 50% de ocupación. En Mexicali se llevan a cabo principalmente ferias, congresos, exposiciones, convenciones, eventos culturales, deportivos, recreativos y de espectáculos que mantienen elevados los porcentajes de ocupación hotelera.

Según la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Mexicali, A.C. la ciudad tiene una oferta de 4,000 habitaciones para renta disponibles en hoteles de diversas categorías. Se cuenta con restaurantes de diversidad étnica y calidad, además Mexicali cuenta con infraestructura turística y con un programa anual de trabajo para la ciudad San Felipe y el valle incluyendo a Los Algodones. Algunas actividades turísticas en la ciudad son administradas por el Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO) y la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (SECTURE). Las visitas por excursionistas fronterizos locales para atención de servicios médicos, demanda gastronómica y esparcimiento son constantes, con un alza durante cada fin de semana y días feriados.

Desde Mexicali se promueve la actividad turística de Los Algodones como hito importante del turismo médico, San Felipe como un puerto y opción a playas y el Valle de Mexicali como la opción para deporte, cacería y pesca. COTUCO, promueve el siguiente muestrario de la relación de opciones turísticas para su recreación durante la estancia en la ciudad.

MUSEO COMUNITARIO DEL “ASALTO A LAS TIERRAS”.

Ubicado en el ejido Michoacán de Ocampo a 20 kilómetros de la ciudad de Mexicali, el albergue del museo es una escuela construida en 1938 durante el gobierno estatal del coronel Rodolfo Sánchez Taboada. La intención es mostrar el impulso de la tenencia de la tierra en la región y sobre todo la historia de la propia comunidad. Siendo el tema principal el movimiento agrario de 1937.

PUERTO FRONTERIZO LOS ALGODONES, B.C.

Esta comunidad se encuentra a 45 minutos de la ciudad de Mexicali, y el visitante puede disfrutar de exquisita comida mexicana y tiendas de artesanías, área de dunas para los paseos en triciclos, motos, sun bugys. Así mismo, destaca la presa Morelos, bello escenario natural, en donde se puede disfrutar un día de campo. Además de áreas verdes en los alrededores. Es reconocido por el turismo médico.

CAMPO ACUATICO EL CHARCO

Ubicado en el poblado Benito Juárez – Tecolotes, en el Valle de Mexicali, se pueden encontrar servicios de alberca, área de juegos, zonas de picnic y para acampar.

CHORYLANDIA PARQUE ACUATICO

Ubicado en el kilómetro 45 de la carretera Mexicali - San Luis Rio Colorado, cuenta con servicios de alberca, toboganes, chapoteadero, salvavidas, palapas, asadores, mesas y bancas, juegos infantiles, sanitarios, regaderas, áreas deportivas, fuente de sodas, seguridad, R.V. park.

PUERTO DE SAN FELIPE, B.C.

Ubicado al sur de Mexicali, se puede llegar por la carretera federal #5; en el puerto se pueden realizar practicar diversos deportes como: nadar, bucear, paseos en lanchas, bananas, en barco, en paracaídas, jet ski, paseos a caballo, en motos. También se puede disfrutar del espectáculo de las mareas, como resultado de que el mar se empieza a retirar de las orillas de la playa sutilmente, hasta llegar el momento en que la bahía queda al descubierto, de esta forma y según el año, el agua se aleja de 50 a 300 metros de la orilla de la playa pudiendo caminar la arena descubierta. Además en los alrededores de San Felipe, se pueden visitar el Valle de los Gigantes que es un imponente territorio poblado por miles de cactus cardones gigantes; así mismo es posible visitar los cerros cercanos, praderas, dunas, la isla de Consag, los arcos, el cerro de la virgen y el faro donde se puede apreciar toda la bahía de San Felipe.

También se ofrece una variedad de excelentes servicios turísticos como: restaurantes, hoteles, artesanías, campos turísticos entre otros.

MUSEO SOL DEL NIÑO MEXICALI

Ubicado en bulevar Adolfo López Mateos y calle Alfonso Esquer, cuenta con sala IMAX y domo digital además de exhibiciones del maravilloso mundo del conocimiento como: clavos, caja giroscópica, mirador paso del gato, lotería ecologista, péndulo, pinturas rupestres, burbujas, pirámide del hombre, matemáticas y geometría, óptica, universo, gravedad, área infantil, casa de la energía, tiene área de comida.

BOSQUE DE LA CIUDAD

Ubicado en calle Alvarado colonia Nueva Esperanza, ofrece áreas verdes, palapas, asadores, chapoteadero, juegos recreativos, el lago para pasear en lanchas y pesca deportiva, un aviario, juegos infantiles, tobogán gigante, tren de vía, jardín botánico desértico, paseo de las culturas prehispánicas, zoológico, sala audiovisual, museo de historia natural, teatro al aire libre, casa del oso, palapas tienda de suvenires, tirolesa, jardines para eventos, restaurant, fuente de sodas, área para caminar, trotar y estacionamiento para autos y camiones.

PARQUE VICENTE GUERRERO

Ubicado en bulevar Adolfo López Mateos y calle Alfonso Esquer, ofrece: servicios sanitarios de fuente de sodas de renta de palapas con áreas verdes asador y juegos con chapoteadero, juegos para niños con capacidades diferentes trencito aventurero, cuadríciclos, trampolín y granjita con animales.

PARQUE CENTENARIO

Ubicado en bulevar Lázaro Cárdenas y calle San Luis, ofrece: palapas y áreas verdes.

CENTRO RECREATIVO JUVENTUD 2000

Ubicado en prolongación bulevar Anáhuac, ofrece: áreas verdes, circuito para bicicletas, enfermería, estacionamiento, se imparten clases de diversa disciplinas, albercas, chapoteadero, salvavidas, palapas, asadores, juegos infantiles, sanitarios,

regaderas, vestidores, áreas deportivas, tienda, fuente de sodas, seguridad en sus instalaciones con servicios para discapacitados.

RANCHO ACUATICO LAS TRUCHAS

Ubicado en bulevar Acueducto Mexicali - Tijuana s/n colonia Ahumadita a 20 minutos de la ciudad, ofrece: paseos a caballo, lancha de pedales, tirolesa, circuito para bicicleta de montaña. Se puede practicar la pesca deportiva-recreativa de trucha arcoíris, bagre y bocón cuenta con paramédico entrenado y seguridad. También se permite introducir alimento y bebida sin ningún costo adicional.

MUSEO VALLE DE MEXICALI

Ubicado en Rio Amazonas #584 Colonia Granjas Virreyes, ofrece: restaurante, cuenta con instrumentos, y maquinaria agrícola de los inicios del Valle de Mexicali, una réplica de una choza elaborada con la planta de Cachanilla, donde vivían los Cucapa y pequeño pueblito que evoca a la época del oeste.

PARQUE ECOTURISTICO LA PROVIDENCIA

Ubicado en la colonia Abasolo, canal Independencia #900, ofrece: los visitantes pueden ir a pescar llevar su caña, se dan clases de pesca gratis y pláticas de ecoturismo.

CENTRO RECREATIVO ARROYO HONDO

Ubicado en la carretera a Islas Agrarias, Granja Arcoíris #1038, ofrece: salones y jardines para eventos y para realizar convivencia familiar, camping, restaurante, albercas, bar, mini campo de golf, campo de futbol, pintura, cine, video juegos, brincolina, voleibol, mesa de billar, palapa, básquet, área de bronceado, karaoke, ping pong, red inalámbrica, seguridad.

MUSEO COMUNITARIO CUCAPA EN EL MAYOR

Ubicado en el Km. 57 de la carretera federal Mexicali - San Felipe, ofrece: podemos observar la historia y costumbres de los primeros pobladores la delta del Rio Colorado, donde la comunidad pone a la venta sus artesanías que ellos mismo elaboran:

pectorales, collares, aretes y joyería de chaquira, faldas de corteza de sauce, entre otros.

CAMPO TURISTICO MOSQUEDA

Ubicado en el Km. 53.5 carretera Mexicali - San Felipe, ofrece: renta de kayaks, lancha con pedales y motor, palapas y palapa principal equipada con juegos de mesa, rentas para bicicleta de montaña, salón para eventos, reuniones, cursos y fiestas.

CAMPO TURISTICO BAJA CUCAPA

Ubicación: km. 48.5 carretera a san Felipe, a las orillas del Rio Hardy, ofrece: restaurant, cabañas, palapas, un recorrido por el rio, recorrido en canoas (puentes colgantes), lanchitas, es un lugar ideal para la realización de prácticas eco turísticas.

CAÑON DE GUADALUPE Y SUS ALREDEDORES

Ubicado por la carretera federal #2 Mexicali - Tijuana. Hay una distancia aproximada de esta carretera a partir de la laguna salada de 52 kilómetros de terracería. Ofrece: área para acampar, atractivos naturales, cascadas formadas por el agua que caen en una alberca natural formada en la roca, variedad de vegetación, aguas termales que se originan en dos ojos de agua que brotan de entre las rocas, situada al pie de la montaña. Vestigios históricos, cuenta con un centro recreativo rustico. Se puede observar una magnifica combinación de paisajes y atardeceres de la sierra Cucapa, y la riqueza natural de este oasis, en donde a sus alrededores se encuentran petroglifos, y pinturas rupestres.

PARQUE TEMATICO DE LAS ENERGIAS ALTERNAS

Ubicado en el Km. 5 carretera Mexicali – Tijuana, colonia Zaragoza ofrece: un parque de diversiones y un centro educativo y de capacitación donde los visitantes pueden aprender todo lo que hay que saber sobre la energía solar, como una forma de contribuir a detener el calentamiento global. Los visitantes se divierten y aprenden sobre tecnologías alternas, también se ofrecen cursos de capacitación a empresarios y servidores públicos.

El turismo en el Valle de Mexicali

Con la excepción del poblado de Los Algodones, pocos balnearios y la práctica de tiro, caza y pesca, al Valle de Mexicali no se le tiene la consideración suficiente como una área para la explotación del turismo rural, no se promueve como un destino turístico y no se cuenta con un comité privado regional específico para el desarrollo turístico mismo, cabe destacar que la oferta hotelera muy limitada y reducida a seis hoteles sin clasificación turística ni pertenencia a una asociación, la oferta gastronómica y de entretenimiento tiene poca difusión en la ciudad. El COTUCO, responsable de promover el turismo del Valle de Mexicali presenta esta lista de las opciones y servicios más sobresalientes para visitar y hacer turismo en las áreas rurales de la ciudad.

Cuadro 4. Oferta de turismo rural en Mexicali

EMPRESA TURISTICA	LOCALIZACION GENERAL	PRINCIPALES SERVICIOS
PUERTO FRONTERIZO "LOS ALGODONES"	A 45 minutos de la ciudad de Mexicali	TURISMO MEDICO GASTRONOMIA CURIOSIDADES Y SUVENIRS CASINO
CAMPO ACUATICO "EL CHARCO"	Poblado Benito Juárez–Tecolotes	BALNEARIO CASINO
PARQUE ACUATICO "CHORYLANDIA"	Carretera federal Mexicali-San Luis Rio Colorado km. 45	BALNEARIO SNACKS
RANCHO "ACUATICO LAS TRUCHAS"	Carretera Mexicali-Tijuana Colonia Ahumadita	PESCA DEPORTIVA
PARQUE ECOTURISTICO "LA PROVIDENCIA"	Colonia Abasolo	PESCA DEPORTIVA
CENTRO RECREATIVO "ARROYO HONDO"	Carretera Islas Agrarias	BALNEARIO Y JARDIN, SALONES PARA EVENTOS
CAMPO TURISTICO "MOSQUEDA"	Carretera Mexicali-San Felipe	PESCA DEPORTIVA PALAPAS SALONES PARA EVENTOS GASTRONOMIA DEPORTE
CAMPO TURISTICO "BAJA CUCAPA"	Carretera Mexicali-San Felipe	GASTRONOMIA PALAPAS DEPORTE MUSEO
PARQUE "CAÑON DE	Carretera Mexicali-Tijuana. 52	PALAPAS

<i>GUADALUPE</i>	km. A partir de la Laguna Salada por terracería, hasta las faldas de la sierra Cucapa	OASIS CASCADA AGUAS TERMALES PETROGLIFOS Y PINTURAS RUPESTRES
MUSEO COMUNITARIO <i>“CUCAPA EL MAYOR”</i>	Carretera Mexicali-San Felipe	MUSEO COSTUMBRISTA ARTESANIAS LOCALES RIO Y MONTAÑA
MUSEO COMUNITARIO <i>“ASALTO A LAS TIERRAS”</i>	Ejido Michoacán de Ocampo	MUSEO
PARQUE TEMATICO <i>“LAS ENERGIAS ALTERNAS”</i>	Carretera Mexicali-Tijuana Colonia Zaragoza	PARQUE DE DIVERSIONES CENTRO EDUCATIVO LUGAR PARA EVENTOS

Fuente: Elaboración propia con datos de COTUCO (2014).

MARCO METODOLÓGICO

Método

La selección del tipo de investigación se realizó en consideración de las condiciones encontradas en el campo de investigación que es el turismo en el Valle de Mexicali.

Las características que poseen las investigaciones es de tipo mixto que surge de la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo, ambos considerados paradigmas de la investigación científica (Hernández, 2010).

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a una medición de tipo numérica y con un análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y que las teorías puedan probarse, por su parte el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir las preguntas de investigación en el proceso de interpretación (Hernández, 2010).

El alcance de la investigación practicada es a través del estudio descriptivo de las condiciones encontradas, que según Hernández (2010) “busca especificar, medir, evaluar y recolectar datos sobre diversos conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”. Este es un estudio descriptivo porque permite describir situaciones y eventos permitiendo ofrecer predicciones aunque sean rudimentarias.

El diseño de investigación incluye la descripción del turismo y el turismo rural, las características que determinan al Valle de Mexicali como sujeto a un turismo rural, y el análisis de las estrategias que se presentan para el estudio del turismo rural.

Se utiliza en la investigación cualitativa, entrevista dirigida a personajes claves a través de la técnica de focus group dirigida por tres preguntas claves las cuales son:

¿Cuáles son los tres principales atractivos turísticos del Valle de Mexicali?; ¿Cuáles considera que son las áreas potenciales para práctica del turismo rural? y ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos no explotados o con potencial excedente por explotar en el Valle de Mexicali?

Con respecto a la investigación de tipo cuantitativa y descriptiva, se elaboró un instrumento de investigación, a través de una encuesta que se aplicó a los empresarios relacionados con el turismo rural en el área de estudio para: describir las condiciones en que se lleva a cabo la actividad del turismo rural.

Encuesta base a cuestionario a empresarios de servicios turísticos en el Valle de Mexicali

Para la realización de la investigación se utilizó un marco muestral proporcionado por el comité de turismo y convenciones de Mexicali (COTUCO), con el nombre de “Relación de servidores turísticos para Mexicali y su valle” donde se identificó la no existencia de algún centro de hospedaje registrado en la Asociación de Hoteles y Moteles de Mexicali A. C., ni bajo una lista de recomendaciones por COTUCO y SECTURE, de la misma forma no se identificó a ningún prestador de servicios de alimentos y bebidas que cuente con el distintivos “H” de certificación establecidos por la norma oficial mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004, y que se otorga por cumplir con los estándares de calidad en el programa de manejo higiénico de los alimentos; se identificó a las 12 empresas turísticas que operan en el Valle de Mexicali, expresamente para la promoción turística rural. Considerando, el pequeño tamaño de la población de estudio, se decidió aplicar un censo para la obtención y análisis de los resultados.

Los datos se obtuvieron a través de visitar los negocios y practicar una entrevista estructurada y dirigida, empleando un cuestionario diseñado para cubrir los objetivos

intencionados para esta investigación. Se contactó de manera presencial a los propietarios y gerentes de las empresas turísticas rurales

El cuestionario estuvo integrado por las siguientes secciones:

I.- Conocimiento sobre el turismo rural en el valle de Mexicali.

II.- Formalidad de la negociación.

III.- Atractivos turísticos relevantes en el área.

IV.- Infraestructura y percepción de las condiciones.

V.- Visitantes, ingresos, costos e inversión.

Como se puede observar la estructura del cuestionario permitió obtener información relevante y suficiente para el alcance de los objetivos. Obtenida la información, se capturo en una base de datos para obtener cantidades porcentuales y plasmarlas en métodos gráficos que permitan fácil y lógico razonamiento.

Encuesta base a entrevista dirigida a personas claves del turismo y del Valle de Mexicali a través de la técnica de focus group

Se utilizó en la investigación cualitativa la técnica del focus group dirigida por las tres preguntas claves, que nos permitan conocer las áreas potenciales y los principales atractivos turísticos caracterizando sus espacios geográficos del Valle de Mexicali; para así poder sugerir el diseño de un circuito turístico rural partiendo de la ciudad de Mexicali.

La investigación cualitativa ayudará a que los sujetos, en este caso nuestros usuarios de información, ofrezcan, desde sus propios puntos de vista, respuestas que serán registradas por el investigador para que pueda después adentrarse en cada sujeto o individuo para esclarecer un hecho o situación Cortés (2005).

Por recomendaciones del mismo COTUCO y SECTURE se determinó las seis personas participantes y un moderador en el grupo focal, personas de probada solvencia moral, expertas en el ramo del turismo, el campo y la sustentabilidad de este. Se contó con una audiencia originaria del lugar donde se practicó la reunión de trabajo, en el Valle de Mexicali y otros interesados en el tema del turismo rural.

La investigación cualitativa incluyó diferentes fases sobresaliendo: la identificación del problema, redacción y conteo de opiniones, en este caso, hacer un reconocimiento de las áreas geográficas con potencial turístico en el Valle de Mexicali; se establecieron las tres preguntas claves para recabar la información; el objetivo general fue el obtener tal información para específicamente utilizarla y conformar un inventario de los espacios para práctica del turismo rural y un circuito turístico rural; los casos relacionados con la fisiografía del lugar y las áreas pobladas fueron seleccionadas para así pasar de un análisis preliminar a un análisis final de donde surge el informe final y los resultados del focus group.

RESULTADOS

Resultados de la encuesta a empresarios de servicios turísticos en el Valle de Mexicali

Los resultados obtenidos de la entrevista se presentan a continuación de acuerdo a las secciones utilizadas del cuestionario.

Gráfica 5. ¿Cuál es su percepción respecto al turismo rural del Valle de Mexicali?



Fuente: Elaboración propia

Al preguntar a los empresarios turísticos del Valle de Mexicali respecto al concepto del término de turismo rural, plenamente lo identifican que se refiere a actividades turísticas del campo sin embargo no afinan bien claro que tan amplio puede comprender la actividad turística rural. Así una gran porción de empresarios tienen solo parcialmente identificado el concepto del turismo rural. Las consecuencias se reflejan en las siguientes gráficas.

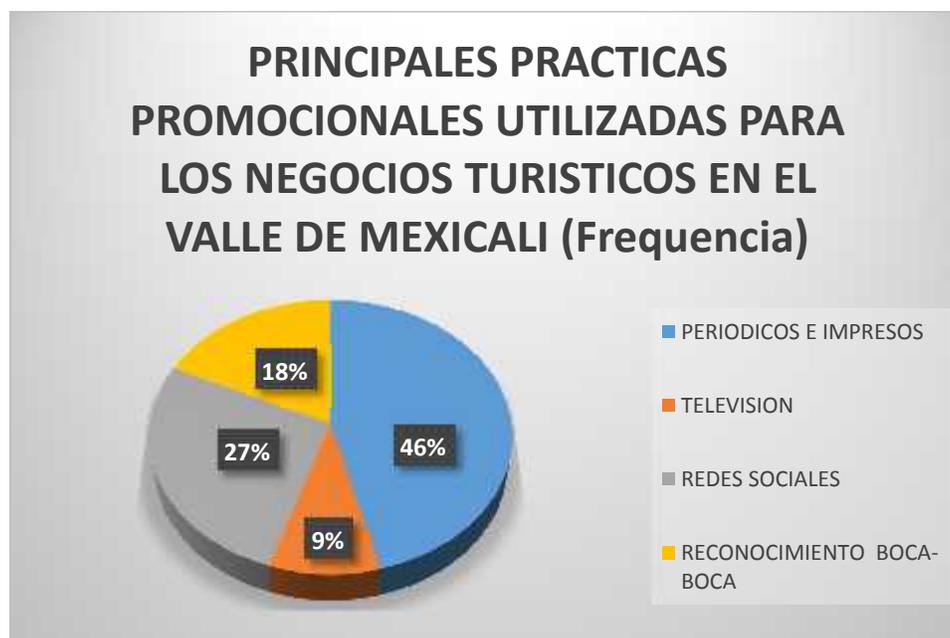
Gráfica 6. ¿Cuenta su negociación con un sistema de administración y mercadotecnia?



Fuente: Elaboración propia

Por lo general los negocios visitados son administrados por los dueños, no cuentan con una oficina para el manejo de los asuntos administrativos y tienen escaso personal operativo. Utilizan despachos de contadores externos. No cuentan con un plan de mercadotecnia definido excepto el sistema cíclico de las temporadas y su promoción es lo básico para operar.

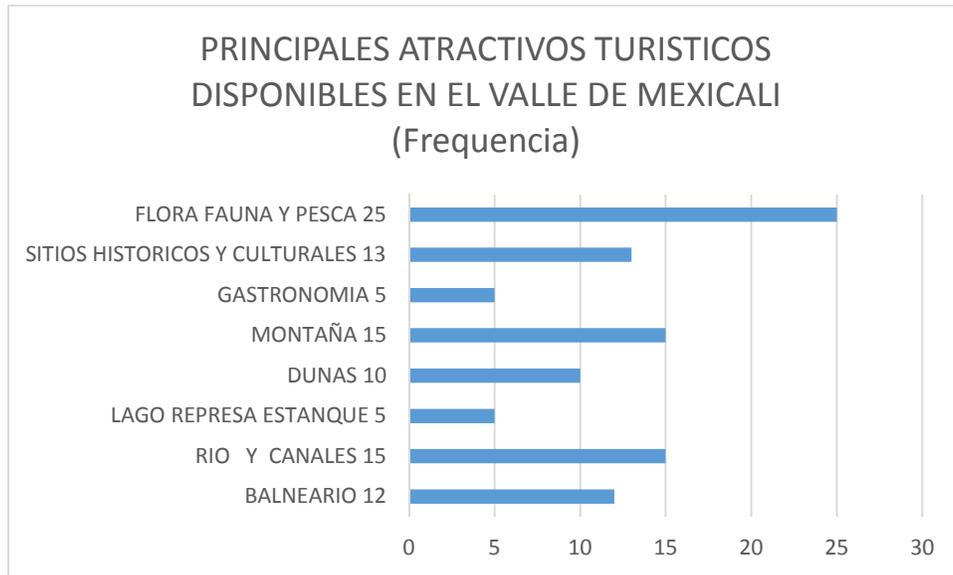
Gráfica 7. ¿Cuáles son las principales prácticas promocionales para su negocio?



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de la promoción practicada en las empresas turísticas rurales es a través de medios impresos, volantes principalmente y tarjetas tipo postales con información de sus negocios, escasamente usan el periódico o la televisión para su publicidad, asumiendo lo costoso e incosteable de esos medios y parte de lo más activa de su promoción está en el reconocimiento de sus clientes boca a boca y por sus portales de las redes sociales.

Gráfica 8. ¿Cuáles son los principales atractivos para práctica del turismo rural en Valle de Mexicali?



Fuente: Elaboración propia

Las respuestas de los empresarios respecto a las áreas y los principales atractivos disponibles para práctica del turismo rural, se orientó principalmente a destacar el potencial de la fisiografía de la naturaleza y en segundo plano la infraestructura construida y con sitios relacionados con la cultura étnica e histórica.

Gráfica 9. ¿Cuál es el tipo de turistas que reciben en sus instalaciones?



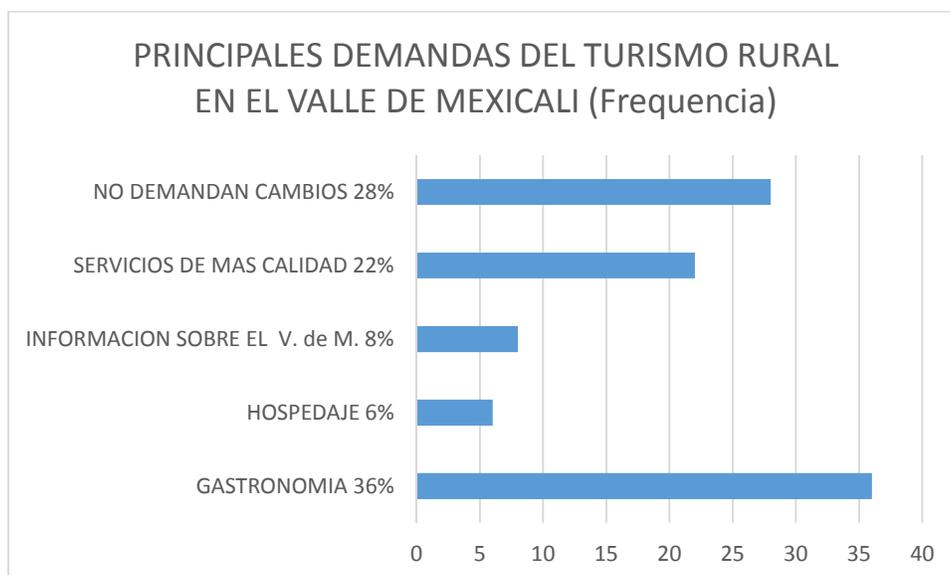
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los visitantes a los sitios en el Valle de Mexicali son personas locales consideradas como excursionistas fronterizos nacionales particularmente la demanda de los balnearios y visitas familiares.

El turismo médico, religioso y deportivo incluyendo la caza y pesca que es por temporada, es frecuentado por el turista internacional.

Existe una porción del turista nacional que visita Mexicali y que frecuenta el valle principalmente para actividades deportivas. El no tener consideración al Valle de Mexicali y al turismo rural como un destino turístico de relevancia, y el no contar con una infraestructura para uso público en el valle de Mexicali, es mínima la frecuencia de excursionistas internacionales.

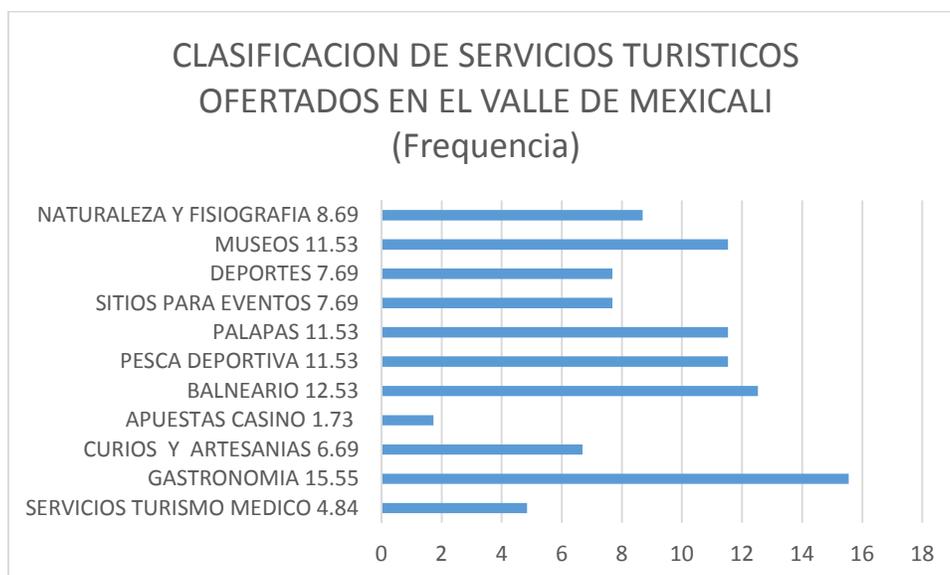
Gráfica 10. ¿Cuáles son las principales demandas de los turistas en el Valle de Mexicali?



Fuente: Elaboración propia

Un promedio considerable de quienes hacen turismo en el Valle de Mexicali demandan cambios de mejora en la calidad de los servicios turísticos incluyendo otros servicios como el hospedaje rural y los empresarios han empezado a equiparse con cabañas para satisfacer esta tipología de la demanda, sin embargo existe también un grado de indiferencia por cambios en las condiciones turísticas del valle y hay quienes no demandan cambios en las condiciones turísticas ofertadas, en todos los casos sobresale que las personas que visitan el Valle de Mexicali gustan por buscar donde alimentarse con comidas que se elaboren en los lugares que visitan.

Gráfica 11. ¿Cuáles son los principales servicios turísticos ofertados en el Valle de Mexicali?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al censo practicado a las empresas que ofertan el servicio turístico rural en el Valle de Mexicali se encuentra sobresaliente los servicios de alimentos y bebidas por ser algo que sus habitantes demandan además que todo visitante al valle busca probar, así los microempresarios han activado con más interés esta actividad. Sin embargo, no existe en el Valle de Mexicali, un lugar certificado por las dependencias turísticas para la venta y consumo de alimentos y bebidas.

Los balnearios que permiten un contacto con la naturaleza del lugar, ofertan la mayor cantidad de servicios requerida por los visitantes, desde áreas para acampar, renta de palapas, alimentos y bebidas entre otros.

Gráfica 12. ¿Cuáles son las condiciones de acceso a su negociación, se cuenta con los servicios de transporte público?



Fuente: Elaboración propia

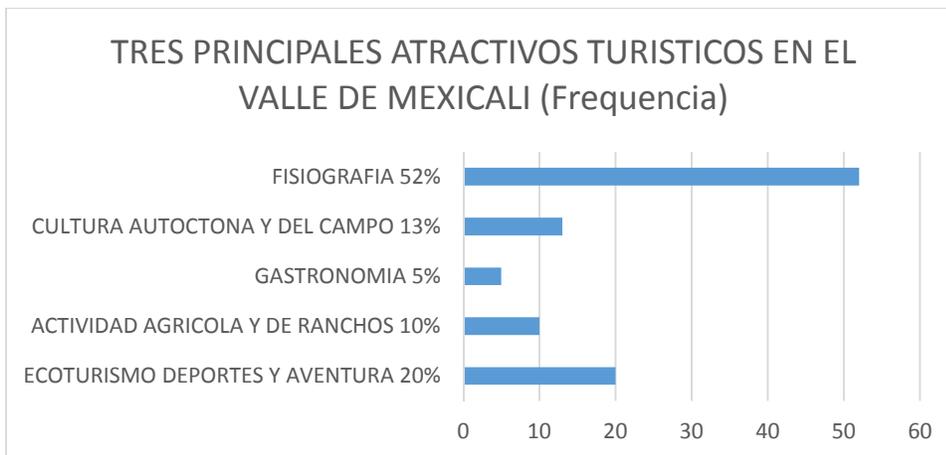
Para visitar los centros para práctica del turismo rural en el Valle de Mexicali se requiere contar con medios de transporte propio pues en la mayoría de los casos no se cuenta con un servicio público disponible y en los que si se cuenta con un acceso al transporte público es porque hasta cercanamente pueden ser transportados a una carretera que comunica un ejido con otro. No existen en la localidad servidores turísticos del transporte que promocionen viajes colectivos a los puntos para la práctica del turismo rural.

El transporte público, los camiones que van al valle, ostentan el nombre de transporte turístico pero están enfocados al transporte de los habitantes de los diversos ejidos y comunidades.

Resultados del focus group aplicado a expertos en el Valle de Mexicali

Los resultados obtenidos de las entrevistas del focus group, se presentan a continuación de acuerdo a las tres preguntas seleccionadas.

Gráfica 13. ¿Cuáles son los tres principales atractivos turísticos del Valle de Mexicali?

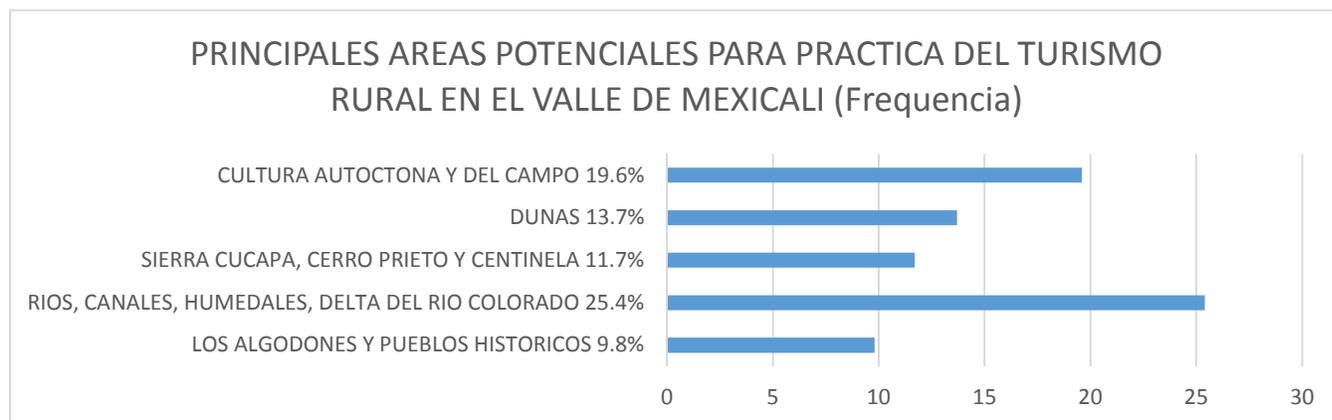


Fuente: Elaboración propia

Los participantes directos en los grupos focales así mismo la participación con opiniones de la audiencia invitada y los antecedentes de esta investigación concuerdan en que las áreas naturales constituidas con que la sierra y los cerros, dunas y el agua en sus diversas condiciones encontradas en el Valle de Mexicali son su principal atractivo para práctica del turismo rural; la oportunidad para practicar ecoturismo se presenta como una gran alternativa para visitar el valle.

Las oportunidades educativas que ofrece el Valle de Mexicali son sobresalientes.

Gráfica 14. ¿Cuáles considera que son las áreas potenciales para práctica del turismo rural?



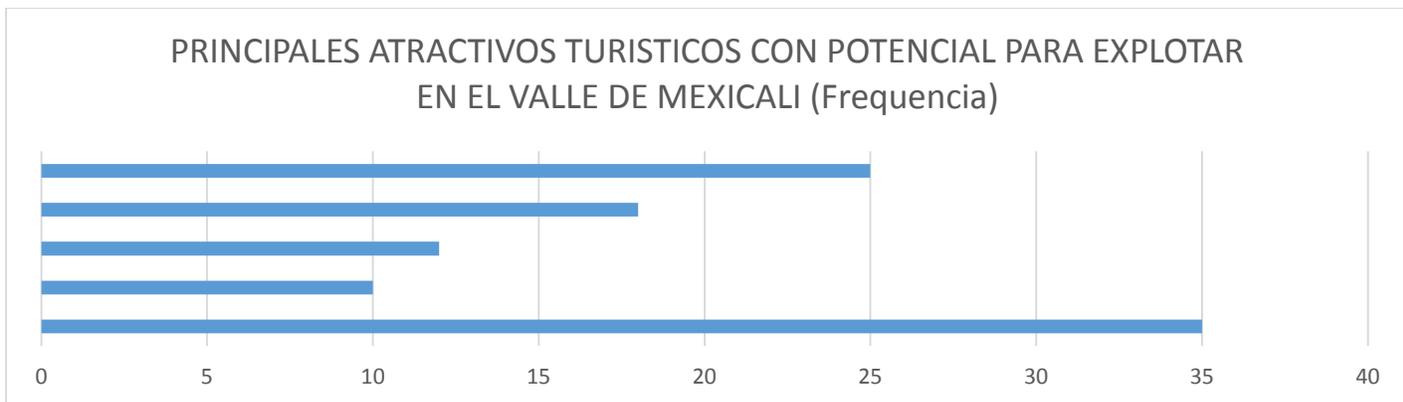
Fuente: Elaboración propia

Toda la actividad que se relaciona con el agua presenta una alternativa preciada para los visitantes tal es la razón por la cual los balnearios se presentan dentro de una clasificación de negocios de lo más competida y son una gran alternativa para innovar negocios turísticos en el Valle de Mexicali, así mismo, se están creando áreas propias para la regeneración de la flora y fauna del valle teniendo una gran importancia la sustentabilidad que este recurso ofrece; las visitas a la reserva de la biosfera del alto golfo de California y el delta de río Colorado son una gran oportunidad para concientizarse de los recursos locales; el río, los canales y lagunas artificiales, presentan alternativas para la pesca extractiva y deportiva. Algunas áreas de los ríos son aprovechables para el uso de kayaks o pequeñas lanchas de bajo canotaje.

La cultura del campo del valle ofrece familiarizarse con las actividades propias del trabajo del campo así mismo con sus productos relacionados con la gastronomía, los ranchos establecidos en el Valle de Mexicali ofrecen una oportunidad educativa y de esparcimiento para los habitantes de las ciudades además que cuentan con ser el origen de nuestra ciudad. La cultura Cucapa cuenta con un potencial indescriptible desde perspectivas recreativas, culturales e históricas.

Las actividades al aire libre proponen para el ser humano una experiencia muy intensa y gratificante en vivencias ya que estas se producen en espacios no habituales y por ello novedosos y a la vez desconocidos. Las actividades físicas en la naturaleza suponen inevitablemente considerar los orígenes y la propia evolución del ser humano. Los deportes que pueden practicarse en ríos, sierras, cerros, dunas van desde pruebas de habilidades personales a la aplicación de equipos deportivos personales y motorizados.

Gráfica 15. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos no explotados o con potencial excedente por explotar en el Valle de Mexicali?



Fuente: Elaboración propia

En las conversaciones con los integrantes del grupo de enfoque se encuentra una clara definición que encierra que el Valle de Mexicali mantiene una gran oportunidad para practicar del turismo rural con la infraestructura instalada y en las condiciones en que se encuentra pero a la vez conserva una gran oportunidad para ser uno de los destinos turísticos más importantes de la Baja California y un ejemplo más del país, siempre y cuando se mantenga una correcta dirección del concepto turístico valorando la fisiografía y la cultura del lugar.

El desarrollo de un centro cultural Cucapa que promueva y genere economía a sus participantes fortificará al turismo en el Valle de Mexicali, generará mayor cantidad recursos para beneficio de los habitantes en el área.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Resultados de la encuesta y focus group

Se busca realizar un diagnóstico del estado que guarda el turismo rural en el Valle de Mexicali, que permita conocer la situación presente de la actividad, así como las posibilidades de mejora y la apertura de nuevas estrategias turísticas.

Diagnóstico:

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas aplicadas para conocer las condiciones en que se encuentra operando el turismo en el Valle de Mexicali, surgen dos vertientes de información desde las perspectivas de empresarios del turismo rural cuya actividad depende de la oferta y demanda de servicios turísticos rurales y desde personas expertas en las condiciones físicas del área y de la actividad del turismo rural.

Situación encontrada entre los empresarios del turismo rural en el Valle de Mexicali:

- 1.- El concepto del turismo rural requiere ser más promovido en la sociedad.
- 2.- Los empresarios del turismo rural en el valle necesitan mejorar en sus áreas operación con nuevos productos y de actualización en sus sistemas de administración con un énfasis en la promoción del concepto del turismo rural.
- 3.- La infraestructura de soporte a estos negocios necesita ser mejorada, tanto en transporte y las mismas vías de comunicación como en instalaciones públicas, paradores turísticos que inviten a las familias a visitar al Valle de Mexicali.

Resumen de la encuesta a empresarios del turismo rural en el Valle de Mexicali

REPORTE DE ENCUESTA A EMPRESARIOS DEL TURISMO RURAL

Los empresarios de negocios relacionados con el turismo rural en el Valle de Mexicali no tienen una plena conciencia de estar inmersos en una actividad relacionada con el turismo rural, simplemente se desempeñan como empresarios que aprovechan el mercado y los apoyos gubernamentales. Los negocios cumplen con estar registrados en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público pero no están inscritos ni participan con alguna asociación privada que promueva el turismo rural y la actividad pública en la promoción del turismo rural es limitada. Sus sistemas de administración y en particular la forma de promover sus negocios está relacionado con lo básico para operar y cumplir con las reglamentaciones gubernamentales que se les solicita, promueven sus negocios con los medios y sistemas más elementales.

Por lo general los negocios visitados son administrados por los dueños, no cuentan con una oficina para el manejo de los asuntos administrativos y tienen escaso personal operativo. Utilizan despachos de contadores externos. No cuentan con un plan de mercadotecnia definido excepto el sistema cíclico de las temporadas y su promoción es lo básico para operar.

La mayoría de la promoción practicada en las empresas turísticas rurales es a través de medios impresos, volantes principalmente y tarjetas tipo postales con información de sus negocios, escasamente usan el periódico y la televisión, parte de lo más activa de la promoción está en el reconocimiento de sus clientes boca a boca y por las redes sociales.

Las respuestas de los empresarios respecto a las áreas y los principales atractivos disponibles para práctica del turismo rural, se orientó principalmente a destacar el potencial de la fisiografía de la naturaleza y en segundo plano la infraestructura construida y con sitios relacionados con la cultura étnica e histórica. Las cuestiones relacionadas con la cultura étnica autóctona son meramente respetadas y sin intereses

de generar una promoción comercial que genere un interés ganar-ganar, ni se ofrecen alternativas novedosas para los pobladores originales.

La mayoría de los visitantes a los sitios turísticos en el Valle de Mexicali son personas locales consideradas como excursionistas fronterizos nacionales particularmente la demanda de los balnearios y visitas familiares.

El turismo religioso y deportivo incluyendo la caza y pesca que es por temporada, es frecuentado por el turista internacional y el turismo medico está más concentrado en el área del poblado de Los Algodones.

Existe una porción de turista nacional que frecuenta el valle principalmente para actividades deportivas. El no tener consideración al Valle de Mexicali y al turismo rural como un destino turístico de relevancia, es mínima la frecuencia de excursionistas internacionales.

Un promedio considerable de quienes hacen turismo en el Valle de Mexicali demandan cambios de mejora en la calidad de los servicios turísticos incluyendo otros servicios como el hospedaje rural y los empresarios han empezado a equiparse con cabañas para satisfacer esta tipología de la demanda, sin embargo existe también un grado de indiferencia por cambios en las condiciones turísticas del valle y hay quienes no demandan cambios en las condiciones turísticas ofertadas, en todos los casos sobresale que las personas que visitan el Valle de Mexicali gustan por buscar donde alimentarse con comidas que se elaboren en los lugares que visitan.

De acuerdo al censo practicado a las empresas que ofertan el servicio turístico rural en el Valle de Mexicali se encuentra sobresaliente los servicios de alimentos y bebidas por ser algo que todo visitante al valle demanda y los empresarios han activado con más interés esta actividad. Sin embargo, no existe en el Valle de Mexicali tan solo un lugar certificado por las dependencias turísticas para la venta y consumo de alimentos y bebidas.

Los balnearios que permiten un contacto con la naturaleza del lugar, ofertan la mayor cantidad de servicios requerida por los visitantes, desde áreas para acampar, renta de palapas, alimentos y bebidas entre otros.

No existen en la localidad servidores turísticos del transporte que promocionen viajes colectivos a los puntos para la práctica del turismo rural. El transporte público conformado por camiones que van al valle, ostentan el nombre de transporte turístico pero están enfocados al transporte de los habitantes de los diversos ejidos y comunidades. Para visitar los centros para práctica del turismo rural en el Valle de Mexicali se requiere contar con medios de transporte propio pues en la mayoría de los casos no se cuenta con un servicio público disponible y en los que si se cuenta con un acceso al transporte público es porque hasta cercanamente pueden ser transportados a una carretera que comunica un ejido con otro.

Situación encontrada entre los participantes en la investigación del focus group:

1.- Los tres principales atractivos turísticos del Valle de Mexicali, considerados fueron: uno, la fisiografía del lugar comprendida por: sierra, cerros, dunas, y el agua presentada en diversas condiciones como son ríos, cascada, canales, lagunas, estanques; dos: el ecoturismo, deportes, y de aventura; y tres, la cultura autóctona y del campo que a la vez incluye a la gastronomía.

2.- Las áreas potenciales para práctica del turismo rural son: la fisiografía comprendida por ríos, destacando el río Colorado desde Los Algodones al delta del río Colorado y el río Hardy en las laderas del cerro el Mayor de la sierra Cucapa, la red de canales agrícolas establecida en todo el Valle de Mexicali, los humedales, tanto los del ejido Plan de Ayala como las del ejido las arenitas, el delta del río Colorado y la reserva de la biosfera del alto golfo de California que comprende las Islas Gore y Montage, la cascada y aguas termales del cañón de Guadalupe, la sierra Cucapa a la vista desde Mexicali, el cerro Prieto y las energías geotérmicas en el ejido Delta, cerro Centinela a la vista desde Mexicali, las dunas de Cuervos rumbo a Los Algodones y la Salada rumbo a Tijuana.

3.- Los principales atractivos turísticos no explotados o con potencial excedente por explotar en el Valle de Mexicali, fueron consideradas: Las actividades de ecoturismo, deportes relacionados con la fisiografía del lugar; la cultura autóctona y del campo, aunado a la gastronomía; el desarrollo de los pueblos históricos de Mexicali comprendidos por Los Algodones, ciudad Morelos, Cuervos, Paredones y Benito Juárez.

Resumen de focus group con expertos del turismo la sustentabilidad y el Valle de Mexicali

REPORTE DEL FOCUS GROUP CON EXPERTOS DEL TURISMO RURAL

Los participantes directos en los grupos focales así mismo la participación con opiniones de la audiencia invitada y los antecedentes de esta investigación concuerdan en que las áreas naturales constituidas con que la sierra y los cerros, dunas y el agua en sus diversas condiciones encontradas en el Valle de Mexicali son su principal atractivo para práctica del turismo rural; la oportunidad para practicar ecoturismo se presenta como una gran alternativa para visitar el valle.

Las oportunidades educativas que ofrece el Valle de Mexicali son sobresalientes.

Toda la actividad que se relaciona con el agua presenta una alternativa preciada para los visitantes tal es la razón por la cual los balnearios se presentan dentro de una clasificación de negocios de lo más competida y son una gran alternativa para innovar negocios turísticos en el Valle de Mexicali, así mismo, se están creando áreas propias para la regeneración de la flora y fauna del valle teniendo una gran importancia la sustentabilidad que este recurso ofrece; las visitas a la reserva de la biosfera del alto golfo de California y el delta de río Colorado son una gran oportunidad para concientizarse de los recursos locales; el río, los canales y lagunas artificiales, presentan alternativas para la pesca extractiva y deportiva. Algunas áreas de los ríos son aprovechables para el uso de kayaks o pequeñas lanchas de bajo canotaje.

La cultura del campo del valle ofrece familiarizarse con las actividades propias del trabajo del campo así mismo con sus productos relacionados con la gastronomía, los ranchos establecidos en el Valle de Mexicali ofrecen una oportunidad educativa y de esparcimiento para los habitantes de las ciudades además que cuentan con ser el origen de nuestra ciudad. La cultura Cucapa cuenta con un potencial indescriptible desde perspectivas recreativas, culturales e históricas.

Las actividades al aire libre proponen para el ser humano una experiencia muy intensa y gratificante en vivencias ya que estas se producen en espacios no habituales y por

ello novedosos y a la vez desconocidos. Las actividades físicas en la naturaleza suponen inevitablemente considerar los orígenes y la propia evolución del ser humano.

Los deportes que pueden practicarse en ríos, sierras, cerros, dunas van desde pruebas de habilidades personales a la aplicación de equipos deportivos personales y motorizados.

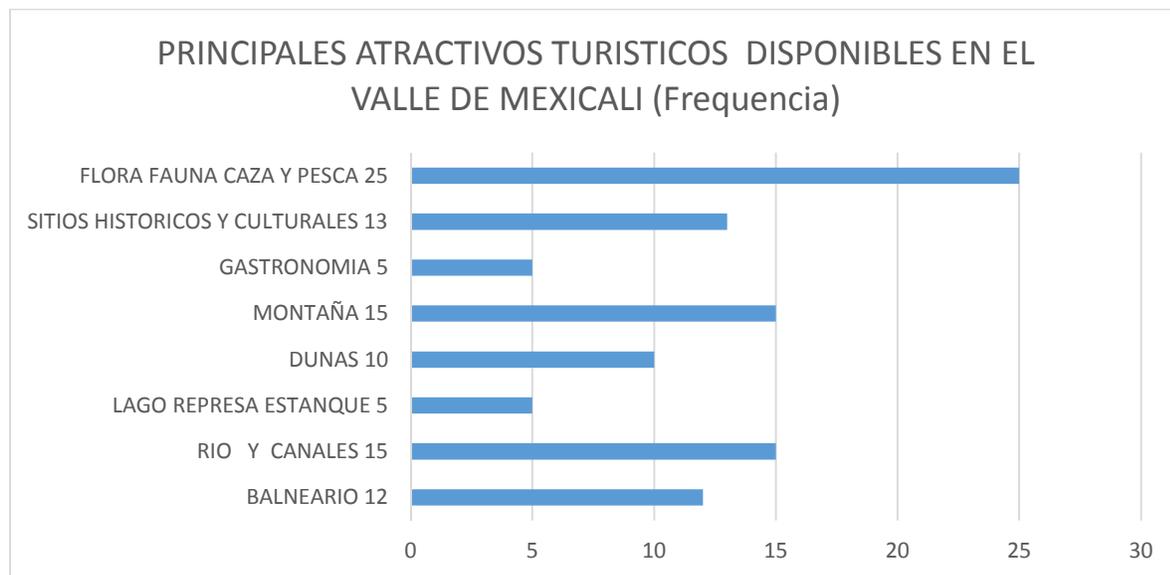
En las conversaciones con los integrantes del grupo de enfoque se encuentra una clara definición que encierra que el Valle de Mexicali mantiene una gran oportunidad para practicar del turismo rural con la infraestructura instalada y en las condiciones en que se encuentra pero a la vez conserva una gran oportunidad para ser uno de los destinos turísticos más importantes de la Baja California y un ejemplo más del país, siempre y cuando se mantenga una correcta dirección del concepto turístico valorando la fisiografía y la cultura del lugar.

El desarrollo de un centro cultural Cucapa que promueva y genere economía a sus participantes fortificará al turismo en el Valle de Mexicali, generará mayor cantidad recursos para beneficio de los habitantes en el área.

Cumplimiento a objetivos particulares

Elaborar un inventario de los espacios geográficos relevantes del Valle de Mexicali, que permita el diseño de un circuito turístico rural.

Gráfica 16. Disponibilidad de atractivos turísticos

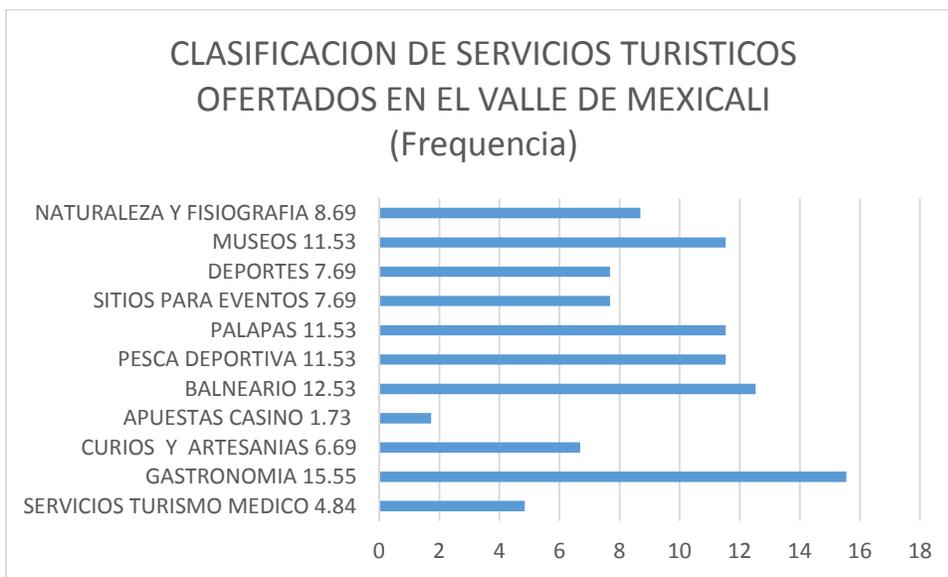


Fuente: Elaboración propia

La presente grafica muestra que sobresale la fisiografía del lugar lo cual es preponderante para las actividades al aire libre, al estar rodeado de sierras y cerros existe un gran potencial para la práctica del alpinismo; aunado con dunas y espacios abiertos presenta gran oportunidad para la utilización de equipos deportivos y deportes extremos; las actividades relacionadas con el agua y la seguridad de contar con este recurso durante todo el año son una gran oportunidad.

Las actividades que se pueden practicar en los sitios históricos y relacionados con la cultura incluyendo la gastronomía son un potencial presente para el desarrollo del turismo rural.

Gráfica 17. Atractivos turísticos ofertados en el Valle de Mexicali

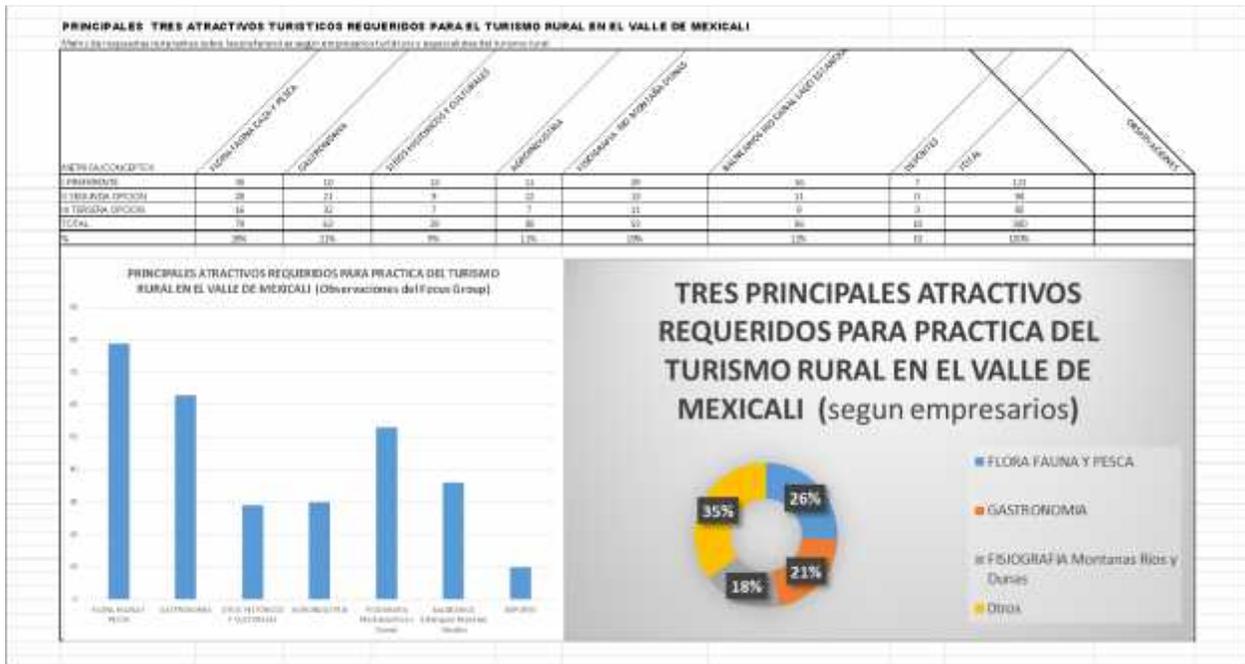


Fuente: Elaboración propia

Las actividades relacionadas con la fisiografía del Valle de Mexicali son las más favorecidas por la oferta como un atractivo a visitar y son los alimentos y bebidas los de más frecuencia incluyendo los pequeños negocios informales para la práctica de esta actividad. La oferta del hospedaje rural es meramente insipiente y lo mismo sucede con la práctica de actividades relacionadas con casinos, ranchos y agroindustriales, pues no existe una oferta formal de cabañas, villas u hospedaje compartido en casas locales

o en los ranchos establecidos entre los ejidos; de igual manera no existe paradores turísticos con infraestructura pública para descanso y abastecimiento del viajero.

Gráfica 18. Tres principales atractivos para el turismo rural



Fuente: Elaboración propia

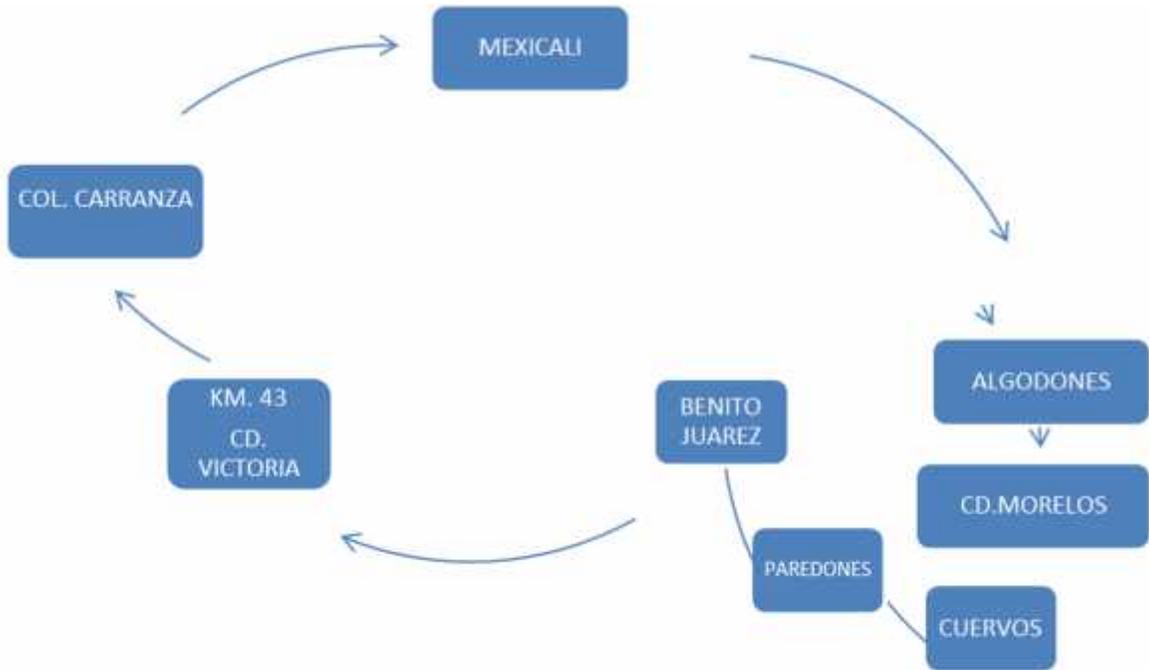
Tanto los expertos del turismo rural y la sustentabilidad así como los empresarios turísticos coinciden que la fisiografía del lugar es preponderante y aunado al potencial de la información histórica y cultural del área, muestra que existe un potencial para desarrollar una mejor práctica del turismo rural en el Valle de Mexicali. Toda la actividad turística rural demandada como visitas a balnearios, actividad deportiva o visitas a sitios históricos están relacionadas con la fisiografía del lugar y la demanda de la gastronomía.

CIRCUITO TURÍSTICO RURAL BASE PROPUESTO PARA EL VALLE DE MEXICALI

Se propone "Circuito turístico rural" como una alternativa para el desarrollo turismo rural en el Valle de Mexicali.

Figura 1. Ruta para un recorrido general en el Valle de Mexicali

RUTA ALTERNA #1



Fuente: Elaboración propia

El Valle de Mexicali como una alternativa para visitarlo presenta diversas salidas ejemplo salida al valle vía la carretera Mexicali a Tijuana, carretera Mexicali a San Felipe, carretera Mexicali a San Luis Rio Colorado, Carretera al aeropuerto e Islas Agrarias, las opciones de entrada a los ejidos varía según la orientación y la distancia de la ubicación que se desee visitar.

Una opción práctica nos la ofrece la cartografía del lugar de la investigación y la ubicación de los poblados más recorridos. Así generar una ruta madre que pueda surtir las demás opciones de destinos que mantengan un atractivo potencial a frecuentar, tal es el caso considerar la población de Los Algodones por ser un puerto de entrada internacional y reconocido como un hito del turismo medico local, mantiene una afluencia de turismo por temporada y cuenta con determinada infraestructura turística. Cercanamente tiene a los pueblos históricos de Cd. Morelos, Cuervos, Paredones y Benito Juárez, aparte de represas de agua considerables.

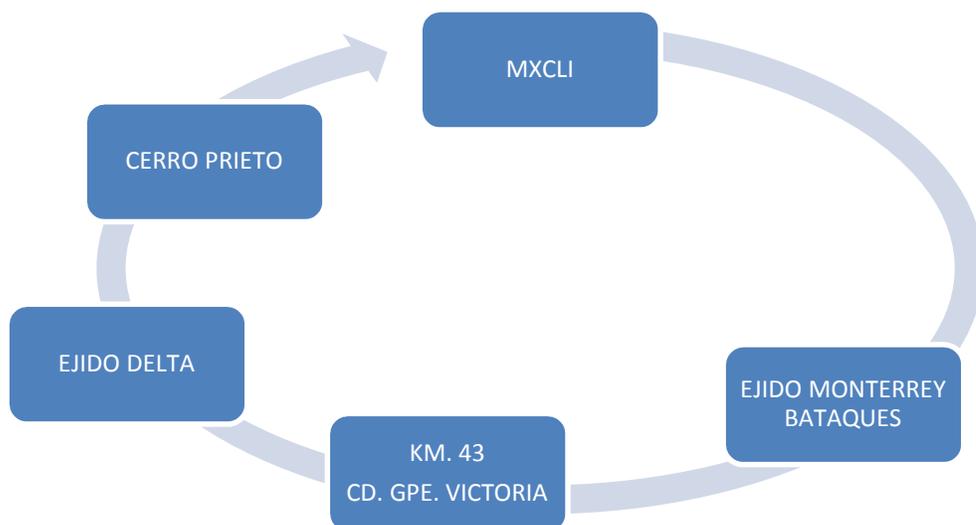
El Km 43 Guadalupe Victoria es la concentración de habitantes más grande del Valle de Mexicali y céntrica con opciones tanto al delta del rio Colorado, los humedales que están siendo reforestados como reserva de la biosfera del rio Colorado y otros ejidos, así mismo corta la ruta para visitas al Cerro Prieto.

La colonia Carranza esta también ubicada estratégicamente como para operar destinos turísticos inmediatos como los ubicados en el rio Hardy y ranchos con potencial turístico, además de la cercanía a la sierra Cucapa.

Otras rutas alternas:

Figura 2. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali

RUTA ALTERNA #2

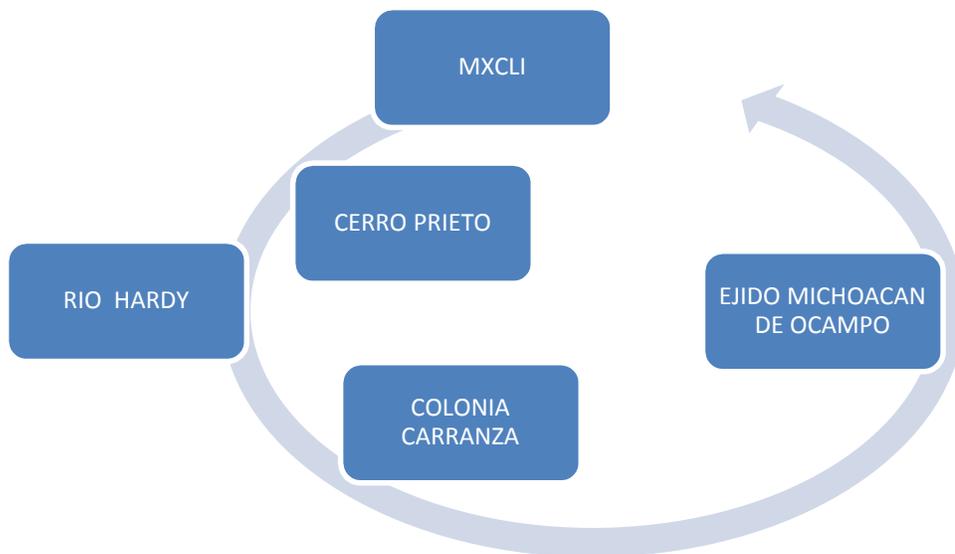


Fuente: Elaboración propia

Esta es una ruta corta del circuito principal o RUTA #1, que ofrece la opción de incursionarse a la parte medular del Valle de Mexicali, utilizando como inicio la carretera a San Luis Rio Colorado, para aprovechar las alternativas turísticas que ofrece la población del Km. 43 Guadalupe Victoria y utilizar la alternativa de visita a Cerro Prieto.

Figura 3. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali

RUTA ALTERNA #3

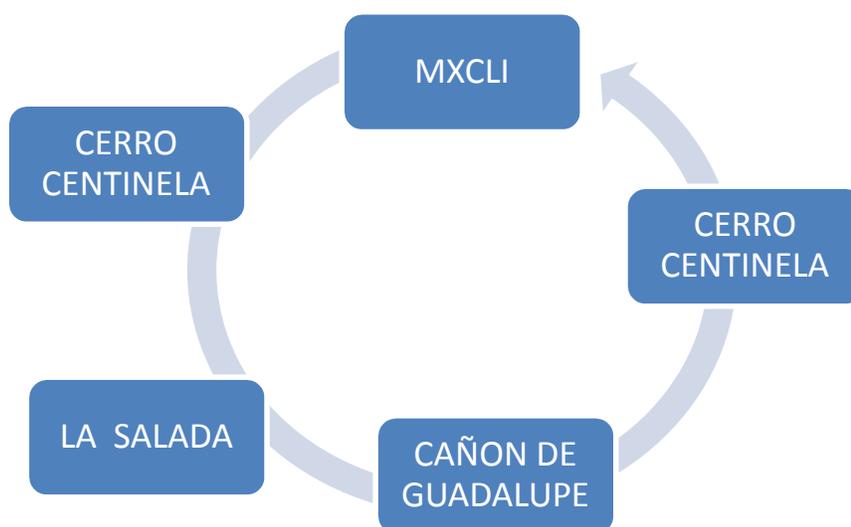


Fuente: Elaboración propia

Esta es una ruta corta para una visita al Valle de Mexicali que inicia tomando la carretera a San Felipe incursionando al valle por la Colonia Carranza y pasa a distancia por las laderas del Cerro Prieto ofreciendo una bella vista panorámica de 360 grados del cerro Prieto con opción a visitarlo cruzando por el ejido Michoacán de Ocampo y regresar por la carretera San Luis Rio Colorado a Mexicali.

Figura 4. Ruta para un recorrido parcial en el Valle de Mexicali

RUTA ALTERNA #4



Fuente: Elaboración propia

La ruta Mexicali al Canon e Guadalupe es un viaje único que visita solo las laderas del Valle de Mexicali pero que ofrece una alternativa de visitar y disfrutar la única cascada de la localidad aparte de los baños de sus aguas termales. Utiliza la carretera Mexicali-Tijuana para su acceso.

Conclusiones

En el intento de la búsqueda de información para definir las condiciones en que se encuentra operando el Valle de Mexicali en materia turística, se tuvo que remitir a analizar la historia del área, sobresaliendo la importancia de la raza étnica local los Cucapa, que ha habitado en todos los tiempos la parte sur del río Colorado y que

actualmente radica en las cercanías del cerro el mayor. El Valle de Mexicali se originó en tiempos del gobierno de Don Porfirio Díaz y por diligencia de Don Guillermo Andrade quien hizo los ajustes necesarios para que en avenencia de del gobierno de los Estados Unidos y México se desarrollaran tanto el Valle de Mexicali como el Valle Imperial.

La geografía del área cuenta con el delta del río Colorado, islas, ríos, canales de riego agrícola, arenas duna, cerros escalables, volcán escalable, cierras, aguas termales, lagunas, cascada y suficiente terreno árido con áreas pobladas de diferentes dimensiones con ranchos ejidos y pequeños grupos de gente que realizan actividades artesanales y del campo, lo cual convierte a la región con un gran potencial turístico rural.

Los datos obtenidos de la encuesta practicada al universo de servidores turísticos del Valle de Mexicali nos reflejan que hay la necesidad de una mayor atención participativa por parte del gobierno estatal para generación de nuevas vialidades y mantenimiento de las ya existentes. Así mismo como para promocionar el área con un enfoque exclusivo del turismo rural y asesoría organizativa del gremio. La presencia municipal con la infraestructura pública, desde paradores públicos para promoción turística, administrados por el municipio así como la garantía de la seguridad, orden y limpieza en las áreas ya pobladas es una necesidad imperante. Sobresalen las necesidades de los siguientes aspectos:

- 1.- El concepto del turismo rural requiere ser más promovido en la sociedad local.
- 2.- Los empresarios del turismo rural en el valle necesitan mejorar en sus áreas operación con nuevos productos y de actualización en sus sistemas de administración con un énfasis en la promoción del concepto del turismo rural.
- 3.- La infraestructura de soporte a estos negocios necesita ser mejorada, tanto en transporte y las mismas vías de comunicación como en instalaciones públicas, paradores turísticos que inviten a las familias a visitar al Valle de Mexicali.

La información recabada en la cesión de enfoque ("*focus Group*") con especialistas del tema turístico en el valle de Mexicali nos llevó a tener nuevas consideraciones como el arsenal educativo que ofrece el Valle de Mexicali y considerar con esmerada atención

la sustentabilidad del área y la tipología del ecoturismo como una alternativa viable unida al turismo rural.

En las conversaciones con los integrantes del grupo de enfoque se encuentra una clara definición que encierra que el Valle de Mexicali mantiene una gran oportunidad para practicar del turismo rural con la infraestructura instalada y en las condiciones en que se encuentra pero a la vez conserva una gran oportunidad para ser uno de los destinos turísticos más importantes de la Baja California y un ejemplo más del país, siempre y cuando se mantenga una correcta dirección del concepto turístico valorando la fisiografía y la cultura del lugar.

Literatura citada

Roberto Hernández Sampieri, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. 2010.

Marco Antonio Samaniego López, BREVE HISTORIA DE BAJA CALIFORNIA, Editorial Porrúa, 2006.

Manuel Gurria Di Bella, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, trillas 2011.

Fuster I. Fernández, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA Y TÉCNICA DEL TURISMO, Editorial Alianza, 1985.

Charles R. Goeldner & Ritchie, TURISMO Planeación, Administración y Perspectivas, Editorial Limusa Wiley 2011.

Roberto C. Boullon, TURISMO RURAL, un enfoque Global, Editorial Trillas, 2008.

José Luis García Cuesta, EL TURISMO COMO FACTOR DIVERSIFICADOR DE RENTAS EN LA TRADICIONAL ECONOMÍA AGRARIA. Edit. 1996.

Benito Ramírez Valverde, TURISMO RURAL EN MÉXICO, Edit. 2011.

José Ramírez Juárez, TURISMO RURAL EN MÉXICO, Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural, Edit. 2011.

Maribel Espinosa Castillo, ANTEPROYECTOS DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA, Editorial Trillas 2005.

Alexandre Panosso Netto, FILOSOFÍA DEL TURISMO, Editorial Trillas, 2008.

SCT, Secretaria de Comunicaciones y transportes; FNM, Ferrocarriles Nacionales de México, CAMINOS DE HIERRO, Editor Independiente 1996.

ACADEMIA NACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS, A.C. Concepción Solana y varios, RELACIONES PÚBLICAS, EDAMEX 1997.

Consultas complementarias

Carlos Eduardo Méndez Álvarez, Diseño y desarrollo del proceso de la investigación, Mc Gregor Hall 1995.

Blanca García Henche, MARKETING DEL TURISMO RURAL, Ediciones Pirámide 2011.

Miguel Ángel Acerenza, PROMOCIÓN TURÍSTICA, un enfoque metodológico, Trillas 2001.

Philip Kotler, MERCADOTECNIA PARA HOTELERÍA, Mc Gregor Hall, 2005.

Nielsen Universe Estimates, UNIVISION SURVEY, NUE, 2005.

Investigación en tesis

1.- “La promoción e importancia del turismo doméstico en las economías locales: el caso de San Felipe, Baja California”.

Mtra. Elda Areli Luque

Para obtener el grado de maestro en administración.

2.-“Modelo con participación Ciudadana de planeación para apoyar el desarrollo turístico del puerto de San Felipe, B.C.”

Mtra. Yedith Zavaleta Corrales

Para obtener el grado de maestro en administración.

3.-“Desarrollo Eco turístico, Centro de visitantes Necua”

Arq. Linda Elizabeth Salazar Gutiérrez

Para obtener el grado de Arquitecto

Referencias en Internet

COTUCO (Comité de Turismo y Convenciones) Mexicali
<http://mexicali.tumblr.com/calendario-cotuco-2013>

COTUCO (Comité de Turismo y Convenciones) Mexicali, 2011.
<http://cotuco.com.mx/turismo/>

XXI Ayuntamiento de Mexicali. (2014) Recuperado de

http://www.mexicali.gob.mx/ayuntamiento/Dependencia.aspx?cve_dependencia=oRc2oWoKFS8=

SECTURE (Secretaria de turismo estatal B.C.)

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/select_programa_mexico_norte. Consultado en junio de 2014.

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/select_programas_regionales. Consultado en junio de 2014

SECTUR (secretaria de turismo). (2000). *Estudio Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020*. Por Redes consultores.

Gobierno del Estado de Baja California; Funciones Secretaría de Turismo.
<http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/gobierno/dependencias/st.jsp>

<http://rcmultimedios.mx/estados/21036/baja-california-invertira-140mdp-en-infraestructura-turistica-en-2012> .Consultado en abril de 2013

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Año 2010. Consultado en Agosto de 2013.

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

OMT (organización mundial de turismo).

CMVT (consejo mundial de viajes y turismo), 2012.