



ITSON
Educar para
Trascender



LAET



CUERPO ACADÉMICO

Turismo Alternativo



AMESCUA

Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo



Estudios de Turismo y Competitividad en México



Compiladores:

Mtro. Oscar Ernesto Hernández Ponce
Mtra. Leda Escobar Quiroz
Mtro. Francisco Enrique Montaña Salas
Mtro. Javier Saucedo Monarque

Edición literaria:

Mtro. Oscar Ernesto Hernández Ponce
Mtro. Javier Saucedo Monarque
Dr. Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez
Lic. Miriam Rossana Ramírez López
Lic. Oralia Pérez Orduño
Dr. Jose Luís Isidor Castro
Mtro. Onesimo Cuamea Velázquez

Tecnología y Diseño:

Lic. Oralia Pérez Orduño
Lic. Mario Alfredo Velarde Cano

Gestión Editorial:

Oficina de Producción de Obras Literarias y Científicas
Mtra. Cecilia Ivonne Bojórquez Díaz

Estudios de Turismo y Competitividad en México



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

Estudios de Turismo y competitividad en México es un libro que contiene las memorias de los resultados presentados en el 1er. Congreso Internacional de Desarrollo de Turismo Sustentable e Innovaciones realizado en Guaymas, Sonora.

2012 Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818 Sur, Colonia Centro
Ciudad Obregón, Sonora, México.
C.P. 85000

Se prohíbe la reproducción total o parcial de la presente obra, así como su comunicación pública, divulgación o transmisión, mediante cualquier sistema o método electrónico o mecánico (incluyendo fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito de Instituto Tecnológico de Sonora.

Todos los derechos reservados.

Primera edición 2012.
Hecho en México
ISBN: 978-607-609-007-7

Cómo citar un artículo de este libro (se muestra ejemplo del extenso I):

Castro, R. (2011). Globalización económica y desarrollo sustentable entre la competitividad y la crisis ambiental. En Hernández, O., Ramírez, E. y Valdez, L. (Comp.). Estudios regionales: turismo, desarrollo sustentable, consultoría, negocios y mejora del desempeño. (pp. 9-30). México: ITSON

Estudios de Turismo y Competitividad en México.

Prólogo

Estudios de Turismo y Competitividad en México, tiene como finalidad la divulgación de las memorias de los trabajos de investigación, presentadas en el 1er. Congreso Internacional de Desarrollo de Turismo Sustentable e Innovaciones y 19no. Foro de “Animación Turística”, llevados a cabo en el Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Guaymas en el Puerto de Guaymas los días 11, 12 y 13 de Octubre del 2011. Los cuales fueron organizados por el Cuerpo Académico “Turismo Alternativo”, el Programa Educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superiores en Turismo, A.C. (AMESTUR).

Las áreas de generación y aplicación del conocimiento que se abordan son: Turismo y Desarrollo Sustentable, Gestión Organizacional, Capacitación, Auditoría Operacional, Actividades Recreacionales, Indicadores Ambientales, Gastronomía, Estancias Profesionales, Turismo Cultural y Comercialización Turística.

En la primera parte se analiza la percepción actual de los factores determinantes del desarrollo sustentable en el sector empresarial de la ciudad de Navojoa, Sonora, para establecer las estrategias que apoyen en conjunto su desarrollo sostenible. El Cuerpo Académico de Gestión Organizacional y Desarrollo Sustentable muestra los resultados de la investigación sobre la importancia estratégica del cultivo del cártamo en la región del sur del estado.

Posteriormente se muestra el diseño y ejecución de un programa de capacitación para guías aviturísticos, implementado en el municipio de Álamos, Sonora, que dotó de las competencias y habilidades para el mejoramiento de sus servicios de acuerdo a la NOM-09-TUR-2002. Le sigue la presentación de los resultados de la auditoría operacional en la evaluación y revisión de los procedimientos de una empresa comercial que auxilie a la gerencias a eliminar sus deficiencias y recomendar las medidas correctivas necesarias.

También se presenta un modelo de planeación para actividades turísticas, para la comunidad de Buenavista, en el municipio de Cd. Obregón, Sonora, mediante la metodología participativa, donde se realizó el curso-taller “Turismo Alternativo de la comunidad de Buenavista para aprovechar los recursos naturales de manera sostenible”.

Con la finalidad de fomentar el uso adecuado del tiempo libre de forma sustentable, el Cuerpo Académico “Turismo Alternativo”, presentó la investigación descriptiva del turista y su forma de llevar a cabo sus actividades recreacionales en Guaymas / San Carlos, Sonora, la cual apoyará en el establecimiento de programas de actividades recreacionales por parte de la Tour Operadora Escuela “Xplora Sonora”, perteneciente al Programa Educativo de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas de la Unidad Guaymas, Sonora del Instituto Tecnológico de Sonora.

De igual forma se presenta la evaluación del impacto en los sitios naturales del municipio de Guaymas, Sonora, mediante el análisis de su condición actual utilizando una serie de indicadores ambientales. Se muestra la manera de cómo la vinculación entre el laboratorio de gastronomía y la Tour Operadora Escuela, que pertenecen al Programa Educativo de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas del ITSON, Unidad Guaymas, pueden ofrecer servicios ambientalmente planificados y con ello, impactar en la formación y fortalecimiento de las competencias de los alumnos.

Mediante la metodología descriptiva explicativa se presentó el impacto de las estancias profesionales que realizan los alumnos de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas en el Centro de Investigación de Desarrollo Sustentable, los cuales permitirán llevar a cabo las innovaciones, intercambios o actualizaciones correspondientes en cada universidad participante.

Posteriormente se presenta el estudio exploratorio que detectó los conocimientos de los habitantes del Puerto de Guaymas, Sonora, con relación a los atractivos históricos y los efectos que tiene en la imagen que proyecta el puerto. Finalmente se evaluó la viabilidad técnica, financiera y de mercado de una Agencia Comercializadora Turística para los corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora, por medio de un plan de negocios.

Dr. Jesús Héctor Hernández López
Vicerrector Académico

| ÍNDICE | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Estudio de la percepción del desarrollo sustentable en el sector empresarial de Navojoa Sonora. Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez, Alberto Galván Corral, Dulce María Jupamea López, Julio Cesar Navarro Cota. | 07 |
| El cártamo; cultivo de importancia estratégica y una oportunidad rentable para el estado de Sonora. Erika Ivett Acosta Mellado, Cecilia Aurora Murillo, Félix, Celia Yaneth Quiroz Campas, Gilberto Manuel Córdoba Cárdenas | 23 |
| Diseño y ejecución de un programa de capacitación para guías aviturísticos del municipio de Álamos, Sonora. A. de la Mora Yocupicio, John Sosa Covarrubias, Marisol M. Báez-Portillo, | 40 |
| Aplicación de una auditoria operacional en un supermercado de Navojoa. Fernando Villalobos Gil Lamadrid, Celia Janeth Quiroz Campas, Dulce María Jupamea López. | 55 |
| Paseo en lancha en El Río Yaqui: Una opción de turismo de naturaleza para el desarrollo económico de Buenavista Francisco Montaña Salas, Jony Ramiro Torres Velásquez, Arturo Cervantes Beltrán, Oscar Ernesto Hernández Ponce. | 73 |
| Las actividades recreacionales en Guaymas / San Carlos. Javier Saucedo Monarque, Oscar Ernesto Hernández Ponce, Miriam Rossana Ramírez López | 88 |
| Evaluación del impacto en los sitios naturales considerando aspectos ambientales para el aprovechamiento eco turístico. José Luis Winkler Lerma | 110 |
| Laboratorio de Alimentos y Bebidas y Xplora Sonora Tour Operadora, como proveedores de competencias para alumnos de LAET ITSON UG. Francisco Partida | 119 |
| Diagnóstico de las principales competencias que adquieren los alumnos practicantes de la Tour Operadora “Xplora Sonora” ITSON. María del Mar Urías Guzmán | 127 |
| Diagnostico del impacto de las estancias profesionales realizadas por los alumnos de licenciados en administración de empresas turísticas en el centro de investigación de desarrollo de turismo sustentable. Víctor Guerra Valdivieso | 139 |
| Diagnostico de la percepción de los habitantes del puerto de Guaymas, sobre atractivos históricos ubicados en la localidad. Luz María Cañedo Blanco | 147 |
| Propuesta de una agencia comercializadora turística de ITSON, como promotora de actividades de animación en los corredores de turismo alternativo del sur de Sonora. Yesenia Clark Mendivil, Irma Guadalupe Esparza García, Mtra. Nora Edith González Navarro | 157 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Estudio de necesidades de aprendizaje del inglés en los estudiantes de turismo durante el ejercicio de sus prácticas profesionales en hoteles de gran turismo: caso Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit. Antonio Saldaña Salazar, Martha Alicia González Bueno, María Enriqueta Martínez Guevara. | 194 |
| Viabilidad ecoturística de la zona costera del Puerto de Guaymas. Jesús Antonio Mendoza Valenzuela. | 208 |

ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE NAVOJOA SONORA

Dr. Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez, Mtro. Alberto Galván Corral, Mtra. Dulce María Jupamea López & Lic. Julio Cesar Navarro Cota

Resumen

El presente artículo describe un estudio realizado al sector empresarial de la ciudad de Navojoa, Sonora, que actualmente carecen de estrategias en conjunto para apoyar el desarrollo sustentable, además, han estado trabajando de manera aislada y no todas las empresas le han prestado atención a este concepto. Por lo anterior, se pretende conocer la percepción actual de los factores determinantes del desarrollo sustentable, en el sector empresarial de la ciudad de Navojoa que permita ser un impulsor para ir creciendo en este concepto. Para el desarrollo de la investigación se llevo a cabo el siguiente procedimiento: selección de la muestra, recolección de datos, análisis de validez y confiabilidad del instrumento, análisis de datos y presentación de resultados. Derivado de los resultados y discusión, el nivel general de percepción del sector empresarial se considera medio / mínimo aceptable, y la dimensión con más bajo nivel de percepción fue Desarrollo Ambiental Sustentable.

Palabras Clave: Desarrollo Sustentable, Indicadores, Dimensiones.

Introducción

La concepción de desarrollo económico, en los últimos años, ha evolucionado de manera acelerada, inicialmente se consideraba al ingreso real per cápita como un indicador del crecimiento y desarrollo, actualmente se han agregado nuevos elementos que incluyen la esfera de lo político, social y ecológica, destacando como ejes centrales el medio ambiente y las personas para la obtención de un desarrollo sustentable.

Por otra parte, la desarticulación social, económica, política, entre otros aspectos donde se presenta ésta, parece sufrir un proceso de aceleramiento o crecimiento exponencial, con el consecuente incremento o agudización de la heterogeneidad social y económica del país. La inequidad que esto representa, la diversidad de problemas que, tanto la población urbana y rural enfrentan, así como los desequilibrios regionales, en los aspectos económico, social y ambiental, ya no solo en el ámbito rural sino también en ciudades con altas tasas de concentración demográfica, colocan el tema del desarrollo sustentable en el primer plano de importancia y de discusión.

Para Castro (2008), el concepto del desarrollo sustentable ha surgido de la disyuntiva del crecimiento y la conservación, la cual va enfocada a incrementar la riqueza para mejorar la calidad de vida de la sociedad sin destruir la base natural en la que se asienta la actividad humana, para el caso de México los costos de crecimiento sostenido son enormes como en otros países pero cada país cuenta con condiciones diferentes por lo que la problemática y

alternativas de solución difieren.

En cuanto a los derechos de las personas, el compromiso de gobiernos y agencias de desarrollo con participación, es un ingrediente necesario del desarrollo sustentable. Actualmente, se ha acumulado todo un conjunto de pruebas que indican que un alto porcentaje proyectos de desarrollo diseñados y ejecutados sin la plena participación de los beneficiarios seleccionados han fracasado y que, en el sentido contrario, proyectos planificados con ellos desde el principio en una escala apropiada y utilizando sus aptitudes y recursos, han tenido un alto grado de éxito.

Lo anterior, resalta la necesidad imperativa del establecimiento de un dialogo múltiple y amplio, que provea la articulación de los diversos sectores y actores sociales, comprometidos con el desarrollo sustentable y el mejoramiento del nivel de vida de la mayoría de la población. Tal dialogo debe orientarse a la formación de una nueva plataforma institucional, así como a nuevas expresiones organizativas de la sociedad civil, que sean capaces de superar la crisis institucional por la cual atraviesan los países y, al mismo tiempo, puedan dar respuestas apropiadas y confiables a los procesos de participación y concertación ciudadana.

Por otro lado, el gobierno federal, estatal y municipal han generado iniciativas para trabajar con el desarrollo sustentable a través de sus planes de desarrollo, pero es importante desarrollar un proyecto que promueva a través de métodos participativos, estrategias encaminadas a mejorar el desarrollo sustentable de una ciudad como primer alcance y después que se lleve hacia la región y posteriormente al estado.

El caso bajo estudio de la presente investigación fue el sector empresarial de la ciudad de Navojoa, el cual está constituido por 1,594 empresas tomando como fuente una base de datos proporcionada por el Instituto Mexicano del Seguro Social, subsede Navojoa, actualmente se carece de estrategias en conjunto para apoyar el desarrollo sustentable, además se ha estado trabajando de manera aislada y no todas las empresas le han prestado atención a este concepto. Por lo anterior, se pretende conocer la percepción actual de los factores determinantes del desarrollo sustentable, en el sector empresarial de la ciudad de Navojoa que permita ser un impulsor para ir creciendo en este concepto.

Fundamentación Teórica

Jickling (2006), menciona que el término de desarrollo sustentable no tiene un

significado común pero que es un término que se maneja en todo el mundo, además que la educación dará la capacidad para trascender el concepto del desarrollo sustentable y las concepciones de cambio social incrustadas en él, también que se debe de esperar que la buena educación proporcione la capacidad para extenderse más allá, como fin y como proceso.

Hernández y Garduño (2010), comentan que las tecnologías existentes hoy en día son de gran ayuda para el desarrollo de cualquier actividad humana. En la industria de la construcción y particularmente en el desarrollo de las ciudades y áreas urbanas, las tecnologías juegan un papel muy importante para el desarrollo y productividad de las mismas generando iniciativas para mejorar la calidad de los servicios y productos (puentes, edificios, casas, infraestructura, equipamiento, entre otros), por mencionar algunas aplicaciones tecnológicas están: sistemas de información geográfica, tecnología de realidad virtual para simulación, tecnología avanzada para vehículos, sistemas de control de tránsito, sistemas para el manejo de desperdicios, sistemas de automatización de edificios, entre otros.

Para Gutiérrez (1996), el desarrollo sustentable representa un camino a seguir y el gran reto de compatibilizar la economía con la sociedad y la distribución justa y equitativa de la riqueza, por lo que hay que cambiar paradigmas. Por otro lado Martínez (2003), comenta que frente a un mundo dominado por el individualismo, superproducción y el consumo, se requiere crear otro basado en la solidaridad, la vida comunitaria y una ciencia capaz de combinarse con los saberes populares. La sustentabilidad demanda un nuevo pacto social buscando nuevas relaciones sociales, modos de producción y patrones de consumo, por tal motivo es importante asumir nuevos enfoques y prácticas para revertir las tendencias actuales.

Rappo y Vázquez (2007), mencionan que el desarrollo regional y sus políticas han tenido dos actores, el gobierno en sus tres niveles y la iniciativa privada, de tal manera que el desarrollo de las regiones dependían de las iniciativas del gobierno y las inversiones que éste mismo generaba, con el fin también de atraer inversiones de capital privado hacia las regiones que como tal decidían impulsar. En todo el proceso la población no participaba, siendo solo un elemento pasivo del desarrollo, actuando en ocasiones a la defensiva cuando se veían afectados sus intereses.

Tetreault (2004), da a conocer un conjunto de modelos para el desarrollo sustentable y

presenta una taxonomía de los mismos para generar una comparación, algunos modelos que presenta son normativos y otros son basados en la experiencia de distintos proyectos, dichos modelos son: modelo dominantes, ecología política, modelo comunitario de desarrollo sustentable, el comercio justo, la producción forestal industrial comunitaria, el activismo ambiental, y la conservación basada en la comunidad.

El autor menciona que el terreno del desarrollo sustentable es muy complejo, según su análisis se puede observar que es difícil construir modelos exclusivos y que dichos modelos, se traslapan en la literatura, además comenta que los modelos tienen diferentes niveles de abstracción, donde en unos predomina la teoría y en otros la experiencia basada en la práctica.

Para Lares y López (2004), el desarrollo rural sostenible aborda el desarrollo desde una perspectiva territorial, donde este enfoque parte del análisis de las dimensiones económica, sociocultural, ambiental y política institucional donde su propósito es promover el bienestar de la sociedad. Además, comentan que existen otras metodologías enfocadas al desarrollo sustentable pero depende de los investigadores de las instituciones y las necesidades propias del campo para estudiar ciertas metodologías, además que existen actualmente muchos interesados en el tema de desarrollo sustentable.

Por otro lado Escobar (2007), menciona que el decir que el desarrollo sustentable implica la satisfacción de las necesidades de las sociedades presentes, pero sin poner en riesgo la de las generaciones futuras, significa que ya no sólo es asignar racional y eficientemente los escasos recursos, sino que también hay que aplicarlos responsablemente.

Urquidi (2000), comenta que en México la concientización sobre el deterioro ambiental o sobre lo que se debería hacerse es muy baja, gran parte de la población vive ajena a las preocupaciones ambientales. Según Pérez (2008), la pequeña y mediana empresa (Pyme) son de gran importancia para el desarrollo y crecimiento sustentable ya que son el motor de la economía, por lo que deben de estar orientadas a una visión prospectiva con participación social. El gerente Pyme puede hacer la gran diferencia en su entorno con la comunidad que atiende, generando acciones de gran impacto social.

Pérez (2008), también menciona que, el desarrollo endógeno se basa en el cambio del sistema productivo del país lo que incita a cada región en transformar sus recursos naturales en bienes y servicios que multipliquen el bienestar social impactando en la calidad de vida y el

medio ambiente. Además dicen que el elemento importante para el desarrollo endógeno sustentable es el recurso humano.

Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2000), hace referencia a que la preocupación por mejorar la calidad de vida para la población, es necesario convertir el enfoque de la sustentabilidad en el prototipo de desarrollo que deben alcanzar los países, el cual deberá ser evaluado. En la figura 1 se puede apreciar la estructura del análisis de la sustentabilidad, en tales categorías o subsistemas se busca identificar, no sólo los posibles ámbitos de causa-efecto para un fenómeno ambiental dado, sino también los factores o aristas esenciales que pueden orientar las líneas de acción a seguir en torno a dichos fenómenos.

| Categoría y capítulo | Número de indicadores |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Aspectos Sociales | |
| 3 Combate a la pobreza | 6 |
| 5 Dinámica demográfica y sustentabilidad | 4 |
| 36 Promoción de la educación, la concientización pública y la capacitación | 11 |
| 6 Protección y promoción de la salud humana | 12 |
| 7 Promoción del desarrollo de asentamientos humanos sustentables | 8 |
| | Subtotal 41 |
| Aspectos Económicos | |
| 2 Cooperación internacional para acelerar el desarrollo sustentable en los países y en sus políticas internas | 5 |
| 4 Cambio de patrones de consumo | 8 |
| 33 Mecanismos y recursos financieros | 6 |
| 34 Transferencia de tecnología | 4 |
| | Subtotal 23 |
| Aspectos Ambientales | |
| 18 Recursos de agua dulce | 7 |
| 17 Protección de océanos, todo tipo de mares y áreas costeras | 5 |
| 10 Enfoque integrado para la planificación y administración de recursos del suelo | 3 |
| 12 Manejo de ecosistemas frágiles: Combate a la desertificación y la sequía | 4 |
| 13 Manejo de ecosistemas frágiles: Desarrollo sustentable en áreas montañosas | 3 |
| 14 Promoción de la agricultura sustentable y el desarrollo rural | 7 |
| 11 Combate a la deforestación | 4 |
| 15 Conservación de la diversidad biológica | 2 |
| 16 Manejo ambientalmente limpio de la biotecnología | 2 |
| 9 Protección de la atmósfera | 6 |
| 21 Manejo ambientalmente limpio de desechos sólidos y aspectos relacionados con aguas servidas | 5 |
| 19 Manejo ambientalmente limpio de sustancias químicas tóxicas | 2 |
| 20 Manejo ambientalmente limpio de desechos peligrosos | 4 |
| 22 Manejo seguro y ambientalmente limpio de desechos radioactivos | 1 |
| | Subtotal 55 |
| Aspectos Institucionales | |
| 8 Integración del ambiente y el desarrollo en la toma de decisiones | 4 |
| 35 Ciencia para el desarrollo sustentable | 3 |
| 39 Instrumentos y mecanismos legales internacionales | 2 |
| 40 Información para la adopción de decisiones | 3 |
| 23-32 Fortalecimiento del papel de los grupos principales | 3 |
| | Subtotal 15 |
| | Total 134 |

Figura 1. Capítulos del Desarrollo Sustentable según Categoría Temática.

Fuente: Indicadores del Desarrollo Sustentable, INEGI (2000).

Metodología

El estudio se desarrolló en la ciudad de Navojoa, está ubicada en el sur del estado de Sonora, se localiza en el paralelo 27°03' de latitud norte y a los 109°25' de longitud al oeste del meridiano de Greenwich, a una altura de 33 metros sobre el nivel del mar, posee una superficie de 4,380.69 kilómetros cuadrados, que representan el 2.36 por ciento del total estatal y el 0.22 por ciento del nacional. El tamaño de la muestra fue de 300 encuestas, tomando como referencia el sector empresarial de la ciudad de Navojoa, el cual está constituido por 1,594 empresas de la base de datos proporcionada por el Instituto Mexicano del Seguro Social, el

instrumento fue aplicado preferentemente al propietario del establecimiento y en su ausencia, al gerente/responsable o encargado y como último recurso, cuando era necesario, a uno de los empleados con más alto nivel jerárquico. Para determinar lo anterior se empleó la fórmula propuesta por Stevenson para muestras de una población delimitada, usando un nivel de confianza de 95 por ciento y un error muestral de 5.1 por ciento.

El instrumento se adaptó de la propuesta de Wong (2005) el cual está conformado de cuatro dimensiones: Desarrollo Económico Sostenible (DES), Desarrollo Social Equitativo (DSE), Desarrollo Ambiental Sustentable (DAS), Desarrollo Institucional Eficiente y Participativo (DIEP), adicionalmente se agregó una quinta dimensión que es Desarrollo Tecnológico Equitativo (DTE). El instrumento está conformado por 86 reactivos, los cuales están distribuidos de la siguiente forma: 26 reactivos en la dimensión DES, 21 en DSE, 14 en DAS, 19 en DIEP y 6 reactivos en DTE. Adicionalmente, se consideran cuatro variables en el instrumento, tres de ellas categóricas: sexo, escolaridad y ocupación, así como la edad del encuestado. Esta información se recaba para analizar si estas variables presentan influencia sobre la percepción del desarrollo sustentable para la ciudad de Navojoa. Para efectos de los resultados presentados en este documento no se analiza la variable ocupación, el cual se desarrollará posteriormente dado que la investigación actualmente se encuentra en proceso y además se analizarán las percepciones de otros sectores de la sociedad como el educativo y el gobierno.

Los 86 reactivos se contestan con una escala tipo Likert, con seis valores posibles de respuestas, representados con los valores de 1 a 6, representando cada valor lo siguiente: 1=nulo/inexistente; 2=muy bajo; 3=bajo; 4=medio/mínimo aceptable; 5=alto y 6=muy alto. La opción a elegir es la que mejor represente o refleje la postura del encuestado en el planteamiento con relación a la ciudad de Navojoa.

En función del número de reactivos y del número de participantes necesarios para realizar una validación del instrumento, se tomó la decisión de validar el instrumento con la muestra determinada para su aplicación, eliminando los reactivos, *a posteriori*, que no cumplieran con las pruebas de validación estadística empleadas.

Es pertinente señalar que las diversas pruebas de validez y confiabilidad realizadas al instrumento se desarrollaron en base a lo sugerido por Anastasi y Urbina (1999) usando para ello el programa S.P.S.S. versión 15.0 para Windows, el cual usa para todas las pruebas un 95

por ciento de nivel de confianza. En primer lugar, se realizó una prueba de validez concurrente a través de grupos contrastados. En segundo lugar se realizó un análisis de confiabilidad de consistencia interna por dimensiones del instrumento. En tercer lugar se realizó un análisis de confiabilidad de consistencia interna para todos los reactivos en forma general, es decir, sin estar agrupados por cada dimensión.

Una vez realizadas las pruebas de validez y confiabilidad del instrumento y después de eliminar los reactivos que se mencionan en el siguiente apartado, se procedió a identificar los valores medios de cada reactivo y dimensión, identificando las medias más bajas por reactivo. Además se realizaron modelos de análisis de varianza para conocer si las variables sexo y escolaridad presentan influencia sobre la percepción del desarrollo en la ciudad de Navojoa, así como un modelo de regresión lineal para la variable edad, para lo anterior se utilizó el software Eviews 3.0 para Windows, en todos los modelos se empleó un nivel de confianza del 95 por ciento.

Resultados y Discusión

En el presente apartado se presentan los resultados y su discusión en dos partes, la primera relacionados con los resultados derivados de las pruebas de validez y confiabilidad aplicados al instrumento y en una segunda parte a los resultados y su discusión derivado de la aplicación del instrumento a la muestra.

Resultados de validez y confiabilidad del instrumento

Es pertinente señalar que el reactivo 31 se tomó la decisión de eliminarse del instrumento debido a que la redacción del mismo presentaba inconsistencias que podrían derivar en interpretación de respuestas opuestas en función de los encuestados, provocando confusión.

Como primer resultado se reportan los arrojados por la prueba de validez concurrente a través de grupos contrastados, esta prueba rechaza el reactivo 52 (0.673) dado que no permite discriminar entre los sujetos que contestan con puntajes altos respecto a los que contestan con puntajes bajos, se omiten las tablas correspondientes debido a la extensión del presente documento, solo se incluye la probabilidad esperada (entre paréntesis) del estadístico de prueba correspondiente. El reactivo 52, correspondiente a la dimensión Desarrollo Ambiental Sustentable (DAS) establece lo siguiente: Estado de la contaminación. Al realizar el

concentrado de las respuestas del reactivo en mención, se aprecia que la escala de respuesta debe interpretarse de manera inversa al resto de reactivos, por lo que se procedió a concentrar la información registrando en orden inverso los valores de los mismos; quizá en parte esta situación provocó, así como la redacción del reactivo, la presencia de inconsistencia en las respuestas.

En un segundo momento se realizaron pruebas de confiabilidad por consistencia interna para cada una de las dimensiones que considera el instrumento, mediante la prueba de Alfa de Cronbach, los resultados por categoría, se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 1. Estadísticos de fiabilidad por dimensión.

| Dimensión | Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-----------|------------------|----------------|
| DES | .875 | 26 |
| DSE | .907 | 20 |
| DAS | .809 | 13 |
| DIEP | .955 | 19 |
| DTE | .863 | 6 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar, los valores del alfa de Cronbach para cada una de las cinco dimensiones del instrumento están por encima del valor de referencia de 0.8 por lo que se considera que el instrumento presenta una confiabilidad aceptable. Aunque en lo general se acepta la confiabilidad de los reactivos agrupados por dimensión, en lo individual solo uno de los reactivos presentó inconsistencia interna, siendo el reactivo 51. “Existencia de áreas naturales protegidas”, perteneciente a la dimensión de Desarrollo Ambiental Sustentable, como se puede apreciar en la tabla 2 presenta una correlación negativa de -0.592 respecto del resto de los reactivos.

En la tabla 2, también se aprecia que al eliminar el reactivo 51, mejora el alfa de Cronbach para la dimensión DAS, elevándose a 0.864 con la diferencia de que esta categoría quedaría conformada por 12 reactivos, en lugar de los 13 reactivos reportados en la tabla 1. Por efectos de espacio en el presente informe, las tablas análogas a la tabla 2 del resto de las dimensiones no se incorporan a este apartado, atendiendo además a que ningún reactivo en lo individual se rechaza ya que no presentan una correlación baja o negativa, como es el caso, únicamente, del reactivo 51.

Por último, se realizó el análisis de confiabilidad por consistencia interna para todo el instrumento en general, es decir, sin considerar la separación por dimensiones, para el total de 83 reactivos (recordemos que se eliminaron los reactivos 31, 51 y 52 de un total de 86 que originalmente se presentaron) obteniendo un alfa de Cronbach de 0.970 es cuál es altamente aceptable, con respecto al valor de referencia generalmente empleado de 0.800. En el análisis individual de correlación de los reactivos (ver Tabla 3) solo el reactivo 6 presenta una baja correlación de 0.170, lo que es menor al valor de referencia de 0.2, por lo que se toma la decisión de eliminarlo del instrumento, como se puede observar, al eliminar el reactivo en mención el alfa de Cronbach mejora a 0.971, por efectos de extensión del documento solo se incluye parte de la tabla correspondiente.

Tabla 2. Estadísticos total-elemento DAS.

| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
|-----|----------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| r48 | 42.2900 | 96.401 | .650 | .782 |
| r49 | 42.5400 | 86.610 | .280 | .857 |
| r50 | 42.7133 | 98.740 | .616 | .786 |
| r51 | 42.6800 | 129.790 | -.592 | .864 |
| r53 | 42.7733 | 100.069 | .509 | .792 |
| r54 | 43.1767 | 100.688 | .424 | .798 |
| r55 | 42.9033 | 95.506 | .650 | .781 |
| r56 | 42.7033 | 96.290 | .713 | .780 |
| r57 | 42.6433 | 93.635 | .748 | .774 |
| r58 | 42.5533 | 93.967 | .686 | .778 |
| r59 | 42.8467 | 95.568 | .698 | .779 |
| r60 | 42.7833 | 95.207 | .679 | .779 |
| r61 | 42.8333 | 95.357 | .700 | .779 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Estadísticos total-elementos totales.

| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
|-----|----------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| r01 | 322.6200 | 3247.755 | .447 | .970 |
| r02 | 322.9700 | 3247.327 | .468 | .970 |
| r03 | 322.5300 | 3236.651 | .530 | .970 |
| r04 | 323.0200 | 3223.123 | .507 | .970 |
| r05 | 322.8633 | 3249.256 | .371 | .970 |
| r06 | 322.6333 | 3276.942 | .170 | .971 |
| ... | | | | |
| r86 | 322.3633 | 3221.169 | .606 | .970 |

Fuente: Elaboración propia.

Resultados derivados de la aplicación del instrumento

A continuación se muestran en la tabla 4 las medias muestrales y su desviación estándar por cada reactivo del instrumento.

Tabla 4. Medias muestrales por reactivo.

| Reactivo | Media | Desviación estándar | Reactivo | Media | Desviación estándar | Reactivo | Media | Desviación estándar |
|----------|-------|---------------------|----------|-------|---------------------|----------|-------|---------------------|
| 1 | 4.52 | 1.04 | 30 | 3.89 | 1.26 | 61 | 3.45 | 1.22 |
| 2 | 4.17 | 1.00 | 32 | 3.99 | 1.21 | 62 | 4.07 | 1.45 |
| 3 | 4.61 | 1.06 | 33 | 3.99 | 1.21 | 63 | 3.67 | 1.18 |
| 4 | 4.12 | 1.34 | 34 | 4.26 | 1.04 | 64 | 3.83 | 1.15 |
| 5 | 4.27 | 1.21 | 35 | 3.80 | 1.15 | 65 | 3.81 | 1.13 |
| 7 | 4.00 | 1.16 | 36 | 3.64 | 1.18 | 66 | 3.79 | 1.23 |
| 8 | 4.32 | 1.10 | 37 | 3.85 | 1.07 | 67 | 3.74 | 1.14 |
| 9 | 4.29 | 1.21 | 38 | 3.87 | 1.05 | 68 | 3.70 | 1.23 |
| 10 | 4.05 | 1.02 | 39 | 4.12 | 0.97 | 69 | 3.74 | 1.14 |
| 11 | 3.69 | 1.14 | 40 | 3.84 | 1.08 | 70 | 3.69 | 1.26 |
| 12 | 4.07 | 1.16 | 41 | 3.71 | 1.10 | 71 | 3.86 | 1.18 |
| 13 | 4.08 | 1.17 | 42 | 3.74 | 2.06 | 72 | 3.69 | 1.14 |
| 14 | 4.34 | 1.28 | 43 | 3.61 | 1.23 | 73 | 3.81 | 1.08 |
| 15 | 4.08 | 0.99 | 44 | 3.75 | 1.13 | 74 | 3.70 | 1.15 |
| 16 | 4.15 | 1.02 | 45 | 3.76 | 1.08 | 75 | 3.70 | 1.19 |
| 17 | 4.33 | 0.94 | 46 | 3.90 | 1.06 | 76 | 3.70 | 1.11 |
| 18 | 4.17 | 1.05 | 47 | 3.90 | 1.02 | 77 | 3.65 | 1.19 |
| 19 | 4.23 | 2.55 | 48 | 4.00 | 1.23 | 78 | 3.59 | 1.10 |
| 20 | 4.11 | 1.16 | 49 | 3.75 | 3.20 | 79 | 3.72 | 1.16 |
| 21 | 3.84 | 1.12 | 50 | 3.57 | 1.11 | 80 | 3.80 | 1.15 |
| 22 | 4.01 | 1.19 | 53 | 3.51 | 1.19 | 81 | 4.24 | 1.28 |
| 23 | 4.13 | 3.18 | 54 | 3.11 | 1.31 | 82 | 4.24 | 1.20 |
| 24 | 4.02 | 1.07 | 55 | 3.38 | 1.29 | 83 | 4.58 | 1.11 |
| 25 | 3.86 | 1.08 | 56 | 3.58 | 1.14 | 84 | 4.54 | 1.13 |
| 26 | 4.04 | 1.14 | 57 | 3.64 | 1.27 | 85 | 4.81 | 1.09 |
| 27 | 4.43 | 1.14 | 58 | 3.73 | 1.34 | 86 | 4.77 | 1.15 |
| 28 | 4.07 | 0.99 | 59 | 3.44 | 1.21 | | | |
| 29 | 3.95 | 1.10 | 60 | 3.50 | 1.26 | | | |

Fuente: Elaboración propia.

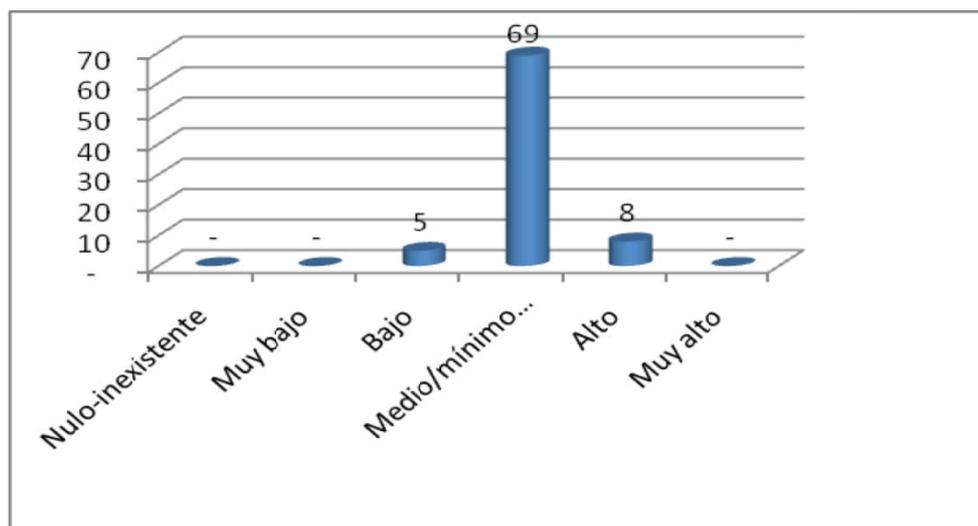
Dado que los valores mínimos y máximo de las medias son 1 y 6, el rango entre estos valores se dividió entre las 5 categorías para obtener los intervalos por dimensiones quedando de la siguiente forma:

Tabla 5. Intervalos por escala de respuesta.

| Escala de Respuesta | Valor | |
|------------------------|----------|----------|
| | Inferior | Superior |
| Nulo-inexistente | 1.00 | 1.83 |
| Muy bajo | 1.84 | 2.67 |
| Bajo | 2.68 | 3.50 |
| Medio/mínimo aceptable | 3.51 | 4.33 |
| Alto | 4.34 | 5.17 |
| Muy alto | 5.18 | 6.00 |

Fuente: Elaboración propia.

En función de lo anterior, las medias de los reactivos presentan la distribución que se muestra en la gráfica 1 en función de la escala de respuestas del instrumento.



Gráfica 1. Distribución de las medias.

Fuente: Elaboración propia.

Los reactivos con medias más bajas son el 54, 55, 59, 61, y 60, en la tabla 6 se muestran el reactivo acompañado de su media y desviación estándar. Resulta por demás notorio que los 5 reactivos con media más baja correspondan a la dimensión de Desarrollo Ambiental Sustentable. Llama la atención que al menos 3 de estos reactivos tienen relación directa con el sector empresarial, pues la iniciativa privada puede, bajo un enfoque de Empresa Socialmente Responsable, implementar una serie de acciones y programas que apoyen y

fortalezcan el Desarrollo Ambiental Sustentable, los reactivos 60 y 61 aluden de al papel que juega el gobierno, bajo sus diferentes ámbitos y dependencias en la regulación de programas y normatividad de tipo ecológico lo que permite inferir que el gobierno tiene una importante área de oportunidad.

Tabla 6. Reactivos con medias más bajas.

| No. | Reactivo | Media | Desviación Estándar |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------|
| 54 | Cultura y cuidado del agua | 3.11 | 1.31 |
| 55 | Existencia de áreas verdes en la ciudad | 3.38 | 1.29 |
| 59 | Existencia de infraestructura ambiental (plantas de tratamiento de agua; disposición de desechos, entre otros) | 3.44 | 1.21 |
| 61 | Implementación de programas de ordenamiento ecológico territorial | 3.45 | 1.22 |
| 60 | Aplicación de la normatividad ambiental | 3.50 | 1.26 |

Fuente: Elaboración propia.

Para analizar la media por reactivo en función de las dimensiones del instrumento, se desarrolló un modelo de análisis de varianza (ANOVA) en donde la variable dependiente es la media por reactivo, la variable independiente es una variable instrumental, también conocida como categórica de las dimensiones del instrumento, de acuerdo a lo sugerido por Carrascal, González y Rodríguez (2001). Los resultados del modelo se presentan en la tabla 7.

Tabla 7. Modelo ANOVA con dimensiones.

| Variable Dependiente: MEDIA_REACTIVO | | | |
|--------------------------------------|------------|----------------|---------------|
| Método: Mínimos cuadrados | | | |
| Muestra: 1 82 | | | |
| Observaciones incluidas: 82 | | | |
| Variable | Coficiente | Error estándar | Estadístico t |
| C | 4.14 | 0.038053 | 108.7958 |
| DSE | -0.24 | 0.057079 | -4.143351 |
| DAS | -0.59 | 0.066819 | -8.755027 |
| DIEP | -0.39 | 0.057908 | -6.725745 |
| DTE | 0.39 | 0.086495 | 4.508907 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el modelo la media para la dimensión DES es de 4.14, el valor de la media de la dimensión DTE es de 4.53 ($4.14+0.39$), el valor medio de DSE es 3.9 ($4.14-0.24$) el valor medio de DAS es 3.55 ($4.14-0.59$) y de DIEP 3.75 ($4.14-0.39$). Como ya se mencionó en el apartado del método, el programa empleado para los modelos ANOVA fue el E views 3.0 para Windows, el nivel de confianza fue del 95 por ciento.

Solo la dimensión DTE obtuvo una media que la ubica en la escala Alto, el resto de las dimensiones, DES, DSE, DAS y DIEP obtuvieron un media que las ubica en la escala de Nivel medio/ mínimo aceptable, lo cual ofrece grandes áreas de oportunidad para lograr un desarrollo sustentable más significativo y mejorar la percepción de la sociedad, específicamente del sector empresarial. La dimensión con la media menor fue Desarrollo Ambiental Sustentable. En términos generales la media del instrumento fue de 3.94, en consecuencia se ubica en el nivel de respuesta de medio/mínimo aceptable.

Una variable de clasificación que se obtuvo como información adicional del instrumento fue el grado de escolaridad, sexo y la edad, en seguida se presentan los modelos relativos a estas variables empleadas como independientes y su relación o influencia con el nivel de percepción de desarrollo, medido a través de las respuestas dadas al instrumento.

En primer lugar se presenta un modelo ANOVA (tabla 8) en donde la variable dependiente es el nivel de percepción medido a través del valor medio por instrumento y la variable independiente es una variable instrumental del grado de escolaridad.

Tabla 8. Modelo ANOVA con grado de escolaridad.

| Variable Dependiente: MEDIA_INSTRUM | | | |
|-------------------------------------|--------------|----------------|---------------|
| Método: Mínimos Cuadrados | | | |
| Muestra: 1 300 | | | |
| Observaciones incluidas: 300 | | | |
| Variable | Coefficiente | Error estándar | Estadístico t |
| Licenciatura | 3.906216 | 0.066571 | 58.67746 |
| Primaria | -0.003489 | 0.163681 | -0.021315 |
| Secundaria | -0.067466 | 0.140727 | -0.479411 |
| Preparatoria | 0.081489 | 0.091999 | 0.885757 |
| Maestría | 0.059168 | 0.2056 | 0.287783 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla anterior, empleando un 95 por ciento de nivel de confianza se concluye que no hay evidencia estadísticamente significativa de que el grado de escolaridad influye en la percepción del nivel de desarrollo sustentable de la ciudad de Navojoa.

En la tabla 9, se muestra el modelo ANOVA que relaciona el nivel de percepción de

desarrollo con la variable instrumental sexo, en el mismo se aprecia que el sexo no es un factor que influya en el grado de percepción del nivel de desarrollo.

Tabla 9. Modelo ANOVA con sexo del encuestado.

| Variable Dependiente: MEDIA_INSTRUM | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------|---------------|
| Método: Mínimos Cuadrados | | | |
| Muestra: 1 300 | | | |
| Observaciones incluidas: 300 | | | |
| Variable | Coficiente | Error estándar | Estadístico t |
| Femenino | 3.902632 | 0.060618 | 64.38094 |
| Masculino | 0.057189 | 0.081246 | 0.703896 |

Fuente: Elaboración propia.

Empleando un 95 por ciento de nivel de confianza, se concluye que no hay evidencia estadísticamente significativa de que el sexo del encuestado influye en la percepción del nivel de desarrollo sustentable de la ciudad de Navojoa.

Por último se presenta un modelo de regresión lineal simple (tabla 10) en donde se relaciona la percepción del nivel de desarrollo con la variable independiente edad (el encuestado contestó asentando los años cumplidos)

Tabla 10. Modelo de regresión con edad.

| Variable Dependiente: MEDIA_INSTRUM | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------|---------------|
| Método: Mínimos Cuadrados | | | |
| Muestra: 1 300 | | | |
| Observaciones incluidas: 300 | | | |
| Variable | Coficiente | Error estándar | Estadístico t |
| C | 3.769872 | 0.132193 | 28.51788 |
| EDAD | 0.004931 | 0.003772 | 1.307271 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla anterior, la edad no es una variable que influye en la percepción del nivel de desarrollo de la ciudad de Navojoa.

Conclusiones

Derivado de los resultados y su discusión, presentados en el apartado anterior se obtienen las siguientes conclusiones:

- El instrumento presenta un grado aceptable de validez y confiabilidad de acuerdo con las pruebas realizadas.

- El nivel general de percepción de desarrollo en el sector empresarial se considera medio / mínimo aceptable.
- La dimensión de Desarrollo Tecnológico Equitativo es la dimensión con más alta percepción de nivel de desarrollo, ubicándose en nivel alto, de acuerdo a la escala empleada en el instrumento.
- El resto de las dimensiones, DES, DSE, DAS DIEP se ubican en el nivel de mínimo aceptable.
- La Dimensión DAS es la dimensión con el nivel de percepción más bajo, lo que provee mayores áreas de oportunidad del resto, aunque se ubica dentro de mismo rango de mínimo aceptable, su media es menor al del resto, dado que hay evidencia estadísticamente significativa que lo avala.
- La escolaridad, sexo, y edad del encuestado no son variables o factores que influyen en el nivel de desarrollo que percibe las personas.

En función de lo anterior, se formulan las siguientes recomendaciones:

- Continuar con la investigación en otros sectores de la sociedad, tales como el educativo, gobierno, entre otros para realizar los análisis que permitan contrastar la percepción de esos sectores y realizar comparaciones entre ellos.
- Una vez realizados los estudios del punto anterior, diseñar estrategias que permitan acceder a estadios más elevados de desarrollo en las diferentes dimensiones, para ello el trabajo de investigación y vinculación de la universidad es crucial.

Referencias bibliográficas

- Anastasi, A. & Urbina, S. (1999). *Tests psicológicos*. Prentice Hall, Séptima edición. México, 85-193.
- Carrascal, U., González, Y. & Rodríguez, B. (2001) *Análisis econométrico con Eviews*, primera edición, segunda reimpresión, Alfaomega, México, 137-150.
- Castro Álvarez, U. (2008). *Economía de México y desarrollo sustentable*. Red Académica Iberoamericana Local – Global, 85-89.
- Escobar Delgadillo, J. (2007). *El Desarrollo Sustentable en México*. Revista Digital Universitaria, 1-12.
- Gutiérrez Nájera, R. (1996). *El desarrollo sustentable: un camino a seguir*. *Espiral*, enero-abril, 197-227.
- Hernández Moreno, S. & Garduño Hernández, A. (2010). *Tecnologías actuales aplicadas al desarrollo urbano sustentable*. *Acta Universitaria*, Enero-Abril, 25-34.
- Jickling, B. (2006). *Advertencia sostenida. Desarrollo sustentable en un mundo globalizado*. *Trayectorias*, VIII, Enero-Agosto, 63-73.
- Lares Molina, O. & López Flores, M. A. (2004). *Metodología de diagnóstico para el Desarrollo Sustentable*. *Revista del Centro de Investigación*. Universidad La Salle, julio-diciembre, 27-38.
- Martínez Castillo, R. (2003). *Alternativas para un desarrollo sustentable*. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 11-25.
- Pérez Hasbun, D. (2008). *Gerencia PYME, fortaleza sustentable para el Desarrollo Endógeno*. *Multiciencias*, enero-abril, 81-90.
- Rappo Miguez, S. & Vázquez Toriz, R. (2007). *Líneas estratégicas para construir una propuesta de Desarrollo Sustentable en la región Centro-Oriente de Puebla*. *Aportes*, enero-abril, 79-99.
- Tetreault, D. (2004). *Una taxonomía de modelos de desarrollo sustentable*. *Espiral*, Enero/ Abril, 45-80.
- Urquidi, V. L. (2000). *El desarrollo sustentable en la perspectiva Canadá-México*. *Estudios Demográficos y Urbanos*, mayo-agosto, 409-418
- Wong González, P. (2005). *Propuesta Metodológica para el Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional*. CIAD, A.C. 1-36.

EL CÁRTAMO; CULTIVO DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICA Y UNA OPORTUNIDAD RENTABLE PARA EL ESTADO DE SONORA

*Erika Ivett Acosta Mellado, Cecilia Aurora Murillo Félix,
Celia Yaneth Quiroz Campas & Gilberto Manuel Córdoba Cárdenas*

Resumen

Como parte de las actividades del Cuerpo Académico de Gestión Organizacional y Desarrollo Sustentable se llevan a cabo proyectos de investigación que responden a necesidades de la región y considerando las necesidades que tiene el estado de Sonora respecto a agricultura se ha llevado a cabo una investigación acerca de la importancia estratégica del cultivo del cártamo en la entidad. En éste sentido de la presente, la metodología empleada fue la realización de una matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), pudiendo así destacar los aspectos positivos y negativos que se devengan de dicho cultivo y de ésta manera poder utilizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, eliminar las debilidades y esquivar las amenazas, de ésta manera a lo largo de la investigación se denotan diversas ventajas y beneficios que posee el productor de cártamo.

Introducción

La agricultura sigue siendo una de las actividades más importantes para la economía mundial, pues de ella depende la alimentación primaria de millones de personas. El clima, la riqueza del suelo, lo mismo que la extensión territorial, son factores determinantes para la capacidad productiva de un país, sin embargo, también influyen drásticamente la demanda de esos productos, la competencia de precios y la infraestructura que se crea alrededor para hacer rentable la producción.

El cártamo es una oleaginosa que está adaptada a climas áridos y semiáridos, así como también se puede desarrollar en suelos tanto arcillosos como arenosos, la mayor parte de la superficie agrícola del estado de Sonora reúne dichas características, por lo cual es apta para este cultivo, que principalmente se ha desarrollado en los valles del Yaqui y Mayo.

El principal producto que se genera del cártamo es la semilla, que se utiliza para la elaboración de aceites comestibles, de la misma se obtiene además harina de cártamo, utilizada principalmente para alimentación animal, debido a su alto contenido en proteína y fibra; industrialmente se utilizan las flores para fabricar pinturas y esmaltes.

El gran déficit que tiene nuestro país en cuanto a la balanza comercial en el consumo de cártamo, así como también otras oleaginosas como soya y canola, provoca que el gobierno federal incentive a los productores mexicanos a optar por estos cultivos mediante apoyos a la comercialización. Sonora tiene las condiciones climáticas y geológicas aptas para cultivar cártamo con niveles de productividad suficientes para considerar viable la inversión en este cultivo.

El presente trabajo tiene por objeto analizar, a través de un análisis de Fortalezas,

Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), la importancia que tiene el cártamo como cultivo estratégico y demostrar con el análisis de sus componentes, que representa una oportunidad rentable para el estado de Sonora.

México ha figurado como uno de los líderes a nivel mundial en cuanto a la producción y superficie sembrada de esta oleaginosa desde los años 50 gracias a la incursión del estado de Sonora en la producción de cártamo desde ese periodo, es decir, nuestro país ha permanecido dentro de los tres primeros según la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) compitiendo con países como India y Estados Unidos, además de Kazajstán y Australia. Al cierre del 2007 México participaba con el 10% de la superficie sembrada de cártamo a nivel mundial, así como también el 13% en cuanto a la producción, logrando el tercer lugar en ambos rubros, detrás de India y Estados Unidos.

Fundamentación Teórica

La agricultura (del latín agricultūra 'cultivo de la tierra' y éste de los términos latinos agri 'campo' y cultura 'cultivo, crianza'), es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la parte del sector primario que se dedica a ello. En ella se engloban los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y los cultivos de vegetales. Comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras.

Las actividades relacionadas son las que integran el llamado sector agrícola. Todas las actividades económicas que abarca dicho sector tienen su fundamento en la explotación de los recursos que la tierra origina, favorecida por la acción del hombre: alimentos vegetales como cereales, frutas, hortalizas, pastos cultivados y forrajes; fibras utilizadas por la industria textil; cultivos energéticos; etc.

Es una actividad de gran importancia estratégica como base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de las naciones. La ciencia que estudia la práctica de la agricultura es la agronomía. El inicio de la agricultura se encuentra en el período Neolítico, cuando la economía de las sociedades humanas evolucionó desde la recolección, la caza y la pesca a la agricultura y la ganadería. Las primeras plantas cultivadas fueron el trigo y la cebada. Sus orígenes se pierden en la prehistoria y su desarrollo se gestó en varias culturas que la practicaron de forma independiente, como las que surgieron en el denominado Creciente

Fértil (zona de Oriente Próximo desde Mesopotamia al Antiguo Egipto), las culturas recolonias de América Central, la cultura desarrollada por los chinos al este de Asia, etc.

Se produce una transición, generalmente gradual, desde la economía de caza y recolección a la agrícola. Las razones del desarrollo de la agricultura pudieron ser debidas a cambios climáticos hacia temperaturas más templadas; también pudieron deberse a la escasez de caza o alimentos de recolección, o a la desertización de amplias regiones. A pesar de sus ventajas, según algunos antropólogos, la agricultura significó una reducción de la variedad en la dieta, creando un cambio en la evolución de la especie humana hacia individuos más vulnerables y dependientes de un enclave que sus predecesores.

La agricultura y la dedicación de las mujeres a una maternidad intensiva, según García (2005), permitieron una mayor densidad de población que la economía de caza y recolección por la disponibilidad de alimento para un mayor número de individuos. Con la agricultura las sociedades van sedentarizándose y la propiedad deja de ser un derecho sólo sobre objetos móviles para trasladarse también a los bienes inmuebles, se amplía la división del trabajo y surge una sociedad más compleja con actividades artesanales y comerciales especializadas, los asentamientos agrícolas y los conflictos por la interpretación de linderos de propiedad dan origen a los primeros sistemas jurídicos y gubernamentales.

Desarrollo de la agricultura.

En los primeros tiempos de Roma se cultivaban principalmente cereales, leguminosas y hortalizas, pero en la época de la expansión republicana e imperial la agricultura incluía, además del trigo (el pan fue siempre la base de la alimentación) los otros dos elementos de la llamada tríada o trilogía mediterránea).

Las técnicas agrícolas se basaban en el uso del arado romano, tirado habitualmente por bueyes, y en el sistema de barbecho. Otros aportes fueron las prensas de aceite, algunas técnicas de regadío y de abono.

A lo largo de la Edad Media la introducción del uso de arados pesados (con ruedas y vertedera) permitió un cultivo más profundo de los suelos del norte de Europa (se incorporó a lo largo del siglo XI en las regiones al norte de los Alpes, mientras que los suelos frágiles de la zona mediterránea seguían vinculados al arado romano). Los molinos hidráulicos (posteriormente los de viento introducidos desde Persia) incrementaron de forma importante la

productividad del trabajo, al igual que la mejora paulatina de los aperos agrícolas, como nuevos tipos de trillos, hoces y guadañas.

Estos cambios causaron un crecimiento, tanto en la variedad como en la cantidad de las cosechas, que tuvo efectos importantes en la dieta de la población. El campo fue el gran protagonista en la plena Edad Media europea. Los recursos que aportaba la agricultura y la ganadería eran la base de la economía y la tierra era el centro de las relaciones sociales, siendo la distribución de sus excedentes la que permitió la revolución urbana que se vivió entre los siglos XI y XIII, cumbre del periodo denominado óptimo medieval, beneficiado por un clima especialmente benigno. La tasa de crecimiento promedio interanual de la población europea durante el período 1000-1300 fue de 0,2%. Entre las causas de la reducción de la tasa de mortalidad que permitió ese crecimiento, leve pero sostenido, se ha sugerido la mejora en la alimentación producto de la incorporación del octavo aminoácido, gracias al consumo de la lenteja.

En la Edad Moderna en la Europa noroccidental, especialmente en Holanda e Inglaterra, los cambios sociales y políticos (revolución burguesa) se vieron acompañados en el campo por una revolución agrícola previa a la revolución industrial del siglo XVIII, que intensificó los cultivos, aumentando los rendimientos gracias a mejoras técnicas y productivas (rotación de cultivos de cuatro hojas de Waasland; aperos de Jethro Tull) y a la introducción de nuevos cultivos.

En la Edad Contemporánea el uso de abonos químicos (fosfatos, nitratos, etc.) la mecanización y los estudios científicos de la edafología y la ingeniería agrícola transformaron la agricultura, a finales del siglo XIX, en una actividad similar a la industrial en cuanto a su conexión con la ciencia y tecnología. No obstante, la dependencia de la climatología y la periódica irrupción de plagas (hambre irlandesa de 1845-1849, con afectación de la patata, filoxera desde 1863, con afectación de la vid) produjeron periódicas crisis agrícolas.

La revolución verde de la segunda mitad del siglo XX significó un salto cualitativo en la tecnificación de la agricultura en todo el mundo, basándose en mejoras tecnológicas avanzadas como las semillas de alto rendimiento, que a finales de siglo XX experimentó un nuevo impulso con la biotecnología. Simultáneamente, la evolución generalizada hacia una agricultura de mercado produjo la cada vez mayor dependencia de los plaguicidas y el abonado

intensivo, con graves problemas medioambientales como la contaminación de suelos y acuíferos y una drástica reducción de la biodiversidad; a lo que se ha pretendido responder con el planteamiento de una denominada agricultura sostenible. Hamilton, (2011).

En el Siglo XX, especialmente con la aparición del tractor, las exigentes tareas de sembrar, cosechar y trillar pueden realizarse de forma rápida y a una escala antes inimaginable. Según la Academia Internacional de Ingeniería de EE.UU, la mecanización agraria es uno de los 20 mayores logros de la ingeniería del siglo XX. A principios del siglo XX, en EE.UU. se necesitaba un granjero para alimentar de 2 a 5 personas, mientras que hoy, gracias a la tecnología, los agroquímicos y las variedades actuales, un granjero puede alimentar a 130 personas. El costo de esta productividad es un gran consumo energético, generalmente de combustibles fósiles.

El descubrimiento de la agricultura en México debió ocurrir en varios núcleos, a partir de los cuales se difundió a otras regiones.

Los cultivos más antiguos de México debieron ser el guaje y la calabaza, cuyos restos más antiguos datan del final del periodo Cenolítico Superior. Más tarde se domesticaron frijol, maíz, maguey, nopal, yuca, jitomate, aguacate, amaranto, chile, zapote, ciruela y algodón. Tiene especial importancia la agricultura del maíz, base de la civilización mesoamericana. Nuevos fechamientos de los restos encontrados en Coxcatlán y Las Abejas, en el valle de Tehuacán, ubican en el año 3000 a. C., y apuntan a que el proceso que llevó a la creación de la especie *Zea mays*, a partir de *Zea mexicana* (teocintle), debió ocurrir en la cuenca de México. Incluso, desde hace tiempo se disputa el origen del maíz, al cual ciertos investigadores conceden un origen andino.

Oasisamérica fue la última de las superáreas culturales del México precolombino en desarrollarse. Es resultado de un lento proceso de introducción de las técnicas agrícolas de sus vecinos del sur los mesoamericanos. La antigüedad de la agricultura oasisamericana es debatida, pues los indicios más antiguos, encontrados en Bat Cave, Nuevo México, parecen tener entre 5000 y 3500 años de antigüedad.

Uno de los factores del tardío desarrollo de la agricultura en esta región es la carencia de agua. De hecho, nace en el corazón desértico de Aridoamérica, en los extensos territorios de Chihuahua y Sonora (México), y en Arizona, Nuevo México, Nevada, Colorado y Utah, en el

suroeste de los Estados Unidos.

Metodología

La metodología empleada en la elaboración de la presente investigación fue el desarrollo de una matriz FODA, el cual es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos según Simoneaux y Stroud (2011). El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

En síntesis:

- Las Fortalezas deben utilizarse,
- las Oportunidades deben aprovecharse,
- las debilidades deben eliminarse y
- las amenazas deben sortearse

Resultados y Discusión

Tabla 1. Análisis FODA

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">- Condiciones climáticas y geológicas aptas.- Resistente a periodos prolongados sin humedad.- Diversidad de productos que se originan de la planta. | DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">- Poco conocimiento del proceso de producción por parte de la mayoría de los agricultores. |
| OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">- Apoyos a la comercialización por parte del gobierno federal.- Ahorro de agua de riego.- Menor inversión por hectárea respecto a otros cultivos.- Nuevas variedades de semilla con tolerancia a enfermedades y mayores rendimientos.- Situación del mercado nacional.- Industria local. | AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">- Exceso de humedad provocado por lluvias.- Enfermedades (falsa cenicienta)- Gran arraigo del cultivo de trigo en el estado.- Escasas opciones de financiamiento.- Ausencia de agricultura por contrato. |

Elaboración propia.

Con la finalidad de demostrar la viabilidad del cultivo de cártamo como una oportunidad rentable para el estado de Sonora se realiza el siguiente análisis derivado de la matriz FODA.

En la agricultura existen dos ciclos de siembra además de los cultivos perennes, es decir cultivos que pueden desarrollarse durante todo el año, dichos ciclos con el de Otoño-Invierno y el de Primavera-Verano. El periodo óptimo de siembra del cártamo en modalidad de riego y para el ciclo Otoño-Invierno se da en los meses de Diciembre y Enero, siendo factible el cultivo aún cuando se siembre en Febrero, aunque la curva de producción potencial empieza a disminuir a partir de mediados de Enero. Como se mencionaba anteriormente, los agricultores sonorenses perciben al cultivo de cártamo como un cultivo secundario, que generalmente se da por temporal, efectuando las labores de siembra como segundo cultivo, además durante los meses correspondientes al ciclo Primavera-Verano, por lo que la productividad obtenida al

momento de la cosecha es menor a lo que potencialmente es capaz de producir la planta.

Generalmente, la perspectiva que se tiene respecto a la opción de cultivar cártamo, es que se trata de un cultivo de temporal, es decir se siembra poco antes de las épocas del año en las que se manifiestan precipitaciones pluviales en la región para que con éstas se irrigue el cultivo y pueda desarrollarse la planta, a diferencia de la modalidad de riego donde el agricultor que es usuario de un módulo o unidad de riego tiene una dotación de agua establecida para ejercerla en los cultivos de su terreno. Aunado a lo anterior, una de las principales barreras para decidirse por esta oleaginosa, es el desarrollo de una nueva enfermedad conocida como falsa cenicilla, para la cual ya existe una variedad resistente, aunque esto último ha sido poco promovido por las entidades gubernamentales y comerciales, por lo que sigue sin ser del conocimiento popular entre los campesinos y agricultores.

La temperatura óptima de germinación para esta planta es de 15 a 20 grados centígrados, por lo que el periodo de siembra óptimo es entre diciembre y febrero durante el ciclo otoño-invierno, aunque también se cultiva en el ciclo Primavera-Verano pero con rendimientos menores.

La cosecha se realiza generalmente 140 días después de la siembra cuando la semilla tiene entre 8 y 10% de humedad, el cártamo se utiliza para producir aceites con un bajo porcentaje de ácidos grasos saturados, existen dos tipos de aceites que se extraen del cártamo, oleicos y linolécicos, este último es considerado de alta calidad alimenticia, es utilizado para ensaladas y la elaboración de margarinas livianas.

Es necesario que los productores evalúen las posibilidades que les ofrece el cultivo de cártamo, cuando éste es desarrollado durante el ciclo Otoño-Invierno en la modalidad de riego, ya que definitivamente se obtendrán mayores rendimientos en cuanto a toneladas por hectárea. Esto no se ha dado debido a que la época de siembra coincide en parte con la de trigo, generando en los agricultores la idea de que al sembrar cártamo están incurriendo en un costo de oportunidad por no sembrar trigo.

Existen diversas barreras que impiden el aumento en la superficie cultivada de cártamo en el estado de Sonora, además de la perspectiva descrita anteriormente sobre el ciclo en el que se cultiva generalmente esta oleaginosa en la actualidad, los productores se desenvuelven en medio de dificultades como las escasas opciones de financiamiento, la ausencia de

agricultura por contrato para el cártamo, el poco conocimiento y habilidades técnicas para el proceso de producción, la ausencia de un programa de aseguramiento adecuado, dificultades para hacer sujetos de crédito a productores ubicados en zonas de propiedad comunal o ejidal, así como también el riesgo de que se presente en la planta la enfermedad conocida como “falsa cenicilla”

Una de las barreras más importantes para el desarrollo del cártamo, es la de las escasas opciones de financiamiento que existen para habilitar a productores de oleaginosas, esta barrera se origina de una serie de situaciones que son inherentes a cualquier crédito agrícola que busque ser eficiente, una de esas situaciones es la ausencia del esquema de agricultura por contrato para esta oleaginosa, es decir, en comparación con el trigo donde en el mes de Enero el agricultor sabe a qué precio y a quién venderá su cosecha, en el cultivo de cártamo no se conoce el precio de venta hasta una vez entregada la producción al industrial con el que se negocia directamente y donde no tiene ninguna capacidad de negociación, a diferencia de los trigueros que se agrupan en organizaciones de productores que adquieren insumos a menor precio al comprarlos en masa, así como también aseguran un mejor precio de venta al vender por volumen. Debido que el cártamo no es un commodity, esto es, que no tiene un precio internacional de referencia, a diferencia de cualquier grano básico, el precio por tonelada de cártamo generalmente es calculado teniendo como referencia el commodity “Soybean” o frijol soya, este corresponde al precio por tonelada de grano de soya, pero esto no implica tener certidumbre sobre el precio base para establecer agricultura por contrato en el caso del cártamo.

Las dificultades de comercialización que experimentan los productores de cártamo, han repercutido en que sea muy difícil que puedan llegar a obtener beneficios en las proyecciones financieras, esto sin considerar los apoyos a la comercialización que otorgaría ASERCA, y que en el caso del cártamo pueden representar al menos el 50% del precio por tonelada (dependiendo de la paridad peso-dólar). Esto impacta en la evaluación que realizan los intermediarios financieros al momento de evaluar la posibilidad de habilitar a un productor de cártamo, los intermediarios financieros no pueden proyectar como ingreso el apoyo a la comercialización, debido a que no existe la completa seguridad que este se vaya a concretar, además de que dichos apoyos frecuentemente son entregados extemporáneamente, inclusive

hasta el término del siguiente ciclo. Esta situación vuelve más complicada la posibilidad de que los campesinos accedan a avíos para cártamo. No obstante, cabe señalar que existen algunas opciones para financiar cártamo, aunque estas son escasas y generalmente implican condiciones de crédito rigurosas además de costosas.

Parte de los requerimientos que la mayoría de las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOM), Parafinancieras, Uniones de crédito, o cualquier intermediario financiero que habilite mediante créditos de avío a productores, es que cualquier financiamiento debe estar acompañado de un seguro agrícola.

Existen suficientes fondos de aseguramiento y entidades financieras, además de otro tipo de organizaciones para otorgar este servicio en caso de que se tratase de productores de trigo, maíz, frijol u otro grano básico; pero en el caso de los productores de cártamo, éstos se encuentran en una situación complicada en cuanto al aseguramiento de su cultivo, ya que la mayoría de las aseguradoras plantean sus esquemas de seguro mediante estudios estadísticos referentes al historial de productividad del cultivo; esto no pareciera difícil, pero al tratarse de un cultivo que normalmente no es desarrollado en las condiciones más aptas para su producción (período de siembra, modalidad de riego) los resultados que arroja cualquier estudio estadístico son siempre desfavorables para quienes pretenden tomar al cártamo como primer cultivo, es decir, las aseguradoras no pueden establecer un esquema de aseguramiento debido al bajo rendimiento que se ha manifestado históricamente en la región, o en su caso establecerán un esquema de aseguramiento insuficiente a las necesidades del productor y del mismo intermediario financiero que pudiese habilitarlo, ya que el monto por la prima de aseguramiento sería mucho menor al adeudo del productor al intermediario financiero.

Aunado a la agricultura por contrato, además del seguro agrícola, otra herramienta que utilizan la mayoría de los intermediarios financieros para disminuir el riesgo de un probable incumplimiento por parte del productor, es la contratación o subcontratación de asistencia técnica, con la finalidad de que el productor realice eficientemente el cultivo, reflejándose esto en una mayor producción, y por tanto un mayor ingreso disponible para cubrir su deuda. La dificultad que se presenta en el cultivo de cártamo en cuanto a asistencia técnica se refiere, es que el número de técnicos especialistas en cártamo es limitado, o peor aún, aquellos que actualmente asisten no están capacitados o no han tenido experiencias exitosas en dicho

cultivo.

Hasta el momento se han enumerado una serie de elementos que generalmente componen la estructura de la mayoría de los créditos de habilitación de los intermediarios financieros, de la misma manera cabe señalar una de las condiciones de mayor impacto para el proceso de gestión de financiamiento, tal es el caso de las garantías que los productores deben aportar para poder acceder a un crédito. Si bien es cierto los intermediarios financieros deben soportar el importe del financiamiento en base a garantías según sea su política, garantía líquida, prendaria o hipotecaria en su caso.

El requerimiento de garantías limita a los pequeños productores, ya que éstos difícilmente pueden aportar garantías prendarias, es decir, difícilmente un productor de diez hectáreas o menos tenga la capacidad para adquirir maquinaria, aunque es posible que pueda aportar algún automóvil, sin embargo es común que los intermediarios financieros requieran una razón mayor de garantías prendarias con respecto al importe del crédito, llegando inclusive en algunos casos hasta una razón de 1:3.

No obstante, un pequeño productor requerirá un importe menor, además existe la opción de aportar garantía hipotecaria, mediante el gravamen de terrenos o inmuebles, por lo cual pudiese no existir ningún inconveniente si se tratase de un campesino fuera del esquema de patrimonio comunal o ejidal, ya que si este fuese el caso, la aportación de terrenos o inmuebles para dejar en garantía no sería recibida por los intermediarios financieros, ya que los terrenos ejidales son inembargables e intransferibles, por lo que en caso de incumplimiento el intermediario no recuperaría su capital ejerciendo la garantía.

Por otro lado está la aportación de garantía líquida, que generalmente va como complemento a otras garantías, además de que un requerimiento alto de garantía líquida impactaría en la liquidez del productor, además de que los intermediarios financieros generalmente no financian la totalidad de los costos de producción, por lo que el productor requiere de capital propio para cubrir la parte restante. Para tratar de resolver esta problemática, el gobierno federal a través de la banca de desarrollo, opera distintos fondos de garantías, los cuales son aprovechados por las entidades financieras para garantizar la recuperación del crédito, a su vez el objetivo principal de estos fondos es lograr hacer sujetos de crédito a aquellos productores que carezcan de recursos suficientes para aportar garantía

líquida.

Después de señalar las anteriores dificultades que experimentan los productores de cártamo, se explica la carencia de motivación que pueda existir para los que productores se decidieran por el cultivo de esta oleaginosa, aunado a lo anterior las complicaciones para cultivar trigo se reducen considerablemente, debido a la estructuración del sistema producto trigo, desde el financiamiento, producción, comercialización, etc.

Existen numerosas opciones de financiamiento para habilitación de productores de trigo, algunas de ellas son organizaciones de productores con capacidad de negociación en la adquisición de insumos, así como también en la venta del grano, además la agricultura por contrato está muy desarrollada, los rendimientos medios del estado en cualquiera de sus regiones es constante y suficiente para cubrir financiamientos, por ende existe disponibilidad de esquemas de aseguramiento, aunado estos puntos, el aspecto tal vez más importante para que un productor se decida por el cultivo del cártamo es subjetivo, ya que el productor de trigo sabe que el desarrollo de este cultivo es relativamente más sencillo en comparación al de cártamo, debido a que este último es sensible a la presencia de humedad, por lo que requiere de una mayor capacidad técnica para su proceso de producción, en cambio el trigo es resistente a diversas inconsistencias en el manejo del cultivo.

Dentro del renglón de las amenazas que rodean al cultivo del cártamo, encontramos la presencia de enfermedades y plagas, este factor puede ser considerado como el de mayor peso en este ámbito, ya que en Sonora se ha manifestado con anterioridad la presencia de una enfermedad causada por el hongo "Ramularia carthami", dicha enfermedad es popularmente conocida como "falsa cenicilla", los principales síntomas son manchas necróticas con crecimiento fungoso en el haz y envés de la hoja, ocasionando disminuciones en el rendimiento en toneladas por hectárea del 30% en el mejor de los casos. El riesgo de la aparición de esta amenaza ha disminuido sustancialmente los últimos años, gracias a la generación de nuevas variedades de la semilla de cártamo resistentes a este hongo, variedades ya validadas por el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, como lo son la RC-1002, RC-1005, RC-1033 y la CIANO-LIN.

Antes del surgimiento de nuevas variedades de semilla de cártamo resistentes a la falsa cenicilla, los agricultores cuyo cultivo presentaba esta enfermedad requerían de aplicar un

manejo adicional para contrarrestarla, o bien prevenirla en caso de que no se hubiese manifestado, consecuentemente esto provocaba aumento en el costo de cultivo, que aunado al impacto negativo de la enfermedad en la productividad, disminuía considerablemente la rentabilidad sobre la inversión en este cultivo, desmotivando al productor mismo a establecer el cultivo en el siguiente ciclo además de a aquellos quienes evaluaban la posibilidad de establecerlo.

Así como existen barreras para el desarrollo del cultivo de cártamo, existen también puntos favorables traducidos en oportunidades para quienes se aventuren a elegir este cultivo, tales como los apoyos a la comercialización que brindará el gobierno federal hasta al menos el término de este sexenio en el 2012, la adaptabilidad de la planta al clima de la región, la resistencia que tiene el cártamo ante sequías, mayor rentabilidad respecto al cultivo de granos básicos, menores costos de cultivo, impacto favorable al medio ambiente debido al ahorro de agua, o en su caso la oportunidad de irrigar un mayor número de hectáreas, la situación del mercado local y nacional donde la demanda es muy superior a la oferta generada por los agricultores nacionales, de igual manera lo mencionado en el párrafo anterior acerca de la disminución del riesgo de enfermedades con la validación de variedades resistentes a la falsa cenicilla como la Ciano Oleica, Ciano Linoléica, RC-1002, RC-1005, RC-1033.

Para el año 2010 el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) estima una producción nacional de 118,600 toneladas, así como también un consumo doméstico de aproximadamente 196 mil toneladas, es decir, la producción nacional es insuficiente para cubrir el consumo, por lo que a pesar de ser uno de los tres primeros productores de cártamo a nivel mundial, México requiere de importaciones para satisfacer la demanda doméstica de cártamo; además de importar para cubrir la demanda es necesario adquirir una cantidad adicional para mantener cierto nivel de inventario que permitan cubrir las disparidades entre producción y consumo nacional, además de asegurar el abastecimiento ante posibles disminuciones considerables en la producción que generalmente se originan por el surgimiento de fenómenos meteorológicos; sin dejar de lado las condiciones del mercado nacional, ya que la escasez podría originar considerables aumentos en el precio por tonelada.

Debido a la situación en la que se encuentra la balanza nacional de producción y consumo de cártamo, el gobierno federal ha autorizado y publicado en el diario oficial de la

federación un programa de apoyo a la comercialización de cártamo por la cantidad de 3,050 pesos por tonelada nombrado como apoyo compensatorio a la inducción productiva de cártamo de Sonora, Baja California y Baja California Sur, esto para los ciclos agrícolas Otoño-Invierno 2010/2011 y Primavera-Verano 2011, esto con el fin de incentivar a los productores a sembrar y cultivar cártamo, basados en la expectativa de obtener un ingreso mayor por tonelada, adicionando el apoyo al precio de mercado. En relación al precio de mercado por tonelada de cártamo, éste apoyo equivaldría al menos al 50%.

Este tipo de apoyos a la comercialización de cártamo se han incrementado en cuanto al monto en pesos por tonelada desde el 2006, desde entonces hasta el 2009 la superficie sembrada aumentó en aproximadamente el 17% (12 mil hectáreas), escalando del número 12 al 11 en cuanto a la participación en la superficie sembrada por cultivo, avanzando del .45% al .52%, en Sonora prácticamente se ha triplicado la superficie sembrada de cártamo en el mismo periodo de tiempo, impulsado principalmente por el apoyo a la comercialización y de manera secundaria debido a la apertura de terrenos al cultivo que está experimentando el estado en los últimos años, ya que por cuestiones técnicas es atractivo sembrar cártamo en terrenos donde se sembrará por primera vez.

Uno de los puntos favorables de sembrar cártamo es el aspecto referente al costo de cultivo. Como se observa en la tabla 1, el costo de cultivo por hectárea de trigo es 1.6 veces mayor al costo de cultivo por hectárea de cártamo, es decir, con los recursos financieros invertidos para sembrar 100 hectáreas de trigo, es posible sembrar 160 hectáreas de cártamo, por lo que en cuestiones financieras, para efectos de establecer un análisis relativo a la inversión, habría que considerar la producción de 1.6 hectáreas de cártamo por cada una de trigo.

Tabla 2. Proyecciones financieras de cártamo y trigo para el ciclo Otoño-Invierno 2010-2011.

| Cultivo | TRIGO | CARTAMO | Unidad |
|-------------|-------|---------|--------|
| Rendimiento | 6 | 2.5 | Ton/Ha |
| Precio | 3500 | 5300 | Pesos |
| Subsidios | 960 | 6710 | Pesos |
| Costo/Ha | 17961 | 10991 | Pesos |
| Utilidad/Ha | 3999 | 8969 | Pesos |
| Punto Eq. | 4.858 | 1.317 | Ton/Ha |

Elaboración Propia con datos de Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA, Banco de México).

En la tabla 2 se plantean proyecciones financieras para los cultivos de trigo y cártamo en escenarios donde los rendimientos son de seis toneladas por hectárea para el trigo y 2.5 para el cártamo, además muestra los precios probables para el 2011, así como también el costo por hectárea de cada cultivo para el ciclo Otoño-Invierno 2010-2011. Como podemos observar que por cada hectárea cultivada de trigo se obtienen 3,999 pesos de utilidad, mientras que en el cártamo se obtienen 8,969 pesos es decir más del doble, lo anterior en una comparación en cuanto a beneficios por hectárea, ya que si se comparara en cuanto a monto invertido, es decir si se establece un escenario donde se invierta el costo de una hectárea de trigo en cultivar cártamo, los beneficios ascienden a 14,350 pesos, 3.5 veces aproximadamente que en la inversión en trigo, aunque lo anterior requeriría de probablemente rentar .6 hectáreas de terreno, que llevándolo a la proyección disminuiría la utilidad en alrededor de 2,700 pesos, quedando la utilidad en 11,650 pesos, que de cualquier manera es mucho mayor a la del cultivo de trigo.

Es difícil obtener pérdidas en el cultivo de trigo, ya que esto solo resultaría de una baja producción, para lo cual existen programas de aseguramiento que cubrirían este riesgo, no es así en el caso del cártamo, ya que aunque el punto de equilibrio se plantea en alrededor de 1.3 toneladas por hectárea, no existe un programa de aseguramiento adecuado que pueda cubrir el riesgo de baja productividad, sin embargo la probabilidad de que se de este escenario es muy baja. En sentido completamente opuesto, una pequeña variación de la productividad hacia la alza, provocará un aumento considerable en la rentabilidad del cultivo de cártamo, mientras que en el cultivo de trigo aumentará en una menor medida, es decir, el cultivo de trigo ofrece mayor seguridad para los agricultores, pero a su vez esto repercute en una menor rentabilidad, mientras que el cártamo ofrece mayor cantidad de beneficios incurriendo en un riesgo levemente mayor.

En lo que se refiere al aspecto ambiental, cultivar oleaginosas contribuye en buena medida a la economía de agua, es decir al cultivar soya, canola, girasol o cártamo, entre otras, estamos contribuyendo a un ahorro de agua de aproximadamente 40% respecto a otros cultivos básicos como el trigo o maíz, esto basándose en cuanto al consumo en millares de metros cúbicos por hectárea de cultivo, por ejemplo, para el trigo se requieren entre 7 y 7.5 millares de metros cúbicos por hectárea, mientras que para el cártamo basta con menos de 5

millares de metros cúbicos por hectárea. Mientras tanto, si acudimos al indicador de litros de agua consumidos para producir un kilogramo de grano de los cultivos de maíz, trigo y cártamo, encontramos que se requieren de 900, 1,300 y 700 litros de agua respectivamente.

Hay que tener en cuenta que el cultivar cártamo genera oportunidad para sembrar una mayor superficie, debido al diferencial de consumo que genera respecto a otros cultivos y que puede canalizarse hacia superficie nueva, es decir, en caso de que se sembraran 10 hectáreas de cártamo en lugar de trigo, quedarían disponibles alrededor de 25 millares de metros cúbicos, suficientes para cultivar otras 5 cinco hectáreas de cártamo, o en su caso 3.5 hectáreas de trigo.

En Sonora la capacidad instalada de la industria aceitera para procesar oleaginosas es mucho mayor a la capacidad utilizada, por lo que para los industriales es necesario adecuar esquemas que le permitan asegurar el abastecimiento de materia prima, así como también producir en niveles de mayor eficiencia, por lo anterior localmente el mercado para la producción de cártamo está garantizado.

Conclusiones

En la actualidad permanecen diversas dificultades para adentrarse en el cultivo del cártamo, la principal está en la capacidad técnica de cada campesino o agricultor para desarrollar el cultivo, esta capacidad es adquirible en medida que el productor experimente el cultivo con el tiempo, pero el productor no podrá experimentar y por lo tanto no desarrollará sus capacidades si en su entorno no existe las condiciones necesarias para aprovechar la oportunidad que significa producir cártamo, dichas condiciones están relacionadas principalmente con lo que se refiere al financiamiento para este cultivo y a su vez las que se derivan de los requerimientos para esquematizar el financiamiento, las cuales pueden ser superadas analizando el cultivo de cártamo de manera particular y no en general como se realiza en la actualidad, de no ser así se estaría dejando pasar la oportunidad de desarrollar un cultivo resistente a las sequías, con bajos requerimientos de humedad, con menores costos de cultivo y mayor rentabilidad respecto al cultivo de granos básicos, que genera una menor degradación al medio ambiente y que sobre todo el aumento en la producción nacional contribuiría enormemente en la mejora de la economía nacional al cubrir el enorme déficit en la balanza de producción-consumo de oleaginosas.

Referencias bibliográficas

- Cerero Hernández, N. (2008). *Análisis del comportamiento del mercado de las oleaginosas y otros factores en el año 2008. Comité Nacional Sistema-Producto Oleaginosas*. Recuperado el 31 de Agosto de 2010 de http://www.oleaginosas.org/art_246.shtml.
- Covarrubias. Isaías. (S.f.). *La economía medieval y la emergencia del capitalismo*, Ed. Martínez Coll ISBN 978-84-688-8317-5 pg. 86.
- Delgado, M. (2010). *Supera cártamo falsa cenicilla. Diario del Yaqui*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2010 de <http://www.diariodelyaqui.mx/portal/index.php/secciones/agricola/4264-supera-cartamo-falsa-cenicilla>
- Esquivel González, E. (2009). *Disponibilidad de agua para riego. Comité Nacional de Sistema-Producto Oleaginosas*. Recuperado el 31 de Agosto de 2010 de http://www.oleaginosas.org/art_291.shtml.
- Fierro Orduño, E. (2010). *Buscan variedad de cártamo con altos rendimientos. Fundación Produce Sinaloa, A.C.* Recuperado el 5 de Septiembre de 2010 de www.fps.org.mx/.../index.php?...buscan-variedad-de-cártamo-con-altos-rendimientos
- García Leal, A. (S.f.). *Sesgos ideológicos en las teorías sobre la evolución del sexo*. Tesis doctoral. Codirectores: Jorge Wagensberg y Magi Cadevall. Departamento de Filosofía. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Autónoma de Barcelona. Curso 2004.2005. Pág. 297.
- Hamilton, R. (S.f). *Agriculture's Sustainable Future: Breeding Better Crops*. Scientific American. <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=agricultures-sustainable-future>. Retrieved 2011-07-16.
- Montoya Coronado, L. (2008). *Avances del Proyecto Nacional de Investigación en Cártamo. Comité Nacional de Sistema-Producto Oleaginosas*. Recuperado el 31 de Agosto de 2010 de http://www.oleaginosas.org/art_238.shtml
- Palacio Fernández, J. M. (2009). *Evolución y situación actual del financiamiento en el campo. Nacional de Sistema-Producto Oleaginosas*. Recuperado el 31 de Agosto de 2010 de http://www.oleaginosas.org/art_300.shtml
- Real Academia Española. (S.f.). *Diccionario de la lengua española*. Consultado el 19 de febrero de 2011.
- Real Academia Española. (S.f.). *Diccionario de la lengua española*. Consultado el 19 de febrero de 2011.
- Silveira Gramont, M. I., Aldana Madrid, M. L., Medina Juárez, L. A. & Serrano Esquer, A. (2009). *Situación de la producción de cártamo (Carthamus tinctorius L.) en Sonora, México y factores asociados*. Biotecnia, XI, No. 3. Recuperado el 28 de Agosto de 2010 de <http://www.biotecnia.uson.mx/revistas/articulos/5-Art23.pdf>.
- Simoneaux, S. L. & Stroud, C. L. (2011). *Business Best Practices: SWOT Analysis: The Annual Check-Up for a Business. Journal of Pension Benefits*. Tomo 18, páginas 75-78. Editorial Aspen Publishers, Inc. New York, United States.

DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA GUÍAS AVITURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ÁLAMOS, SONORA

A. de la Mora-Yocupicio, J. Sosa-Covarrubias & M. M. Báez-Portillo

Resumen

El presente artículo pretende mostrar el diseño y ejecución de un programa de capacitación para guías aviturísticos, implementado en el Municipio de Álamos, Sonora. Este proyecto tuvo como finalidad, dotar de competencias y habilidades para el mejoramiento de la competitividad de los servicios, la calidad de la interpretación y el manejo de grupos, así como el conocimiento de los requerimientos legales de los guías especializados orientados hacia la naturaleza que marca la NOM-09-TUR-2002 de la SECTUR y el diseño de avitours para incrementar su oferta turística. Con ello, se actualizarán sus conocimientos y mejorarán sus habilidades, adoptando una actitud de servicio hacia el cliente (aviturista), buscando satisfacer sus deseos y necesidades, y con ello mejorar su experiencia de viaje.

Para el diseño y ejecución del programa de capacitación, se utilizó la metodología de capacitación de Bohlander George et, al (2001), la cual consta de cinco etapas indispensables para su realización: evaluación de las necesidades de capacitación, identificar el recurso, integración del plan, ejecución del plan y evaluación.

El programa consistió en tres capacitaciones especializadas: cultura turística para guías aviturísticos, calidad en el servicio para guías aviturísticos y diseño de rutas de aviturismo, logrando mantener la atención y participación durante las mismas, ya que se adaptaron a un lenguaje sobrio y entendible para los guías.

Palabras clave: Guías aviturísticos, aviturismo, programa de capacitación.

Introducción

En el año 2004, la Secretaría de Turismo (SECTUR), manifiesta que el turismo favorece la captación de divisas y contribuye a la creación de nuevas fuentes de empleo. Sin embargo, aún cuando se mantienen índices aceptables de captación respecto a años anteriores, se requieren mayores esfuerzos para que la actividad turística se transforme en el detonante de la economía nacional.

El Turismo, es una de las principales actividades económicas de México y representa ingresos importantes a través de los diversos destinos divididos en centros de playa, turismo de aventura, pueblos mágicos, turismo social, turismo de negocios, y otras áreas que pretenden presentar una oferta atractiva para el visitante nacional e internacional.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo en el año 2004 estimó que para el año 2013, México será el segundo país de mayor crecimiento en la demanda de viajes y turismo y el tercer país que generará más empleos turísticos en el mundo. México, contiene en sí mismo diversidad de características que lo hacen naturalmente un destino turístico potencialmente importante para la economía. (SECTUR, 2011).

Por otro lado, es importante señalar que el 28 de febrero de 2011 en Palacio Nacional en la Ciudad de México, se firmó el Acuerdo Nacional por el Turismo, por parte del Presidente

de la República, Felipe Calderón Hinojosa, y la Secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo. Dicho acuerdo fue firmado junto con el sector empresarial, las organizaciones sindicales, los prestadores de servicios, y representantes de los tres órdenes de gobierno, el Poder Legislativo, universidades, organizaciones de la sociedad civil y organismos internacionales.

Según la SECTUR, (2011) el Acuerdo Nacional por el Turismo se integra por 101 acciones, agrupadas en 10 ejes estratégicos que van en función de incrementar la conectividad y facilitar el tránsito de turistas; construir, mantener y mejorar la infraestructura turística, y fomentar el ordenamiento urbano; fortalecer la promoción turística en México y en el extranjero; fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico; elevar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista; diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad; fomentar la integración de cadenas productivas nacionales; promover una cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia del turismo y de la conservación del patrimonio cultural y natural del país; impulsar cambios al marco jurídico de la actividad turística a favor del desarrollo del sector; y, promover un desarrollo sustentable del sector.

Con el cabal cumplimiento de las 101 acciones del Acuerdo Nacional por el Turismo se estima que en 2018, se incremente el ingreso de divisas de 11 mil 871 millones de dólares, nivel alcanzado en 2010, a 40 mil millones de dólares. Se generen más de 4 millones de empleos directos y alrededor de 12 millones de empleos indirectos en beneficio de los mexicanos que dependen de esta actividad. Aumente el número de turistas internacionales a 50 millones, más del doble de los turistas internacionales que se contabilizaron en 2010. Y se registren 300 millones de visitantes a nivel nacional, lo que representa un incremento de 140 millones de turistas. (SECTUR, 2011).

En base a lo anteriormente señalado, es importante mencionar que fortalecer el turismo es la apuesta más segura para el desarrollo de México ya que fomenta nuevas inversiones, desarrolla más infraestructura y ofrece oportunidades de empleo mejor remunerado. Asimismo, la riqueza histórica, natural y cultural de este país, representa una ventaja turística que debe aprovecharse, ya que actualmente, el 9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), lo aporta dicho sector y sin lugar a dudas es de las actividades nacionales de mayor visibilidad a nivel

internacional, generando más de 7 millones y medio de empleos directos e indirectos. (SECTUR, 2011).

El aviturismo representa un gran potencial y constituye el mayor sector dentro de lo que es el turismo de naturaleza practicado principalmente en los Estados Unidos, Canadá y en varios países de Europa (incluyendo Inglaterra, Holanda, Suecia, y Dinamarca), Japón y Australia, y de manera notable también participa Sudáfrica. En los EE.UU., en el 2001 más de 70 millones de personas participaron en esta actividad de alguna manera y generaron más de \$30.000 millones de dólares. El número de avituristas que viajan fuera de sus respectivos países está creciendo anualmente, también es cada vez más frecuente la observación de aves por parte de turistas que no son propiamente “pajareros”. (Mindo Cloudforest Foundation, 2006)

El aviturismo se trata sencillamente de una actividad especializada en observar (avistar) aves, lo cual involucra llevar a visitantes aficionados a la observación de las aves (o birdwatchers en inglés) a sitios propicios para encontrar diferentes especies. Estas personas están dispuestas a pagar por el servicio de un guía conocedor de las aves del medio, al igual que hoteles y transporte para poder observar un número dado de especies dentro de un lapso específico, un tour o una aventura. (Mindo Cloudforest Foundation, 2006)

Esta modalidad del turismo de naturaleza es totalmente amigable con el ambiente, ya que para mantener las especies de aves más interesantes, se debe conservar ecosistemas enteros, protegiendo así toda la biodiversidad que estos albergan, además de sus servicios ambientales como la producción de agua y oxígeno, control de la erosión, entre otros. (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2010)

El aviturismo se ha convertido en el mecanismo idóneo para realizar, con profesionalismo y efectividad, los sueños y anhelos de los observadores de aves o Birdwatchers. Un gran número de empresas han nacido alrededor de esta demanda ofreciendo viajes seguros y cada vez están apareciendo más compañías de aviturismo receptivo en la mayoría de países que son visitados por los aficionados. El negocio se ha vuelto competitivo y cada compañía intenta ofrecer itinerarios apetitosos, guías profesionales con experiencia y la promesa de una exitosa visita a donde quiera que viajen. Las compañías con mayor prestigio son las que ofrecen los guías más reconocidos y producen las más respetables listas de aves observadas, las mismas que después de cada tour son revisadas y examinadas cuidadosa y

detenidamente, tanto por avituristas aficionados como por operadores y guías competidores y ornitólogos profesionales. La observación de las aves exige mucho del guía de aves en cualquier ámbito y más aún en uno de los países más ricos en avifauna del mundo. (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2010).

México, cuenta con innumerables sitios turísticos. Sus atractivos naturales y culturales hacen que los Estados de este país, sean reconocidos a nivel mundial como lugares con magia, color, sabor y tradición. El Estado de Sonora es el segundo más grande de los Estados que conforman la República Mexicana, se caracteriza por la diversidad de sus paisajes y lo típico de sus ciudades y pueblos que aún conservan el sabor y la tradición de antaño. Playas, bosques, desierto y ciudades colmadas de riqueza para elegir la actividad y el tipo de vacaciones que se desee. (SECTUR, 2010).

El municipio de Álamos o también conocido como la ciudad de los portales representa uno de los principales puntos de atracción turística de este Estado, lo anterior, es debido a su importancia histórica y cultural, su arquitectura neoclásica colonial, edificios históricos y belleza natural.

En Álamos, el turismo representa la más importante actividad económica, ya que contribuye en gran medida en la generación de empleos directa e indirectamente para los pobladores de esta ciudad, así como también, para los que habitan en sus alrededores. El turismo ha sido el eje alrededor del cual se ha venido desarrollando toda actividad en la cabecera municipal.

Álamos es una de las 32 ciudades de México que fue reconocida como Pueblo Mágico en el año 2005, siendo hasta la fecha el único en recibir dicho nombramiento dentro de esta entidad federativa; a estas ciudades se les denomina así porque tienen atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes y manifestaciones socioculturales; y que significa hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Forma parte de un programa creado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales.

Los objetivos del Programa de Pueblos Mágicos tienen alcances muy amplios, entre otros, resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones,

aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple pero única cotidianidad de la vida rural.

Es importante mencionar que dicho programa considera aquellas localidades que cuentan con una población base de 20,000 habitantes y que existen ciertos requisitos que se deben de cumplir para que un lugar obtenga la titularidad de Pueblo Mágico; El involucramiento de la Sociedad y de las Autoridades Locales, los instrumentos de Planeación y Regulación como planes de desarrollo, reglamentos, programas de desarrollo turístico, entre otros. Asimismo, es importante el impulso al desarrollo Municipal, la oferta de atractivos y servicios, el valor singular por la Magia de la Localidad, las condiciones y espacios territoriales, el impacto del Turismo en la Localidad y Área de Influencia, y el desarrollo de Capacidades Locales. Cabe señalar, que en el año 2007, se destinaron 226.2 millones de pesos al Programa Pueblos Mágicos (SECTUR, 2009). Actualmente se encuentran incorporadas a este programa un total de 35 ciudades del País, las cuales se pueden observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Listado de ciudades pertenecientes al Programa de Pueblos Mágicos.

| No. | Estado | Pueblo Mágico | Año |
|------------|---------------------|----------------------------|------------|
| 1 | Aguascalientes | Real de Asientos | 2006 |
| 2 | Baja California Sur | Todos Santos | 2006 |
| 3 | Chihuahua | Creel | 2007 |
| 4 | Coahuila | Parras de la Fuente | 2004 |
| 5 | Colima | Comalá | 2002 |
| 6 | Chiapas | San Cristóbal de las Casas | 2003 |
| 7 | Guanajuato | Dolores Hidalgo | 2002 |
| 8 | Guerrero | Taxco | 2002 |
| 9 | Hidalgo | Real del Monte | 2004 |
| 10 | Hidalgo | Huasca de Ocampo | 2001 |
| 11 | Jalisco | Tapalpa | 2002 |
| 12 | Jalisco | Tequila | 2003 |
| 13 | Jalisco | Mazamitla | 2005 |
| 14 | México | Tepoztlán | 2002 |
| 15 | México | Valle de Bravo | 2005 |
| 16 | Michoacán | Pátzcuaro | 2002 |
| 17 | Michoacán | Tlapujahua | 2005 |
| 18 | Michoacán | Cuitzeo | 2006 |
| 19 | Nuevo León | Santiago | 2006 |
| 20 | Oaxaca | Capulálpam de Méndez | 2007 |
| 21 | Puebla | Cuetzalan | 2002 |
| 22 | Querétaro | Bernal | 2005 |
| 23 | Quintana Roo | Bacalar | 2006 |
| 24 | San Luis Potosí | Real de Catorce | 2001 |
| 25 | Sinaloa | Cosalá | 2005 |
| 26 | Sinaloa | El Fuerte | 2009 |
| 27 | Sonora | Álamos | 2005 |
| 28 | Tamaulipas | Mier | 2007 |
| 29 | Tlaxcala | Huamantla | 2007 |
| 30 | Veracruz | Coatepec | 2006 |
| 31 | Yucatán | Izamal | 2002 |
| 32 | Zacatecas | Jerez de García Salinas | 2007 |

Fuente: SECTUR, (2009).

Por otro lado, es importante comentar que la Sierra de Álamos-Río Cuchujaqui, fue nombrada Área de Protección de Flora y Fauna (APFF) el 16 de julio de 1996. Esta reserva

goza de gran riqueza biológica y está constituida por 92 mil hectáreas, en las que se han registrado 1, 100 especies de plantas. Los registros para especies animales también son altos; 351 son aves, 101 son especies de mamíferos, 72 son de reptiles, 20 de anfibios y 14 especies de peces.

En la región existen aproximadamente 108 especies que se encuentran dentro de la NOM-059-ECOL2001, distribuidas en las siguientes categorías: 43 Amenazadas, 4 Raras, 8 en Peligro de Extinción, 52 con Protección Especial y 1 Probablemente extinta en el Medio Silvestre. 28 de estas 108 especies son endémicas, es decir, que éstas especies solo pueden encontrarse naturalmente en cierto lugar, en éste caso esas 28 especies sólo se pueden encontrar en la APFF Sierra de Álamos-Río Cuchujaqui. (G., Juan, 2009)

Entre las especies mencionadas se pueden citar algunas, por ejemplo el escorpión, el monstruo de gila, la tortuga del desierto, la guacamaya verde, la cotorra serrana, el jaguar, el ocelote, el jaguarundi y el margay. Esta zona es uno de los pocos sitios donde se protegen las Selvas Bajas Caducifolias. (G., Juan, 2009)

El tesoro de la Sierra Madre Occidental, como también llaman a esta área natural algunos científicos, ha sido resaltado a nivel internacional y ha adquirido reconocimientos y nominaciones de gran distinción. Entre otros, se puede mencionar que forma parte del Programa el hombre y la biósfera desde octubre del 2007, y también está inscrita oficialmente desde el 2006 en la Red Mundial de Reservas de la Biósfera (RMRB), debido a que se considera un modelo de investigación para una mejor relación de las personas con el medio ambiente.

El aviturismo se ha desarrollado de una manera incipiente en la Sierra de Álamos, en donde los principales ofertantes de esta actividad se caracterizan por ser empresas operadas por americanos, los cuales han formado a guías aviturísticos de apoyo de la misma localidad, subcontratándolos cada vez que hay demanda de sus servicios. Estos guías que han sido instruidos por las empresas, lo han hecho conforme se han ido prestando los servicios, es decir, "sobre la marcha", y no con un adecuado programa de capacitación y entrenamiento.

Pronatura Noroeste A.C. y el Sonoran Joint Venture, están dedicados a la conservación de la flora, fauna y ecosistemas del Noroeste del país, para promover el desarrollo de la sociedad en armonía con la naturaleza. Estas dos organizaciones han estado

trabajando los últimos tres años para la formación de guías aviturísticos del municipio en estudio, y con ello impulsar el ecoturismo como un incentivo para la conservación de la flora y fauna residente.

Para ofertar servicios de calidad, Pronatura Noroeste A.C., solicitó el apoyo del Instituto Tecnológico de Sonora Unidad Navojoa, para colaborar en el diseño y ejecución de un programa de capacitación para los guías aviturísticos del Municipio de Álamos, el cual, proporcionase las herramientas claves para un servicio de calidad al turista en el marco de la observación, identificación e interpretación de aves.

Para efectos de la presente investigación, en primera instancia es importante conocer algunos términos relacionados íntimamente con el estudio. En el año 1995, Werther menciona que la capacitación es el medio o el instrumento que enseña y desarrolla sistemáticamente, y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona.

Por otra parte, para Ibáñez (1997), citado en Bohlander George et, al. (2001), es un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña; y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve.

Por tal motivo, el programa de capacitación en los guías aviturísticos del Municipio de Álamos, estará dirigido al mejoramiento de la calidad en el servicio, a los requerimientos legales de los guías especializados por la SECTUR y a la creación e implementación de tours para aumentar la afluencia de turistas al municipio. Lo cual coadyuve al incremento de conocimientos y mejora de las habilidades de los prestadores de servicios turísticos, en la búsqueda de la satisfacción óptima del cliente.

Los guías turísticos pertenecientes al proyecto Aviturismo en el Noroeste de México y Sonora Joint Venture, que brindan sus servicios a turistas nacionales y extranjeros, son personas residentes del Municipio de Álamos, que en su mayoría cuentan con un nivel de estudio básico y que por ende carecen de competencias para prestar servicios de calidad.

El presente proyecto de investigación, surge de la necesidad que tienen los guías

aviturísticos, de desarrollar competencias en el marco de la cultura turística, la calidad del servicio, atención a clientes y diseño formal de rutas de aviturismo. Es decir, este grupo de guías no cuenta con conocimientos y habilidades en los referentes anteriormente mencionados, ya que en ningún momento han recibido formación o capacitación al respecto.

Es importante que los guías aviturísticos estén preparados tanto en lo práctico como en lo teórico ya que como se comentó anteriormente, son personas de rancherías o comunidades cercanas que no cuentan con los conocimientos suficientes, y por ello no están familiarizados con temas del turismo y como resultado se restringen de brindar una mejor interpretación y servicios frente a los grupos. El beneficio que traerá estas capacitaciones será favorable tanto para los que ofrecen servicios turísticos como para los que los reciben, es decir un beneficio directo para los prestadores de servicios y los turistas.

En base a lo anteriormente planteado, surge la necesidad de dar respuesta a la siguiente interrogante ¿El diseño y ejecución de un programa de capacitación para los guías aviturísticos del Municipio de Álamos Sonora, es una herramienta para mejorar la calidad en el servicio brindada a los avituristas?

El objetivo del presente estudio es diseñar y ejecutar un programa de capacitación para los guías aviturísticos de Álamos, Sonora, con la finalidad de incrementar conocimientos y desarrollar habilidades que provean un servicio de calidad a los avituristas que visitan este destino.

Metodología

El proceso de la capacitación de los guías aviturísticos del municipio de Álamos, Sonora está dirigida al mejoramiento de la competitividad de los servicios, la calidad de la interpretación y el manejo de grupos, así como el conocimiento de los requerimientos legales de los guías especializados orientados hacia la naturaleza que marca la NOM-09-TUR-2002 de la SECTUR y el diseño de avitours para incrementar la oferta turística. Con ello se actualizarán sus conocimientos y mejorarán sus habilidades, adoptando una actitud de servicio hacia el cliente (aviturista), buscando satisfacer sus deseos y necesidades, y con ello mejorar su experiencia de viaje.

Werther (1995), citado en Bohlander George et, al. (2001) dice que la capacitación es el medio o el instrumento que enseña y desarrolla sistemáticamente, y coloca en circunstancias

de competencia a cualquier persona.

Ibáñez (1997), citado en Bohlander George et, al. (2001) expresa que es un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña; y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve.

Rodríguez (2001), citado en Bohlander George et, al. (2001) afirma que la metodología del proceso de capacitación está compuesta para detectar las necesidades de capacitación, donde menciona que estas son las demandas educativas de una empresa.

Para el diseño y ejecución del programa de capacitación, se utilizó la metodología de capacitación de Bohlander George et, al (2001), la cual consta de cinco etapas indispensables para su realización, los cuales son:

1. **Evaluación de necesidades de capacitación.** En esta etapa se realizó un sondeo participativo para conocer directamente las necesidades de capacitación que consideraban tener cada uno de los guías, mencionando algunas temáticas tales como atención y servicio al cliente, conocimientos básicos de turismo, diseño de rutas de aviturismo e inglés aplicado, los cuales fueron debidamente registrados por el equipo de trabajo para tomarlos como base para el diseño del programa de capacitación.

Otra de las herramientas que se consideraron para definir las necesidades de capacitación de los guías, fue un análisis de la prestación de sus servicios in situ, a través de la participación del equipo de trabajo en tres avitours que los guías organizaron, dos de ellos con grupos de avituristas americanos y otro con un grupo de nacionales. En esta dinámica de trabajo analítico, se registraron las áreas de oportunidad detectadas, las cuales dieron las pautas específicas en las cuales se plantearía el programa de capacitación.

2. **Identificar recursos.** Para el diseño y la ejecución del programa de capacitación, fue indispensable identificar los recursos necesarios y quiénes iban a ser los proveedores de los

mismos. La identificación se realizó en conjunto con el Coordinador del Proyecto de Aviturismo en el Noroeste de México, empleado de Pronatura Noroeste A.C. y responsable del entrenamiento de los guías, analizando lo necesario para concretar el programa, tales como: la transportación, los lugares donde se llevaría a cabo, equipo audiovisual como cañón, pantalla, bocinas, así como laptop; ambigú a ofrecer durante las capacitaciones y la impresión de manuales de apoyo y constancias de participación. Cada uno de estos recursos fueron financiados por Pronatura Noroeste A.C.

3. **Integración del programa.** En esta etapa se diseñaron cada una de las capacitaciones, partiendo de las temáticas expuestas por los guías y de las áreas oportunidad detectadas en las salidas de campo, durante la etapa de evaluación de las necesidades de capacitación. Las capacitaciones fueron tres: cultura turística para guías aviturísticos, calidad en el servicio para guías aviturísticos y diseño de rutas de aviturismo. Para la estructuración del contenido de las capacitaciones, se consultó tanto material bibliográfico, electrónico y videográfico, el cual se adaptó a un lenguaje sobrio y entendible para los guías; esta información se concentró tanto en una presentación electrónica a través del Microsoft Office PowerPoint, como en un manual que se diseñó como material de consulta para los guías. Para la definición de las fechas y horas de cada uno de los cursos, se consultó la disponibilidad de horario de los guías, para en función de ello determinarlas.
4. **Ejecución del plan.** En esta etapa se ejecutó el programa de capacitación, impartiendo las tres capacitaciones mencionadas: cultura turística para guías aviturísticos, calidad en el servicio para guías aviturísticos y diseño de rutas de aviturismo, logrando mantener la atención y participación durante las mismas, ya que se adaptaron a un lenguaje sobrio y entendible para los guías.
5. **Evaluación.** Al final de las capacitaciones se destinó tiempo suficiente para la retroalimentación, la cual se dio de manera verbal, comentando los guías que les hubiera gustado que se extendieran y tuvieran más duración, así como de recibir actualización constante; comentaron también que es necesario dar seguimiento a las capacitaciones con un

curso de inglés especializado, que los viniera a apoyar en la prestación de servicios al mercado americano.

Resultados y discusión

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos en el programa de capacitación, en donde a continuación en la Tabla 2 se muestra el objetivo, lugar, fecha, responsables, recursos y asistentes a cada una de las capacitaciones.

Tabla 2. Plan de Capacitación para Guías Avituristicos.

| PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA GUÍAS AVITURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ÁLAMOS, SONORA | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1ra. Capacitación: Cultura Turística para Guías Avituristicos | | |
| Objetivo: El participante obtendrá conocimientos básicos que cualquier prestador de servicios turísticos debe conocer a cerca de la industria turística; con el fin de utilizar los tecnicismos propios del turismo para una mayor comprensión del sector. | | |
| Lugar | Fecha y hora | Responsables |
| Pronatura Noroeste A.C. Edificio Terracota, Calle Juárez No. 8, Plaza de armas. Álamos, Sonora. | 23 de marzo de 2010. De las 15:00 hrs a las 19:00 hrs. | John Sosa Covarrubias, Jorge Eduardo Félix, Mariela Félix, Jesús Salvador Valenzuela y Martha Irene Valencia V. |
| Recursos | | Asistentes |
| Transportación: Automóvil y gasolina. Materiales: Invitaciones para participantes, manuales impresos, cañón de proyección, bocinas, Laptop. Ambigú: Refrescos, vasos, galletas, papas fritas, servilletas, platos, café, azúcar, crema, cucharas y charolas. | | Lic. Luz del Carmen Parra Delegada de Turismo de Álamos, Lic. Claudia Navarro Coordinadora de Turismo de la CONANP, Guías de Aviturismo ALAS de Álamos, Grupo de Ecoturismo de la Aduana. Lic. Rafael Angel Arenas Wong Coordinador del Proyecto de Aviturismo en el Noroeste de México. |
| 2da. Capacitación: Calidad en el servicio para Guías Avituristicos | | |
| Objetivo: El participante obtendrá los conocimientos básicos a cerca de la prestación de servicios turísticos de calidad y su relación con el aviturismo, con el fin de proporcionar un servicio de excelencia que satisfaga las expectativas de los clientes. | | |
| Lugar | Fecha y hora | Responsables |
| Pronatura Noroeste A.C. Edificio Terracota, Calle Juárez No. 8, Plaza de armas. Álamos, Sonora. | 27 de abril de 2010. De las 15:00 hrs a las 19:00 hrs. | John Sosa Covarrubias, Jorge Eduardo Félix, Mariela Félix, Jesús Salvador Valenzuela y Martha Irene Valencia V. |
| Recursos | | Asistentes |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Transportación: Automóvil y gasolina. Materiales: Invitaciones para participantes, manuales impresos, cañón de proyección, bocinas, Laptop. Ambigú: Refrescos, vasos, galletas, papas fritas, servilletas, platos, café, azúcar, crema, cucharas y charolas. | | Lic. Luz del Carmen Parra Delegada de Turismo de Álamos, Guías de Aviturismo ALAS de Álamos, Grupo de Ecoturismo de la Aduana. Lic. Rafael Angel Arenas Wong Coordinador del Proyecto de Aviturismo en el Noroeste de México. |
| 3era. Capacitación: Diseño de un tour para Guías Aviturísticos | | |
| Objetivo: El participante obtendrá los conocimientos básicos que se necesitan para el diseño de rutas de aviturismo, con el fin de mejorar la calidad de la interpretación y el manejo adecuado de grupos para la satisfacer las necesidades e intereses del aviturista. | | |
| Lugar Ecolodge El Pedregal, Álamos, Sonora. | Fecha y hora 04 de mayo de 2010. De las 15:00 hrs a las 19:00 hrs. | Responsables John Sosa Covarrubias, Jorge Eduardo Félix, Mariela Félix, Jesús Salvador Valenzuela y Martha Irene Valencia V. |
| Recursos | | Asistentes |
| Transportación: Automóvil y gasolina. Materiales: Invitaciones para participantes, manuales impresos, rotafolios, porta rotafolios, Guías de campo de aves, binoculares, telescopio terrestre, cuadernillo de anotaciones. Ambigú: Refrescos, vasos, galletas, papas fritas, servilletas, platos, café, azúcar, crema, cucharas y charolas. | | Guías de Aviturismo ALAS de Álamos. Grupo de ecoturismo de la Aduana. Lic. Rafael Angel Arenas Wong encargado de Pronatura Noroeste AC. Jennifer Mackay y David Mackay propietarios del Ecolodge El Pedregal y Solipaso Ecotours. |

Fuente: De la Mora Yocupicio et. al., 2011.

Para dar validez a los resultados, se cuenta con una serie de evidencias que se consideraron para dar una mayor formalidad al programa, entre ellos: informe técnico del proyecto, estatutos del proyecto firmado y validado por Pronatura Noroeste A.C., convenio de colaboración-cooperación firmado entre ITSON y Pronatura Noroeste A.C., portafolio fotográfico, listas de asistencia, manuales de apoyo electrónicos e impresos, reseñas y presentaciones en PowerPoint de cada una de las capacitaciones impartidas.

Conclusiones

La labor del guía es esencial para satisfacer los deseos y necesidades de los avituristas, y con ello mejorar su experiencia de viaje, pues él es el gran protagonista del turismo receptivo, combina el “calor humano” con la transmisión e interpretación de la información. Para lograr esto, implica que los guías estén debidamente formados y capacitados de manera especializada.

Dentro del programa de capacitación diseñado e implementado, se abordaron diferentes temáticas las cuales fungieron como herramientas para mejorar la competitividad de

la prestación de los servicios, la calidad de la interpretación y el manejo de grupos, logrando cumplir con el objetivo planteado del proyecto. Con ello los guías aviturísticos obtuvieron conocimientos actualizados y especializados que mejorarán su desempeño.

Al finalizar el tercer curso de capacitación, se pudo observar que el grado de avance que adquirieron los participantes fueron los esperados; ya que sus técnicas de prestación del servicio mejoraron, adquiriendo mayor seguridad y confianza al estar al frente de un grupo. Algo importante que se debe de mencionar, es la buena disposición, actitud, entusiasmo y participación activa que los guías mostraron a lo largo del programa, elementos claves que determinaron el éxito del proyecto.

Se recomienda que los guías aviturísticos gestionen la posibilidad de acceder constantemente a cursos de capacitación y actualización, tanto en cuestiones técnicas de interpretación, como en estrategias para mejorar la prestación de los servicios, ya que los cambios constantes en el comportamiento de la demanda exigen cada vez más una oferta de productos y servicios turísticos de calidad. Se sugiere además que los guías soliciten la certificación como guías especializados orientados hacia la naturaleza que marca la NOM-09-TUR-2002 de la SECTUR, para obtener su credencial formal como guías registrados, para generar mayor confianza hacia el aviturista; así mismo se considera pertinente que tomen un curso de inglés turístico especializado, que les permita comunicarse de una manera efectiva con el mercado americano.

Por último, es necesario hacer referencia a la buena experiencia que los instructores obtuvieron con el diseño e implementación del programa, ya que se tuvo una convivencia e interacción con verdaderos profesionales que buscan su mejora continua y que en el sentido personal, son seres humanos sensibles de los impactos negativos que el turismo y otras actividades generan en el ambiente, y que aman y protegen la integridad de su comunidad.

Referencias bibliográficas

- Bohlander, G., Snell, S. & Sherman, A. (2001). *Administración de recursos humanos*. 12va Edición, México. International Thomson Editores.
- G, J. (2009). *Área de protección de Flora y Fauna Sierra de Álamos / Rio Cuchujaqui*. Recuperado el día 01 de marzo de 2010.
- Mindo Cloudforest Foundation. (2006). *Estrategia nacional para el manejo y desarrollo sostenible del aviturismo en Ecuador*. Recuperado el 23 de Agosto de 2011.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2010). *Guía de aviturismo del Austro del Ecuador*. Recuperado el 23 de Agosto de 2011.
- Pronatura Noroeste. (2009). *Acerca de Pronatura A.C.* Recuperado el día 4 de marzo de 2010 de: <http://www.pronatura-noroeste.org/>
- Secretaría de Turismo de México. (2009). *Programa pueblos mágicos*. Recuperado el día 20 de Agosto de 2011 de: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos
- Secretaría de Turismo de México. (2010). *Reserva mas.com Servicios Turísticos*. Recuperado el día 11 de abril de 2010 de: http://www.reservamas.com/lcms/content/index.php?content=sonora&state_id=93
- Secretaría de Turismo de México. (2011). *Acuerdo nacional por el turismo*. Recuperado el día 24 de Agosto de 2011 de: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Acuerdo_Nacional_para_el_Turismo
- Sonora Turismo. (2010). *Sonora donde se divierte todo México*. Recuperado el día 10 de abril del 2010 de: <http://www.sonoraturismo.gob.mx/>
- Sonora Turismo. (2010). *Destinos de Álamos Sonora*. Recuperado el día 10 de abril del 2010 de: <http://www.sonoraturismo.gob.mx/alamos-sonora.htm>
- Sonoran Joint Venture. (2005). *Sonoran Joint Venture Binational Bird Conservation, Acerca de Nosotros*. Recuperado el día 15 de abril de: <http://www.sonoranjv.org>

APLICACIÓN DE UNA AUDITORÍA OPERACIONAL EN UN SUPERMERCADO DE NAVOJOA

Fernando Villalobos Gil Lamadrid, Celia Janeth Quiroz Campas & Dulce Maria Jupamea Lopez

Resumen

Hoy en día las empresas, se ven fortalecidas con la asimilación de la calidad total, excelencia gerencial, sistemas de información, etc. Nuevos enfoques orientados a optimizar la gestión empresarial en forma cualitativa y mensurable para lograr que los consumidores, clientes y usuarios satisfagan sus necesidades. En este contexto que el sistema de control asume un rol relevante porque a través de sus evaluaciones permanentes posibilitan maximizar resultados en términos de eficiencia, eficacia, economía, indicadores que fortalecen el desarrollo de las empresas. La instrumentalización de los sistemas de control se da a través de las auditorías que se aplican en las empresas dentro de un periodo determinado para conocer sus restricciones, problemas, deficiencias, etc. como parte de la evaluación. (Romero, 2004),

La articulación de los órganos de control, asesoría, apoyo de una organización social en conjunto posibilita el cumplimiento de los fines empresariales. Este planteamiento posee singular importancia cuando se aplican auditorías específicas. (Rubio, 2008).

La auditoría operacional es una evaluación y revisión parcial o general de las operaciones y procedimientos seguidos en una empresa, con el propósito principal de auxiliar a la gerencia a eliminar las deficiencias por medio de la recomendación de medidas correctivas. (Greco, 2007).

Palabras claves: Auditoria Operacional, beneficios, Fortalezas, Oportunidades.

Introducción

En la actualidad, las empresas están luchando por ser más eficientes y tener mayor participación en la industria. Para lograr esto, las organizaciones necesitan un crecimiento constante, lo que las obliga a canalizar sus recursos financieros a diferentes áreas. La competencia día a día es más grande, y el éxito corresponde a quien realice su trabajo de la manera más eficiente, aprovechando al máximo los recursos en el menor tiempo posible, asegurando siempre calidad en lo que hace. Es aquí donde las auditorías vienen a representar un papel de suma importancia. (Daft, 2004).

Las auditorías en los negocios son muy importantes, por cuanto la gerencia sin la práctica de una auditoría no tiene plena seguridad de que los datos económicos registrados realmente son verdaderos y confiables. Es la auditoría quien define con bastante razonabilidad, la situación real de la empresa. Una auditoría además, evalúa el grado de eficiencia y eficacia con que se desarrollan las tareas administrativas y el grado de cumplimiento de los planes y orientaciones de la gerencia. (Fischer, 2004).

Fundamentos teóricos

¿Cómo se realiza una auditoría operacional?

Según el (Instituto Mexicano de Contadores públicos 1989), se debe de realizar de la siguiente manera: Aunque no pueden establecerse reglas fijas que determinen cuando debe practicarse la auditoria operacional, si se pueden señalar aquellas que habitualmente los administradores de entidades, los auditores internos y los consultores, han determinado como más frecuentes:

- 1.- Para aportar recomendaciones que resuelvan un problema conocido
- 2.- Cuando se tienen indicadores de ineficiencia pero se desconocen las razones
- 3.- Para contar con un respaldo para la prevención de ineficiencias o para el sano crecimiento de las entidades.

La auditoria operacional, puede realizarse en cualquier época y en cualquier frecuencia; lo recomendable es que se practique periódicamente a fin de que se rinda sus mejores frutos. Así, puede prepararse un programa cíclico de revisión, en el cual un área sea revisada por lo menos cada dos años, manteniéndose un examen permanente de aquellas operaciones que requieran especial atención del monto de recursos invertidos en ellas o por su criticidad. (Gutiérrez, 2006).

Informe de auditoría operacional

1. Todos los papeles de trabajo deben estar revisados y firmados por el gerente o el supervisor de auditoría. Esta es una norma de carácter universal que no puede dejar de aplicarse bajo ninguna circunstancia.
2. En consecuencia, tanto el auditor en jefe como sus ayudantes deben tener un conocimiento profundo de los métodos, procedimientos y sistemas que se han examinado en la empresa.
3. Tanto el auditor en jefe como sus ayudantes deben estar convencidos de la autenticidad de cada observación incluida en los papeles de trabajo. El auditor debe estar consciente de que se enfrentara a resistencia al cambio por parte de los empleados de la empresa; esta resistencia podrá vencerse solo si se tiene un conocimiento amplio de las áreas auditadas y un convencimiento absoluto de que los problemas son autentico.
4. El auditor debe clasificar los problemas detectados de acuerdo con su importancia, a la luz del impacto presente y futura sobre los recursos de la entidad.

5. Los papeles de auditoría deben incluir no solo descripciones de problemas, sino sugerencias útiles, claras y objetivas para corregirlos.

6. El auditor y sus ayudantes deben discutir, analizar y evaluar cada una de las sugerencias para corregir los problemas detectados. Las recomendaciones deben reflejar el criterio profesional de todo un equipo de trabajo en el que se conjuguen las vivencias de quienes llevaron a cabo la revisión en el planeación y supervisión de la auditoría.

7. Es más importante estar convencido de que las sugerencias de auditoría están bien estructuradas y serán de utilidad, que el convencimiento respecto a las fallas o deficiencias en los sistemas.

8. En los papeles de trabajo es esencial que las sugerencias de auditoría DEBEN SER:

a) Factibles: es decir, susceptibles de llevarse a la práctica y no solo quimeras obtenidas de manuales que nunca se han puesto en operación.

b) Accesibles: esto es, al alcance de la empresa desde el punto de vista de su capacidad económica.

c) Objetivas e integrales: es decir, congruente con la estructura del área en la que se van a implantar y con la estructura de otras áreas que se relacionen con esta. (Kotler & Armstrong, 2004).

Antes de proceder al inicio del proceso de preparación del informe, el auditor y sus ayudantes deben trabajar sobre los papeles que contienen las descripciones de los sistemas, el señalamiento de fallas y el detalle de las sugerencias, a fin de agotar todas las posibilidades existentes respecto a todo aquello que pueda:

- Eliminarses
- Combinarse
- Transferirse
- Cambiarse
- Corregirse

Cubiertas las anteriores recomendaciones, el auditor queda en condiciones de iniciar la quinta fase de la auditoría operacional: preparar su informe. (Chiavenato, 2001).

1. Secuencias para preparar el informe de auditoría

La quinta fase de la auditoría de flujo de transacciones es esencial para el logro de sus objetivos. Si los hallazgos de los auditores no se comunican a la entidad por los medios correctos y oportunos, todo el trabajo efectuado en las cuatro etapas anteriores se reducirá a un conjunto de actividades estériles sin beneficios para la empresa.

Ahora bien, para que las observaciones y sugerencias de auditoría puedan comunicarse a la entidad de manera correcta y oportuna, es necesario que el auditor lleve a cabo las tareas de quinta fase conforme a los siguientes pasos. (Kotler & Armstrong, 2003).

- a) Discusión de las observaciones y sugerencias.
- b) Recopilación de respuestas a las observaciones y sugerencias.
- c) Elaboración del borrador del informe

Metodología

El presente estudio realizado en un Supermercado en la Ciudad de Navojoa, Sonora, tiene por objetivo obtener información importante para conocer la situación actual de la empresa en los diversos departamentos de la misma mediante la aplicación de cuestionarios, recolección de datos y análisis de los mismos del personal de la empresa.

Beneficios:

- Diagnosticar y formular recomendaciones profesionales para mejorar la eficiencia.
- Medir la satisfacción de los clientes.
- Ofrecer propuestas de mejora.
- Evaluar y conocer las habilidades de los empleados respecto a compras, ventas, inventarios, controles y atención al cliente.

Objetivo

Realizar una Auditoría Operacional a través de la aplicación de instrumentos para el área de compras, ventas, inventarios y atención a clientes, a fin de encontrar áreas de oportunidad y mejoras en la organización.

Alcance

El estudio se realizará al interior de las áreas de la empresa: compras, ventas, inventarios, atención a clientes y control.

Método

1. Presentar una propuesta de trabajo a una empresa de la localidad para poder realizar

- la Auditoría Operacional (plan de trabajo, instrumentos y beneficios).
2. Realizar una formalización con la empresa de un trabajo realizado.
 3. Realizar una agenda de visitas para la aplicación de instrumentos.
 4. Aplicación de los instrumentos, codificación de resultados, realizar la eficiencia de cada instrumento, realizar un informe ejecutivo y presentación final.

Resultados

En este apartado se mostraran los resultados que se llevaron a cabo de la investigación de cada área de la empresa.

En primer lugar, se analiza el área de compras con el instrumento correspondiente y sus resultados (ver tabla 1 y gráfica 1).

**INSTRUMENTO DE AUDITORÍA OPERACIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE
COMPRAS**

Objetivo

Revisar las funciones y procesos del área de compras para diagnosticar y detectar áreas de oportunidades.

Favor de contestar brevemente la siguiente información de acuerdo a su puesto:

Edad: _____ Escolaridad: _____ Antigüedad en la empresa: _____ Sexo: _____

Instrucciones: favor de contestar el siguiente cuestionario referente al departamento de compras.

1.- ¿Existe algún registro para la descripción de pedidos en orden cronológico de todas las entradas de mercancía?

SI _____ NO _____

2.- ¿Están previamente enumerados y controlados los documentos de recuperación de mercancías?

SI _____ NO _____

3.- ¿Se preparan informes de recepción por todas las mercancías recibidas?

SI _____ NO _____

4.- ¿Se inspeccionan en este departamento los efectos adquiridos para determinar la condición en que se reciben, se cuentan, se pesan o se miden?

SI _____ NO _____

5.- ¿Cuenta con un sistema para realizar sus compras?

SI _____ NO _____

6.- ¿Ha tenido problemas con el proceso de compras en este departamento?

SI _____ NO _____

7.- ¿El tiempo de los proveedores es el adecuado?

SI _____ NO _____

8.- ¿Está de acuerdo con el sistema para realizar sus compras?

SI _____ NO _____

9.- ¿Está de acuerdo con los controles que utilizas actualmente para el manejo de compras?

SI ____ NO ____

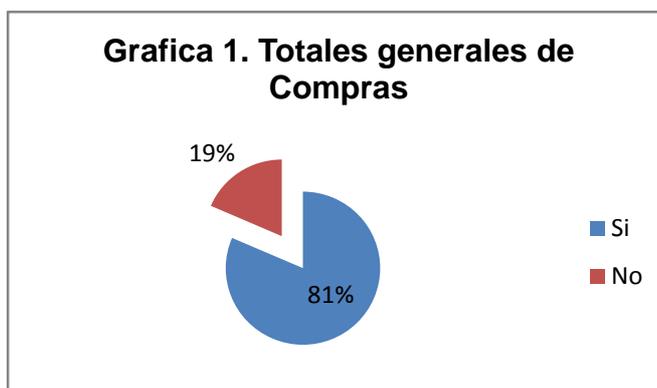
SUGERENCIAS: _____

Gracias.....

Tabla 1. Resultados del área de compras.

| PREGUNTA | TOTALES SI | TOTALES NO | PORCENTAJE SI | PORCENTAJE NO |
|---------------------|------------|------------|---------------|---------------|
| 1 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 2 | 1 | 2 | 33% | 67% |
| 3 | 2 | 1 | 67% | 33% |
| 4 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 5 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 6 | 1 | 2 | 33% | 67% |
| 7 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 8 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 9 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| TOTALES | 22 | 5 | | |
| TOTALES PORCENTAJES | 81% | 19% | | |

En la gráfica 1, se muestra que el porcentaje general del departamento de Compras del Supermercado, este departamento fue auditado y el personal del área respondió a un 81% de una manera favorable y 19% respondió de una forma negativa.



Gráfica 1. Departamento de compras.

En segundo lugar, se analiza el área de ventas con el instrumento correspondiente y sus resultados (ver tabla 2 y gráfica 2).

INSTRUMENTO DE AUDITORÍA PERSONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE VENTAS.

Objetivo: Aplicar el instrumento de ventas, en base a preguntas, para el personal del departamento en estudio y poder encontrar áreas de oportunidad.

Edad: _____ Sexo: H__ M__ Antigüedad en la empresa: _____
Escolaridad _____

Seleccionar solo SI o NO en cada pregunta.

1.- ¿Realiza sus ventas a crédito?

Si__ No__

2.- ¿Si sus ventas son a crédito su modalidad de cobro se adecua al cliente?

Si__ No__

3.- si sus ventas son al contado ¿El cliente tiene algún beneficio?

Si__ No__

4. ¿Se obtienen los resultados esperados en ventas a corto plazo?

Si__ No__

5.- ¿Estás de acuerdo en realizar la posventa?

Si__ No__

6.- ¿Estás de acuerdo con el tipo de ventas que realizas?

Si__ No__

7.- En caso de realizar la posventa ¿Se obtienen buenos resultados?

Si__ No__

8.- ¿Siempre realiza el tipo de ventas?

Si__ No__

9.- ¿La venta personal es efectiva?

Si__ No__

10.- ¿Hay devoluciones de mercancía con frecuencia?

Si__ No__

Comentarios y/o Sugerencias:

Gracias

Tabla 2. Resultados del área de ventas.

| PREGUNTA | TOTALES SI | TOTALES NO | PORCENTAJE SI | PORCENTAJE NO | EFICIENCIA SI | EFICIENCIA NO |
|---------------------|------------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | 1 | 3 | 25% | 75% | .1 | .3 |
| 2 | 4 | 0 | 100% | 0% | .4 | 0 |
| 3 | 4 | 0 | 100% | 0% | .4 | 0 |
| 4 | 4 | 0 | 100% | 0% | .4 | 0 |
| 5 | 2 | 2 | 50% | 50% | .2 | .2 |
| 6 | 3 | 1 | 75% | 25% | .3 | .1 |
| 7 | 2 | 2 | 50% | 50% | .2 | .2 |
| 8 | 1 | 3 | 25% | 75% | .1 | .3 |
| 9 | 3 | 1 | 75% | 25% | .3 | .1 |
| 10 | 3 | 1 | 75% | 25% | .3 | .1 |
| TOTALES | 27 | 13 | | | 2.7 | 1.3 |
| TOTALES PORCENTAJES | 67.5% | 32.5% | | | | |

En la gráfica 2, se muestra que el porcentaje general de ventas, en dicho Supermercado. Su personal respondió a un 67% de una manera favorable y 33% respondió de una forma negativa.



Gráfica 2. Resultados totales de ventas.

En tercer lugar, se analiza el área de control con el instrumento correspondiente y sus resultados (ver tabla 3 y gráfica 3).

**INSTRUMENTO DE AUDITORÍA OPERACIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE
CONTROL.**

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación de la carrera de LA, que se aplicará para llevar a cabo una Auditoría Operacional, donde el objetivo es el mejoramiento del desempeño del departamento.

Edad _____ **Escolaridad** _____
Sexo _____ **Antigüedad en la Empresa** _____

A continuación dedique un momento a completar esta breve encuesta. Subraye la respuesta adecuada para cada cuestión en base a las siguientes preguntas.

1. ¿Utilizan algún tipo de controles?
Si _____ No _____

2. ¿En cada departamento utilizan diferentes tipos de controles?
Si _____ No _____

3. ¿Se encuentran satisfechos con los tipos de controles que utilizan en la empresa?
Si _____ No _____

4. ¿Está de acuerdo con el manejo de los indicadores de control?
Si _____ No _____

5. ¿Se utilizan procedimientos para llevar a cabo los controles?
Si _____ No _____

6. ¿Considera que el control que se utiliza en la empresa es adecuado?
Si _____ No _____

7. ¿Utilizan algún tipo de control para su departamento?

Si_____

No_____

8. ¿Utilizan algún tipo de control para el departamento de ventas?

Si_____

No_____

9. ¿Utilizan algún tipo de control para el departamento de inventario?

Si_____

No_____

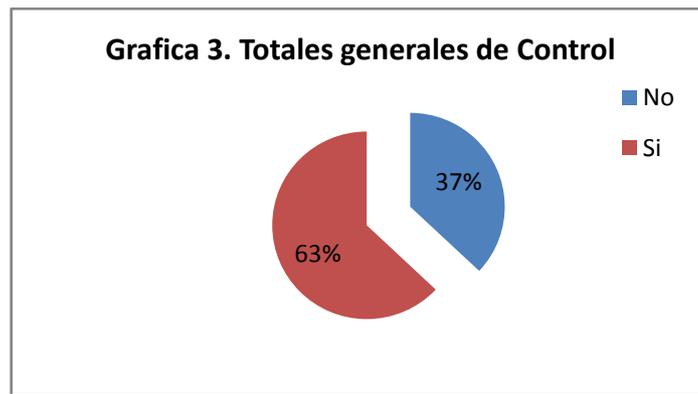
Si tienes algún comentario adicional agradeceremos nos lo hagas saber.

¡Gracias por tu cooperación!

Tabla 3. Resultados del área de control

| PREGUNTA | TOTALES SI | TOTALES NO | PORCENTAJE SI | PORCENTAJE NO |
|------------------------|---------------|---------------|------------------|------------------|
| 1 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 2 | 0 | 3 | 0% | 100% |
| 3 | 2 | 1 | 67% | 33% |
| 4 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 5 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 6 | 0 | 3 | 0% | 100% |
| 7 | 3 | 0 | 100% | 0% |
| 8 | 1 | 2 | 33% | 67% |
| 9 | 2 | 1 | 67% | 33% |
| TOTALES | 17 | 10 | | |
| TOTALES PORCENTAJES | 63% | 37% | | |

En la gráfica 3, muestra que el porcentaje general de control en el Supermercado. Su personal respondió a un 63% de una manera favorable y 37% respondió de una forma negativa.



Grafica 3. Resultados totales de Control.

En cuarto lugar, se analiza el área de inventarios con el instrumento correspondiente y sus resultados (ver tabla 4 y gráfica 4).

INSTRUMENTO DE INVENTARIOS

El objetivo de este instrumento es conocer la situación actual del sistema/programa para hacer inventarios. Esta información es totalmente confidencial. Seleccione con una "X" la respuesta que más se le adecue.

Edad: _____ Sexo: H__ M__ Antigüedad en la empresa: _____
 Escolaridad _____

Favor de responder según la pregunta TD (Totalmente de acuerdo) D (De acuerdo) N (Neutral) DS (Desacuerdo) TDS (Totalmente Desacuerdo)

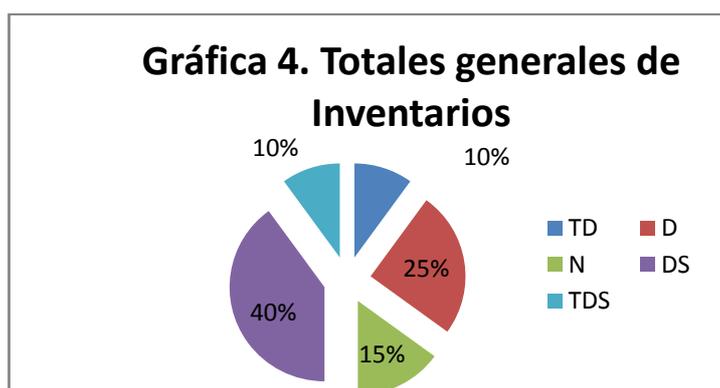
| PREGUNTA | TD | D | N | DS | TDS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1.- ¿Se encuentra Usted satisfecho con el tipo de inventario que utiliza? | | | | | |
| 2.- ¿Está satisfecho con los métodos utilizados? | | | | | |
| 3.- ¿Esta Ud. Conforme con los resultados obtenidos a través del método de inventario? | | | | | |
| 4.- ¿El tiempo que tarda en hacer el inventario es el adecuado? | | | | | |
| 5.- ¿Es posible que cualquier persona pueda hacer la auditoria? | | | | | |
| 6.- ¿Los periodos en los que se elaboran los inventarios son los adecuados? | | | | | |
| 7.- ¿Considera que el uso de tecnología facilita el uso de os inventarios? | | | | | |
| 8.- ¿La participación de los colaboradores en la realización de los inventarios es suficiente? | | | | | |
| 9.- ¿Considera que el programa de inventario que utiliza le ha ayudado en la productividad de su empresa? | | | | | |
| 10.- ¿Usted cree que las personas que llevan a cabo los inventarios en su empresa se Sienten cómodos con el inventario usado? | | | | | |

Comentarios: _____

Tabla 4. Resultados del área de Inventarios.

| PREG. | TD | D | N | DS | TDS | TD | D | N | DS | TDS |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|
| 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% |
| 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% |
| 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% |
| 5 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% |
| 6 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% |
| 7 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 8 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% |
| 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% |
| 10 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 50% | 50% | 0% | 0% | 0% |
| = | 6 | 10 | 4 | 16 | 4 | | | | | |
| TOTAL PORCENTAJES | 15% | 25% | 10% | 40% | 10% | | | | | |

En la gráfica 4, muestra que el porcentaje general de Inventarios, en el Supermercado. Su personal respondió a un 40% Desacuerdo, 25% De acuerdo, 15% Neutral, 10% Totalmente de acuerdo y 10% Totalmente de desacuerdo.



Gráfica 4. Resultados totales de Inventarios.

En quinto lugar, se analiza el área de atención a clientes con el instrumento correspondiente y sus resultados (ver tabla 5 y gráfica 5).

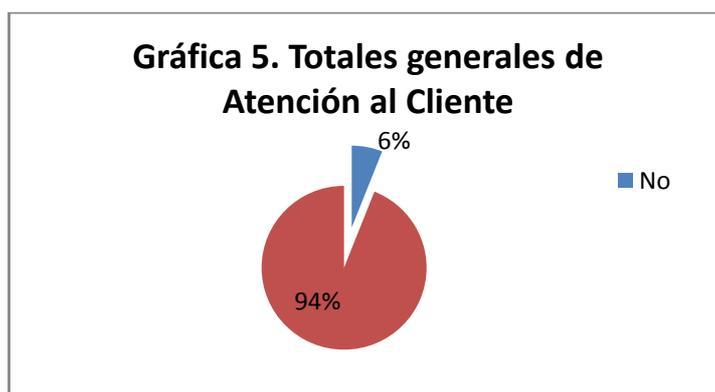
Instrumento de Auditoría Operacional para el Departamento de Atención al Cliente.

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación de la carrera de Lic. en Administración de Empresas, que se aplicará para llevar a cabo una auditoría Operacional, donde el tema principal será el mejoramiento del desempeño del departamento, edad y escolaridad indistintas.

Tabla 5. Resultados del área de Atención a Clientes.

| PREGUNTA | TOTALES NO | TOTALES SI | PORCENTAJE NO | PORCENTAJE SI |
|--------------------|------------|------------|---------------|---------------|
| 1 | 2 | 78 | 3% | 97% |
| 2 | 2 | 78 | 3% | 97% |
| 3 | 3 | 77 | 4% | 96% |
| 4 | 12 | 68 | 15% | 85% |
| 5 | 5 | 75 | 6% | 94% |
| TOTALES | 24 | 376 | | |
| TOTALES PORCENTAJE | 6% | 94% | | |

En la gráfica 5, muestra que el porcentaje general de Atención al Cliente, del Supermercado. Su personal respondió a un 94% de una manera favorable y 6% respondió de una forma negativa.



Gráfica 5. Resultados totales de atención a clientes.

Conclusiones

COMPRAS:

- Se cuenta con registro para la descripción de pedidos.
- Se inspeccionan los efectos adquiridos para determinar la condición en que se reciben, se cuentan, se pesan o se miden.
- Cuenta con un sistema para realizar sus compras.

VENTAS:

- Si sus ventas son a crédito su modalidad de cobro se adecua al cliente.
- Sus ventas son a contado.
- Se obtienen los resultados esperados en ventas a corto plazo.

- Están de acuerdo con el tipo de ventas que realizan.
- No hay devoluciones de mercancía con frecuencia.

INVENTARIOS:

- Se utiliza buen tipo de inventario que utiliza.
- Está satisfecho con los métodos utilizados.
- Están conforme con los resultados obtenidos a través del método de inventario.
- El tiempo que tarda en hacer el inventario es el adecuado.

CONTROL:

- Utilizan algún tipo de controles.
- Está de acuerdo con el manejo de los indicadores de control.
- Utilizan algún tipo de control para su departamento.
- En cada departamento utilizan diferentes tipos de controles
- Se encuentran satisfechos con los tipos de controles que utilizan en la empresa.
- Considera que el control que se utiliza en la empresa es adecuado.
- Utilizan algún tipo de control para el departamento de ventas.

ATENCION AL CLIENTE:

- El agradable el servicio que se ofrece.
- El producto o servicio cumple con sus necesidades.
- Se le atiende en un tiempo determinado.
- El servicio que se le ofreció es el que usted espero.
- En el momento de tener problemas con su producto o servicio, la empresa tiende a resolver su problema.

Recomendaciones:

Como recomendación final a la empresa, ésta debe poner más énfasis en las áreas donde salieron con porcentajes bajos respecto a debilidades y amenazas, ya que a largo plazo pueden traerles inconvenientes en sus procesos. Las principales recomendaciones en base a

los resultados son:

Compras:

- Que la empresa cuente con documentos de recuperación de mercancías.
- Preparar informes de recepción por las mercancías recibidas.

Ventas:

- Capacitar al personal de ventas para lograr una venta efectiva.
- Diseñar estrategias de ventas a crédito.
- Realizar la posventa.

El Supermercado se encuentra trabajando eficientemente, sin embargo, hay que enfatizar en las áreas de oportunidad detectadas.

Referencias bibliográfica

- Chiavenato, I. (2001). *Administración: Proceso Administrativo, Teoría, Proceso y Práctica*. 2da. Ed. Editorial McGraw-Hill. Colombia.
- Daft, R. (2004). *Administración*. 6ta. Ed. Editorial Internacional Thompson. México.
- Fischer, L. (2004). *Mercadotecnia*. 3ra. ed. Editorial McGraw-Hill. México
- Greco, O. (2007). *Diccionario contable*. 4ta. Ed. Editorial Valleta ediciones. Florida.
- Gutiérrez, M. (2006). *Administrar para la calidad*. 2da. Ed. Editorial McGraw-Hill. México.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (1989). *Auditoría Operacional*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México.
- Kotler P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6ta. Ed. Editorial Pearson Prentice-Hall. México.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Marketing*. 10a. Ed. Editorial Prentice-Hall. México.
- Romero, Ricardo. (2004), *Marketing*. 2da. Ed. Editora Palmir. México.
- Rubio, V. (2008). *Guía práctica de auditoría administrativa*. 3ra. Ed. Editorial McGraw-Hill. México.

PASEO EN LANCHAS EN EL RÍO YAQUI: UNA OPCIÓN DE TURISMO DE NATURALEZA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE BUENAVISTA

Francisco Montaña Salas, Jony Ramiro Torres Velásquez, Arturo Cervantes Beltrán, & Oscar Ernesto Hernández Ponce

Resumen

La experiencia expuesta en esta ponencia, se llevó a cabo en la comunidad de Buenavista en el periodo de enero a julio de 2007. En virtud de que en esa comunidad, el ITSON ha desarrollado una serie de proyectos de investigación a partir del año 2003 y después de que en el año 2005 se elaboró un plan de acciones estratégica para el desarrollo sostenible de esa comunidad, en los siguientes años se han realizado diferentes talleres relacionados con el desarrollo humano y formación empresarial, que han sido apoyados por la Fundación Tichi Muñoz-FESAC.

Aprovechando la fortaleza que tiene Buenavista en cuanto a la diversidad de recursos naturales, se realizó un curso-taller denominado "Turismo alternativo en la comunidad de Buenavista para aprovechar los recursos naturales de manera sostenible", con la finalidad de capacitar a los pobladores de Buenavista para aprovechar el potencial de los recursos naturales mediante el turismo de la naturaleza para identificar atractivos turísticos y diseñar productos turísticos. Se utilizaron metodologías participativas y las metodologías propuestas por Wong, (2005) y Dejo, (2003), también se utilizó un modelo de planeación para actividades turísticas, denominado La Mesa; se realizaron recorridos por el Río Yaqui para identificar puntos clave y tiempos de la ruta para el paseo en lancha, para obtener información importante para los turistas.

Como producto turístico se seleccionó el paseo en lancha en el Río Yaqui con la ruta del parque Oviáchic a la presa El Chiculi y con los geoposicionadores (GPS) se ubicaron los puntos clave de la ruta para obtener las imágenes de satélite, se diseñó la hoja del catálogo turístico que incluye información general del paseo en lancha y su ficha técnica, además, se editó un vídeo para promocionar ese servicio de turismo de la naturaleza.

Actualmente se encuentra ofreciendo este servicio turístico con muy buena aceptación por los visitantes.

Palabras clave: Turismo de la naturaleza, producto turístico, paseo en lancha, desarrollo económico

Introducción

La principal actividad económica en la comunidad de Buenavista es la ganadería, pero por el sobrepastoreo, el agostadero se ha deteriorado y además la ganadería como proveedor de materia prima cada vez es menos redituable. La población de esta comunidad está formada por un 60% de jóvenes, quienes en su mayoría están desempleados o emigran a otras ciudades, Estados e inclusive al extranjero, por tal motivo es importante buscar alternativas que generen ingresos y aseguren su permanencia en la comunidad, la comunidad cuenta con una gran diversidad de flora y fauna, además de los recursos suelo y agua, lo que indica un potencial natural que puede ser aprovechado su paisaje como atractivo turístico y elaborar productos turísticos, como pudieran ser ciclismo de montaña, caminatas, cabalgatas, camping,

rapel, paseo en lancha en el Río yaqui, etc.

En la comunidad de Buenavista, que corresponde al municipio de Cajeme (Figura 1), el Itson desde el 2003, ha desarrollado una serie de estudios de investigación que han generado suficiente información para que las autoridades comunales y municipales tomen decisiones más precisas que permitan un mejor bienestar social aprovechando el gran potencial que los recursos naturales les brindan. Entre los estudios realizados se encuentra el diseño de un Plan de acciones estratégicas para el desarrollo sostenible de la comunidad y dentro de ese plan está contemplado un programa de desarrollo económico (Guzmán, 2005), y se han llevado a cabo talleres de capacitación para la formación empresarial de los pobladores y comuneros de Buenavista

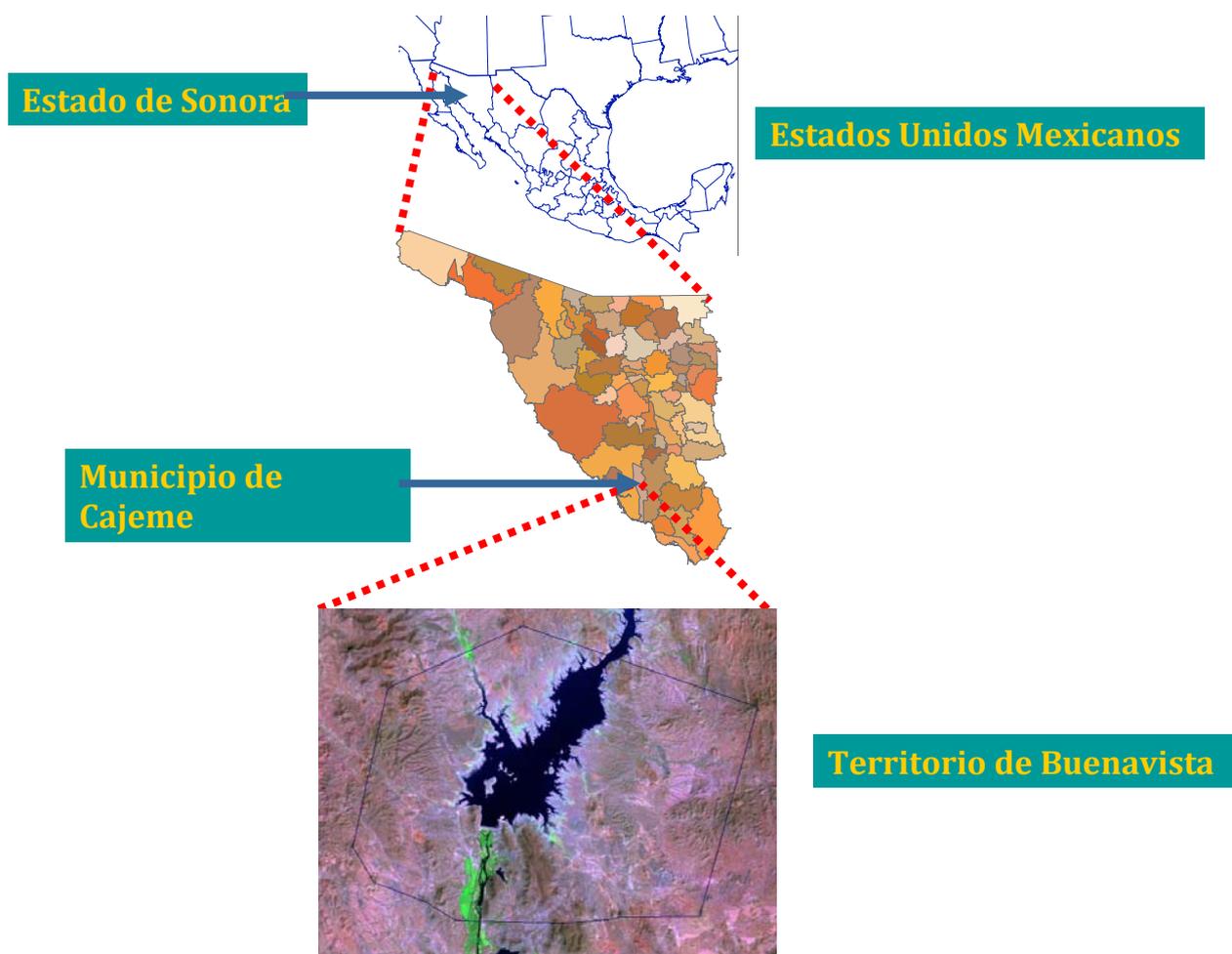
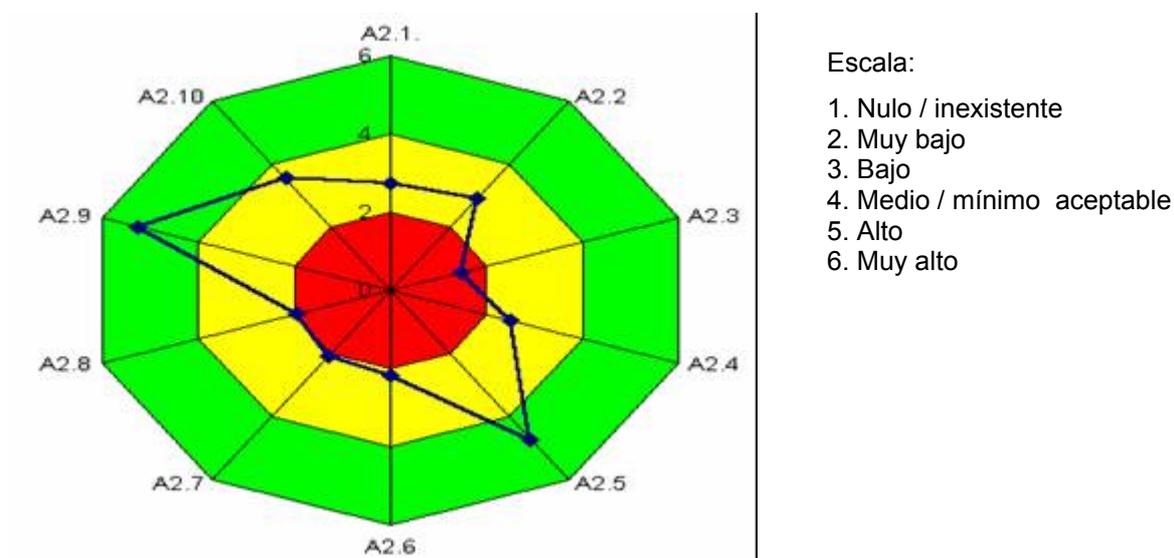


Figura 1. Ubicación del territorio de Buenavista

Dentro de los estudios que se han realizado es un diagnóstico, elaborado mediante metodologías participativas y científicas como la del Desarrollo local (Wong, 2005) y gestión para el desarrollo local (Dejo, 2003) y cuyos resultados (Guzmán, 2005), entendiendo a estos

como las fortalezas de la comunidad más relacionadas con la presente ponencia son: En cuanto a infraestructura, servicios y accesibilidad, se encontró que existe una adecuada disponibilidad de espacio físico para actividades económicas y cuenta con un nivel de atraktividad del lugar muy bueno para invertir en proyectos de turismo relacionados con la naturaleza (Figura 2).



Escala:

1. Nulo / inexistente
2. Muy bajo
3. Bajo
4. Medio / mínimo aceptable
5. Alto
6. Muy alto

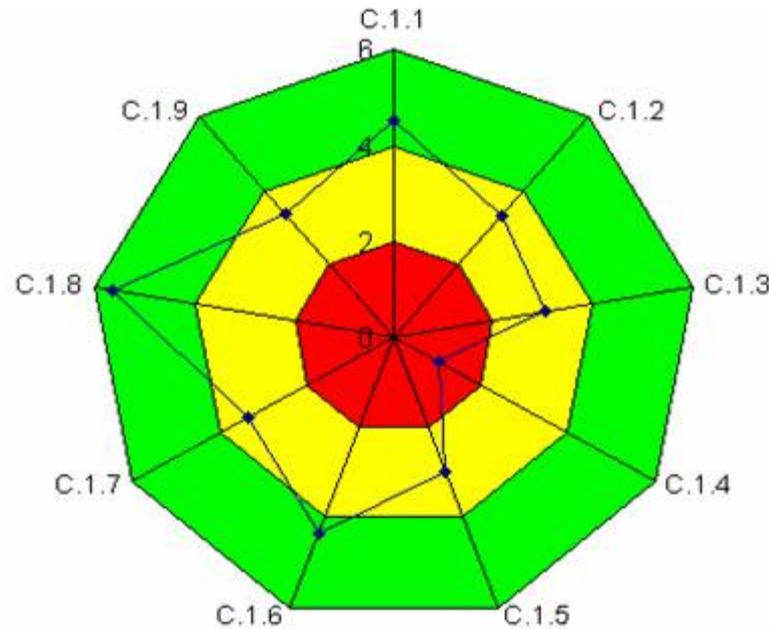
- Condición de debilidad (niveles inaceptables de desarrollo)
- Condición intermedia (niveles mínimos de desarrollo)
- Condición de fortaleza (niveles aceptables de desarrollo)

Descripción de las variables:

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>A.2.1. Accesibilidad en el contexto regional.</p> <p>A.2.2. Infraestructura de comunicaciones y transporte.</p> <p>A.2.3. Infraestructura y equipamiento industrial.</p> <p>A.2.4. Infraestructura agropecuaria.</p> <p>A.2.5. Disponibilidad de espacio físico para actividades económicas.</p> | <p>A.2.6. Existencia de sistemas y centros de información.</p> <p>A.2.7. Existencia de unidades de capacitación para el desarrollo.</p> <p>A.2.8. Servicios especializados a la producción.</p> <p>A.2.9. Nivel de atraktividad del lugar (inversiones, turismo, etc.).</p> <p>A.2.10. Imagen desde el exterior.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

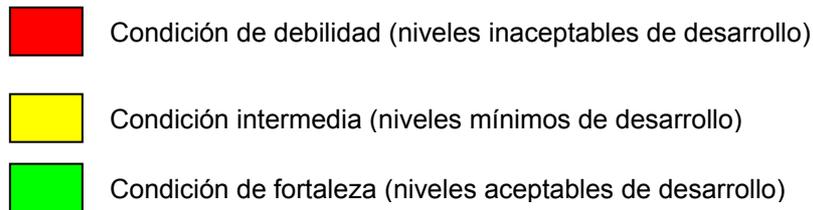
Figura 2. Infraestructura, servicios y accesibilidad.

En cuanto a medio ambiente y recursos naturales la comunidad presenta fortaleza en el estado general del medio ambiente, Disponibilidad de agua para el desarrollo de largo plazo y existencia de áreas verdes en la comunidad



Escala:

1. Nulo / inexistente
2. Muy bajo
3. Bajo
4. Medio / mínimo aceptable
5. Alto
6. Muy alto



Descripción de las variables:

- C.1.1. Estado del medio ambiente general.
- C.1.2. Grado de educación ambiental.
- C.1.3. Aprovechamiento y gestión adecuada de recursos naturales.
- C.1.4. Existencia de áreas naturales protegidas.
- C.1.5. Estado de la contaminación.
- C.1.6. Disponibilidad de agua para el desarrollo de largo plazo.
- C.1.7. Cultura y cuidado del agua.
- C.1.8. Existencia de áreas verdes en la comunidad.
- C.1.9. Inclusión de criterios ambientales a la producción (armonía entre actividades productivas y medio ambiente).

Figura 3. Medio ambiente y recursos naturales.

Las características mencionadas, mostraron la oportunidad de que se propusiera un proyecto denominado "Turismo alternativo en la comunidad de Buenavista para aprovechar los recursos naturales de manera sostenible", el cual fue apoyado por la Fundación Tichi Muñoz y supervisado por la Fundación del Empresariado Sonorense A.C., dicho proyecto tuvo como objetivo, capacitar a los pobladores de Buenavista para aprovechar el potencial de los recursos

naturales de la comunidad de Buenavista mediante el turismo de la naturaleza para diseñar un productos turísticos.

Marco de referencia

Turismo de la naturaleza

La cultura ecoturística (Allende, s/f), es un modo de vida en el que se desarrollan actividades que generan este tipo de beneficios (económicos, sociales y ecológicos) a los habitantes de las comunidades rurales; para ellos van dirigidos los servicios y actividades que se realizan en la empresa; el conocimiento de los atractivos naturales y especies representativas de la región, mediante el recorrido, la práctica de deportes, actividades recreativas destinadas a conocer las costumbres y tradiciones de los habitantes y los servicios que mediante las infraestructura se ofrecerá a los visitantes.

Es indudable que el objetivo principal de involucramiento de la población local en el ecoturismo es que este proceso les brinde oportunidades concretas de beneficio socioeconómico dentro de patrones de sustentabilidad. De esto dependerá que los habitantes locales verdaderamente respeten el recurso primordial en que se basa el ecoturismo, que es un ecosistema natural lo menos disturbado y degradado, incluyendo a su fauna y flora nativas.

El ecoturismo puede hacer un uso consuntivo o no consuntivo de los ecosistemas, entendiéndose por tal, a cualquier actividad que implique la extracción o el consumo de un recurso natural, como la pesca o la recolección de especímenes con fines científicos o de entretenimiento.

El uso no consuntivo está relacionado con la observación de vida silvestre y el disfrute estético del paisaje, como el alpinismo, buceo, campismo, ciclismo de montaña, descenso en rápidos, espeleología, fotografía de fauna silvestre, kyaquismo, navegación recreativa y la observación de aves.

Desarrollo de habilidades

En el medio rural las personas se dedican a una serie de actividades para subsistir, a pesar de esto no son lo suficientemente competitivas, ya que no cuentan con las técnicas y tecnologías requeridas para competir en el mercado capitalista, además de que deterioran los recursos naturales a los que recurren, haciéndolos día con día más improductivos. En este sentido, necesario concientizar a la población en general y principalmente a los habitantes del

campo, que además de poderse subsistir con la utilización de los recursos naturales, también es posible respetarlos y cuidarlos para que las generaciones futuras disfruten de los mismos.

El implementar un proyecto ecoturístico en una comunidad no implica que se dejen de realizar las actividades ya establecidas, sino que es una estrategia más de vida que los campesinos pueden implementar para crear otra fuente de empleo que permita el arraigo de las personas en su lugar de origen.

La conservación de los recursos naturales mediante el adecuado manejo y desarrollo de proyectos sustentables es, en la actualidad, una premisa fundamental que está abarcando a todos los sectores de la población. No existe garantía alguna de la conservación de los recursos naturales si no es con la participación activa de los habitantes de las áreas con alta diversidad biológica, es por ello que este proyecto está destinado a jóvenes rurales emprendedores con inquietud de mejorar la calidad de vida de su familia y comunidad, aprovechando la infraestructura natural, cultural y social de sus comunidades, en beneficio de todos los entes participantes, directa y/o indirectamente.

Los proyectos ecoturísticos otorgan beneficios económicos a los participantes, ya que representa una alternativa más de ingresos monetarios mediante el aprovechamiento de los atractivos ambientales. En términos absolutos a nivel local y en términos relativos a nivel personal, pueden significar un ingreso adicional de gran importancia y los beneficios, sin embargo, el beneficio no solo es de orden monetario, sino que podrán, lugareños y visitantes, beneficiarse mutuamente, a partir de un proceso de enseñanza-aprendizaje.

La protección y buen uso de los recursos naturales proporcionan beneficios ecológicos que nos permiten tener un equilibrio entre la relación hombre-ambiente, generando satisfactores con calidad ambiental y social. La organización social juega un papel importante dentro del ecoturismo, siendo la base del desarrollo sustentable, además que el ecoturismo pretende reforzar los lazos culturales tales como tradiciones, formas de vida, identidad, etc.

Las comunidades locales de áreas rurales constituyen usualmente los grupos menos prósperos de la sociedad, su implicación en actividades de ecoturismo podría contribuir en gran medida a mejorar su situación económica y elevar su nivel de vida en general. Dichos grupos humanos normalmente han tenido una larga permanencia en su región respectiva, muchos de

sus miembros poseen conocimientos en relación con su medio ambiente natural y con las tradiciones locales.

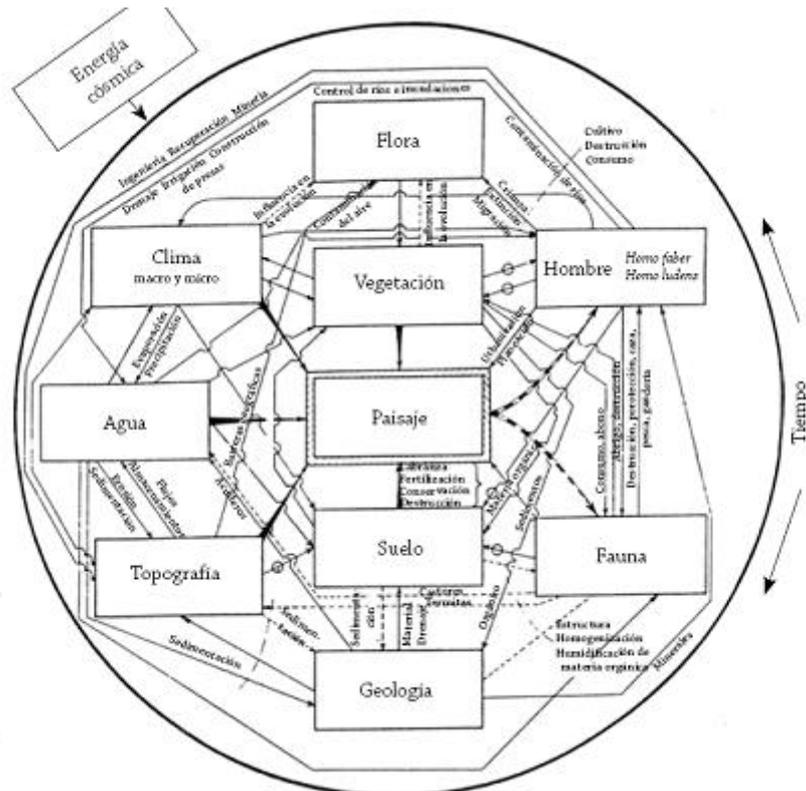
Por tal motivo, con un poco de capacitación, los habitantes locales pueden convertirse en excelentes guías ecoturísticos. La habilidad para caza de muchos de ellos, puede ser utilizada para la localización de especialmente los observadores de aves. Al cambiar la escopeta por unos binoculares o un telescopio se les dará una nueva opción vivencial y de sustento a muchos habitantes locales que quizá tengan pocas opciones económicas viables.

El ecoturismo habrá de ser visto como lo que realmente es: una herramienta potencialmente útil para un desarrollo rural localmente dirigido y la protección de ecosistemas naturales. Se puede definir al ecoturismo como un turismo responsable que busca minimizar los impactos ambientales, que valoriza y contribuye activamente a la conservación de los ecosistemas y que genera ingresos para la población local.

Paisaje

En un análisis muy interesante que realiza Toledo (2006), menciona entre otras cosas que, el carácter multifuncional de los paisajes requiere necesariamente de una aproximación contextual a su heterogeneidad ecológica y a su diversidad biológica y cultural. Sin una aproximación transdisciplinaria de la ciencia es imposible percibir toda la complejidad y la riqueza de la multifuncionalidad de los paisajes.

Para la planificación, la multifuncionalidad abre caminos nuevos. Permite contemplar a los paisajes como autoorganizaciones de sistemas autopoieticos (Naveh, 1987), capaces de expresar nuevas relaciones simbióticas entre la naturaleza y la sociedad, y diseñar estrategias para la creación de sistemas verdaderamente sostenibles (figura 4).



Fuente: Zonneveld 1994.

Figura 4. El paisaje como ecosistema

Los paisajes son los almacenes de todas las riquezas naturales y culturales de la Tierra. Así lo comprendieron los fundadores de la ciencia del paisaje como el célebre naturalista Alexander von Humboldt, para quien el paisaje era “la suma total de las características de una región de la superficie terrestre” (Humboldt 1849: 252, citado por Tress y Tress 2000). Carl Troll, uno de los más influyentes investigadores en el campo de la geografía física y el introductor del concepto de ecología del paisaje en la ciencia moderna, comprendió al paisaje geográfico como “una parte de la superficie terrestre con una unidad de espacio que, por su imagen exterior y por la actuación conjunta de sus fenómenos, al igual que las relaciones de posiciones interiores y exteriores, tiene un carácter específico, y que se distingue de otro por fronteras geográficas naturales.” Para Troll (2003: 72), los objetos de un paisaje, por su sustancia geográfica, pertenecen a tres ámbitos que los colocan bajo leyes diferentes: el mundo abiótico, el mundo viviente y el mundo del hombre.

El paisaje es primariamente una entidad espacial. Tiene una realidad física. Su dimensión espacial-temporal se manifiesta en distintas esferas: abiótica, biótica y artificial. Los componentes abióticos de la geosfera (rocas, suelos, agua, etc.) constituyen el sustrato para el componente biótico, la biosfera (flora, fauna, seres humanos), a los que se agregan los

artefactos, los instrumentos y los medios que la humanidad ha utilizado para modificar su entorno. El espacio es también el marco de todas las formas de pensamiento: mágicas, religiosas, científicas. El espacio provee la estructura de las interrelaciones que constituyen nuestros pensamientos.

Todas las cosas existen en relación con el espacio y el tiempo. Para la disciplina moderna de la ecología del paisaje se trata de “un sistema complejo formado por la actividad de las rocas, el agua, el aire, las plantas, los animales y el hombre, y que, por sus rasgos fisonómicos, forman una entidad reconocible” (Zonneveld 1989: 68). El paisaje integra todo lo causado por patrones y procesos a lo largo de diferentes escalas espaciales y temporales, lo natural y lo humano (Naveh 1987: 75). El hombre, sus ideas y sus acciones, sus herramientas, son parte integral de este sistema cibernético (Zonneveld 1994: 18). El paisaje es, desde esta visión de la ciencia moderna del paisaje, una entidad creada por el trabajo mutuo de la organización viviente (incluidos los seres humanos) y no viviente (procesos físico-químicos) de la naturaleza sobre una parte reconocible de la superficie terrestre.

El patrón de un paisaje es una mezcla de factores naturales y antropogénicos en un espacio dado y es el resultado de complejas interacciones de procesos físicos, biológicos y humanos (Farina 2000: 313).

Método

Localización del área de estudio

Esta experiencia se llevó a cabo en la comunidad de Buenavista, municipio de Cajeme, Sonora, ubicada entre las coordenadas latitud $27^{\circ} 48' 05''$, longitud $109^{\circ} 54' 09''$ altitud 60 msnm, durante los meses de enero a julio de 2007.

Procedimiento

Se utilizaron metodologías participativas, nos apoyamos en un modelo de planeación para el turismo alternativo denominado La MESA (Tierras de aventura,s/f), porque cada una de sus partes representa un elemento de planeación (Figura 5), se realizaron recorridos en la comunidad para conocer e identificar atractivos naturales para posteriormente seleccionar los productos turísticos que se pueden ofrecer por parte de los comuneros y pobladores de Buenavista, también se visitaron ranchos de los municipio de Empalme y Cajeme y comunidades de Álamos que están ofreciendo actividades relacionadas con el turismo

alternativo.



Figura 5. Modelo de planeación La Mesa.

Se elaboró la ficha técnica de acuerdo a la información que se recomienda para el catálogo turístico:

1. Texto inicial de promoción comercial
2. Mapa (atractivo, recorrido, circuito, actividad)
3. Actividades principales y complementarias
4. Descriptivo del circuito
5. Factores de punto
 - * Naturaleza
 - * Cultura
 - * Deporte
6. Temporalidad

7. Nivel de dificultad físico y técnico (aplicable a circuitos deportivos)
8. Lo que se incluye y no se incluye en el circuito
9. Recomendaciones al turista
10. Poblaciones incluidas en el circuito y propuestas de beneficio local
11. Riesgos objetivos y subjetivos (aplica en circuitos deportivos)
12. Tipo de turista: Nicho de mercado y segmento particular
13. Modalidades para realizar el circuito
14. Recomendaciones de operación
15. Capacitación / Sensibilización
16. Infraestructura
17. Equipamiento

En los recorridos que se realizaron en el territorio de la comunidad, se utilizaron geoposicionadores satelitales (GPS) e imágenes de satélite, para ubicar la ruta del paseo en lancha.

Resultados

La comunidad de Buenavista está ubicada muy próxima al Río Yaqui (Figura 6), en el cual se realizó el recorrido (Figura 7) correspondiente al tramo del Parque Oviáchic a la Presa El Chiculi y con el apoyo del GPS, se ubicaron los puntos clave durante el recorrido y se obtuvieron las imágenes de satélite (Figura 8).

Como producto turístico se diseñó el paseo en lancha en el Río Yaqui y se elaboró una hoja de catálogo con la información general y la ficha técnica del paseo en lancha en el Río Yaqui (Figura 9), la cual es útil para los turistas.

Se editó un vídeo, útil para promocionar el paseo en lancha que van a ofrecer personas de Buenavista.

Este proyecto turístico se empezó a ofrecer a mediados del año 2008 y actualmente se ofrece en dos modalidades, puede ser solamente el paseo en lancha o el paseo incluyendo alimentos. Quienes están aprovechando este servicio son los turistas locales y regionales (Figura 10) que visitan el parque "Oviachic" (lugar de recreación que pertenece a los comuneros de Buenavista), sobre todo en los domingos y de manera particular a los turistas

que deseen el paseo en lancha entre semana. El siguiente consiste en entrevistar a las personas que ofrecen este proyecto turístico para conocer su impacto económico, social y ecológico.



Figura 6 Comunidad de Buenavista y el Río Yaqui



Figura 7. Recorrido por el Río Yaqui para delimitar la ruta del paseo en lancha.

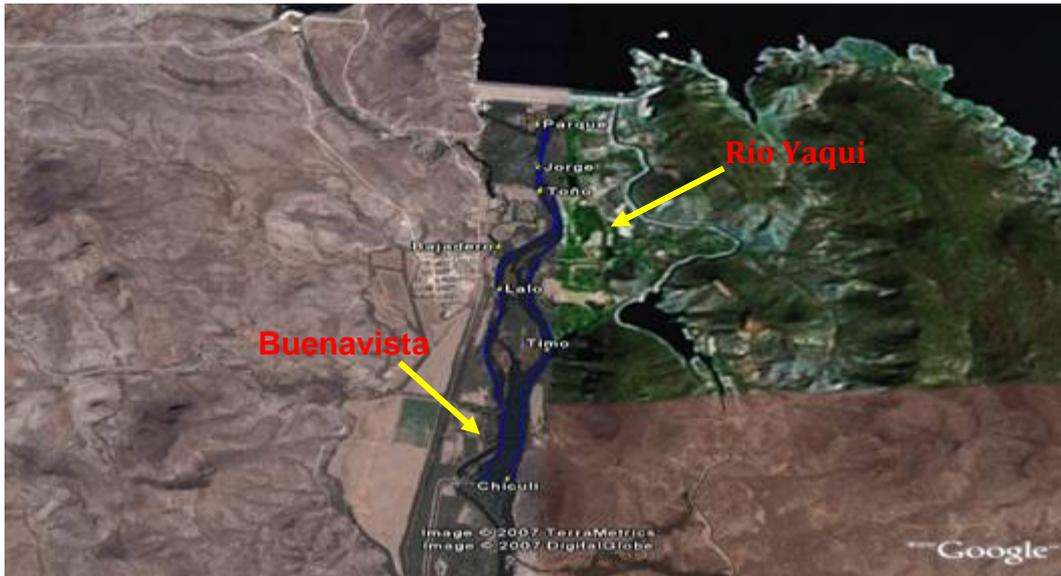


Figura 8. Puntos clave durante el recorrido por el Río Yaqui para ofrecer el paseo en lancha.



De 1 hora a 1:30 horas en lancha. Muy fácil

*Río Yaqui, una oportunidad por vivir
Innovación natural, con historia cultural*



FICHA TÉCNICA

Temporalidad: todo el año

Capacidad: 4 a 12 personas

Incluye: Guías experimentadas, Lancha, Equipo de seguridad

No incluye: Propina

Puntos de interés: Hidroeléctrica, Parque Oviachic, La isla, la cueva de Timo, Dique el Chiculi, aves y fauna acuática.

Consideraciones especiales: Llevar Binoculares, Cámara fotográfica, Caña de pescar, Bileteador, repelente.

Alternativa posible: Zona de descanso, merienda con servicio gastronómico.

Nivel de esfuerzo: Fácil



Las gotas de lluvia que caen sobre la Sierra Madre Occidental se juntan en las laderas. Así se origina el río Yaqui, cuyas aguas dulces serpentean con movimientos descendentes desde lo alto de la sierra y continúan a través del valle del Yaqui.

Durante las últimas décadas el río Yaqui ha venido a formar parte de los más visitados destinos turísticos de nuestra región. Gracias a sus bellezas naturales y grandes posibilidades de realizar cualquier actividad acuática, por esto es el lugar preferido por los turistas que convergen a nuestra región.




ITINERARIO APROXIMADO

- 20 min salida del parque Oviachic con observación de aves
- 30 min Recorrido completo de Oviachic - Chiculi
- 30 min Regreso y vista al paraje La isla
- 10 min Regreso al Parque Oviachic visitando La cueva de timo



Figura 9. Hoja de catálogo con información general y ficha técnica del paseo en lancha en el Río Yaqui

Conclusión

El paseo en lancha en el Río Yaqui, muestra como los recursos naturales de la comunidad de Buenavista pueden ser aprovechados para ofrecer servicios de turismo de la naturaleza a nivel municipal, estatal, nacional e inclusive a nivel internacional y como actividad económica puede participar en el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de esa comunidad.

Referencia bibliográfica

- Allende, C. J. (S.f.). *Manual del participante Proyectos Turísticos*.
- Dejo, F. 2003. *Manual de Gestión Integral para el Desarrollo Local*. Lima, Perú. pp.8,9,10,29,30,31,35,39,41,42,44,50.
- Farina, A. (2000). *The Cultural Landscape as a Model for the Integration of Ecology and Economics*. *BioScience* 50(4): 313-320.
- Guzmán, O. M. (2005). *Plan de acciones estratégicas para el desarrollo de la comunidad de Buenavista, municipio de Cajeme, Sonora, a partir de un enfoque participativo y sistémico*. Tesis de maestría. ITSON
- Naveh, Z. (1987). *Biocybernetic and thermodynamic perspectives of landscape functions and land use patterns*. *Landscape Ecology* 1(2): 75-83.
- Tierras de aventura. (S. f.). *Como identificar el potencial de un producto de turismo alternativo*. Módulo IV del Taller Propedéutico de Ecoturismo para el Sur de Sonora-25 de sept-08 de octubre-2006 en ITSON.
- Toledo, A. (2006). *Agua, hombre y paisaje*. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Instituto Nacional de Ecología. Centro de Investigaciones y Estudios, Sociales en Antropología Social. Primera edición. INE, México.
- Tress, B. & Tress, G. (2000). *Recommendations for interdisciplinary Landscape Research*. En: Brandt, J.B. Tress y G. Tress (eds.). *Multifunctional Landscapes: Interdisciplinary Approaches to Landscape Research and Management*.
- Troll, C. (2003). *Ecología del paisaje*. *Gaceta ecológica* 68: 71-84.
- Wong, P. (2005). *Propuesta Metodológica para el Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional*, Coordinación de Desarrollo Regional CIAD, A.C., Hermosillo, Sonora México.
- Zonneveld, I.S. (1989). *The land unit—A fundamental concept in landscape ecology, and its applications*. *Landscape Ecology* 3(2): 67-86

LAS ACTIVIDADES RECREACIONALES EN GUAYMAS / SAN CARLOS

*Javier Saucedo Monarque, Oscar Ernesto Hernández Ponce
& Miriam Rossana Ramírez López*

Resumen

Las actividades recreacionales son consideradas una actividad sana y útil para la salud y formación de la persona, son una práctica benéfica para el individuo, que permite el uso adecuado del tiempo libre, además del desarrollo sustentable necesario para todo destino turístico, al realizar estas de manera que cuiden y fomenten el cuidado del medio ambiente. Por lo que deben ser complemento de la oferta turística que permitan alargar la estancia de los turistas que visiten Guaymas / San Carlos, estableciendo un programa de actividades para las diferentes edades y condiciones económicas. La Tour Operadora – Escuela que pertenece al Programa Educativo de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas del Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Guaymas, fomenta en sus estudiantes el conocimiento y desarrollo de las actividades recreacionales que les permitan ofrecerlas como complemento de sus servicios profesionales. Por lo que conocer el tipo de turistas y la forma que llevan a cabo sus actividades recreacionales en Guaymas / San Carlos, apoyará a establecer los programas de actividades recreativas que ofrezca la Tour Operadora – Escuela.

Introducción

Antecedentes

El destino Guaymas / San Carlos se encuentra situado a 120 kilómetros de Hermosillo, la Capital de Sonora, y a 390 kilómetros de la frontera con Estados Unidos; por sus características es considerado el principal centro turístico del Estado de Sonora. Cuenta con privilegiados atractivos naturales, impresionantes paisajes formados por una excepcional combinación de desierto, mar y montaña. Así como aspectos culturales, además de diversas opciones de hospedaje, alimentación y actividades deportivas. Para los amantes del golf, se cuenta con un campo de 18 hoyos; además, hay dos marinas que ofrecen todos los servicios a los amantes de la navegación, pesca y buceo (Gobierno del Estado de Sonora, 2010). El Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Guaymas, cuenta con una Tour Operadora – Escuela, que ofrecer un programa de actividades recreacionales a los visitantes, como parte del componente primario del producto turístico que toda oferta turística de tener (Boullón, R, 2002) y que formen parte del programa de prácticas profesionales con las cuales permite al estudiante tener una experiencia real de lo que será su profesión.

Planteamiento del Problema

Para poder ofrecer los servicios de la tour operadora – escuela, de acuerdo a las necesidades de los turistas que visitan el destino turístico de Guaymas / San Carlos, es importante conocer ¿Cuál es la forma en que los turistas que visitan Guaymas / San Carlos, realizan las actividades recreacionales?

Justificación

Los servicios tradicionales deben complementarse con la oferta de otros que faciliten el desarrollo del mayor número posible de actividades de esparcimiento. (Boullón, R., 2002). Una vez que se ha logrado atraer al turista al destino por medio de la promoción, es necesario que el turista disfrute de los atractivos que lo motivaron a viajar, para lo cual las actividades recreacionales juegan un papel muy importante para que su conocimiento y disfrute. Al conocer el tipo de turistas y su forma en que realizar las actividades recreacionales, la tour operadora-escuela podrá ofrecer sus servicios de acuerdo a sus expectativas que guiaran a la misma (Reilly, T., 2001) Existen varias empresas dedicadas a ofrecer distintos servicios turísticos en la región Guaymas/ San Carlos que podrían utilizar los resultados de la presente investigación para adecuar sus servicios para incrementar su demanda y generar el efecto multiplicador, que beneficiaría social y económicamente a la región. El interés de la industria de cruceros por el Puerto de Guaymas es porque cuenta con diferentes opciones de turismo natural e histórico para realizar recorridos turísticos a los diferentes atractivos de la región. Actualmente para el desarrollo de cualquier actividad y con mayor énfasis en la actividad turística, se obliga el cumplimiento de diferentes normas que apoyen a la promoción y conservación del desarrollo sustentable de cualquier región.

Objetivo

Conocer al turista y su forma de realizar las actividades recreacionales en Guaymas / San Carlos, para planear los servicios de guías de turistas que pueda ofrecerles la Tour Operadora – Escuela, del Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Guaymas.

Fundamentación teórica

Cuando el turista se encuentra de vacaciones, las actividades propias del trabajo, del hogar o del estudio, son reemplazadas por las del descanso activo. La parte activa del día se usa de un modo distinto y muchas veces no es suficiente para cubrir el programa de cosas que se haya propuesto realizar (Boullón, R., 2002). Por lo que es necesario comprender que el turismo se circunscribe dentro de las formas de uso del tiempo libre (Molina, S., 2007)

Los servicios tradicionales que forman parte de la oferta turística, como lo es el alojamiento y los alimentos, deben ser complementados con servicios que faciliten un mayor número de actividades recreacionales donde el tiempo es un factor esencial en la programación de dichas actividades, las cuales pueden dividirse de: esparcimiento, visitas

culturales, visitas a sitios naturales, deportivas y la asistencia a acontecimientos programados. Además de considerar su realización al aire libre o bajo espacios cubiertos, deben tomarse en cuenta sus categorías que pueden ser cuando el turista es protagonista o espectador, si la realiza individual o grupal y la concentración que se requiere para realizarlas, así como la intensidad y distribución del espacio.

Su programación dependerá de los gustos y preferencias del turista, los atractivos que se cuenten, los servicios turísticos disponibles y la infraestructura de transporte que se cuenten en el destino turístico. Por lo que las estrategias deberán implementarse a partir de la base de segmentación de mercados (Fernández, R., 2002). La conferencia de Estocolmo (1972), reconoce la necesidad de establecer un programa de educación ambiental en todos los niveles de enseñanza y al público en general, para aprender medidas que ordenen y controlen su medio ambiente.

Metodología

Sujeto de estudio

Los sujetos de estudio fueron los turistas nacionales e internacionales, mayores de 18 años de ambos sexos y que visitaron en el verano al destino turístico Guaymas / San Carlos.

Materiales

Cuestionarios, Base de datos, Equipo de cómputo, Software, Internet, Bibliografía, Guías turísticas de Sonora, Páginas de Internet de San Carlos.

Para la elaboración del cuestionario se dividió la primera parte con las primeras cuatro preguntas enfocadas a conocer el perfil del turista, en una segunda parte de la pregunta número 5 a la 11 se buscó conocer el tipo de turista que visita el destino turístico de San Carlos y la última parte de la pregunta 12 a la 22 se orientaron a conocer la forma en que se llevan a cabo las actividades recreacionales por parte de los turistas. Un aspecto fundamental en el diseño de todo instrumento es la validez (Bernal, C., 2010), por lo que se aplicaron 50 entrevistas, lo cual representó un 17% del total de los cuestionarios como prueba piloto, una vez hecho los ajustes al cuestionario se procedió a la impresión 330 cuestionarios, donde se considera un 10% adicional para reemplazar los que no fueran confiables

Procedimiento

La investigación de mercados de tipo descriptiva se llevó a cabo de acuerdo al autor

Kotler, P. (2002). Iniciando con un análisis de la situación actual de la actividad turística del destino de Guaymas / San Carlos, donde se revisó las estadísticas turísticas de los últimos años, para comparar su comportamiento a nivel estatal y nacional, posteriormente se realizaron varias entrevistas con los diferentes prestadores de servicios turísticos como hoteleros, restauranteros y empresas dedicadas a ofrecer actividades recreacionales y el arrendamiento del equipo necesario para su realización, los cuales expresaron que era necesario prolongar la estancia de los turistas en el destino, ya que actualmente el promedio de la estancia de dos noches, resultaba insuficiente para considerar rentable un negocio en este lugar. También se pudo constatar que actualmente existen diferentes normas con la finalidad de promover y asegurar el desarrollo sustentable, que como menciona Chávez de la Peña, J. (2005) se requiere satisfacer las necesidades básicas de todos y extiende a todos las oportunidad de satisfacer aspiraciones de una vida mejor; lo anterior es necesario que sean conocidas por todo prestador de servicios turísticos y difundir su uso en los turistas para fomentar su observancia y aplicación de manera consciente.

Por lo anterior se pudo suponer que existen todos los elementos para se pueda fomentar el desarrollo de las diferentes actividades recreacionales que apoyen a incrementar la permanencia en el destino Guaymas / San Carlos y donde la tour operadora - escuela debe jugar un papel importante en el desarrollo sustentable de esta actividad, por lo que resulta indispensable conocer el perfil del turista que visita el destino, así como la forma en que realizan sus actividades recreativas y poder ofrecerles los servicios de acuerdo a sus características, ya que el Turismo se refiere básica y exclusivamente a una forma de practicar actividades propias del tiempo libre (Molina, S., 2007).

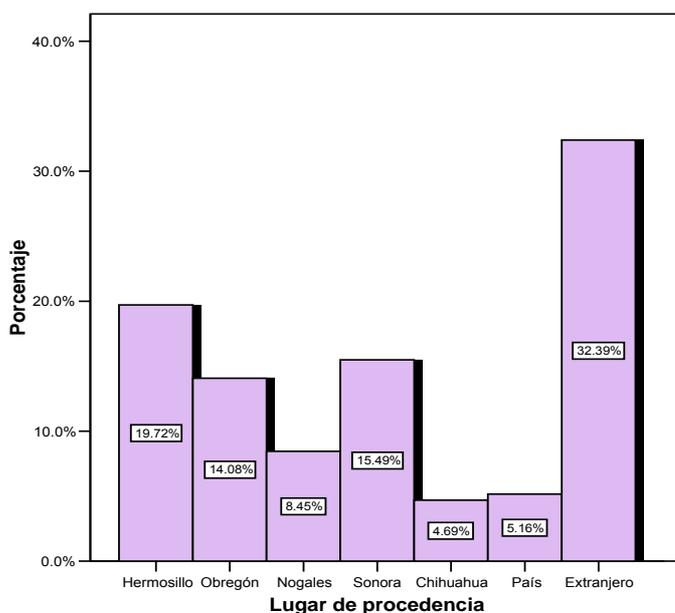
Posteriormente se determino llevar a cabo una investigación formal, por lo que se procedió a elaborar un cuestionario para la recolección de la información por medio de las entrevistas personales que fueron aplicadas directamente a los turistas, para lo cual se determino una muestra de 300 personas en el periodo vacacional de verano entre los meses de junio a agosto, la cual representa la temporada alta y donde se lleva a cabo la mayor parte de las actividades recreacionales tanto terrestres como acuáticas.

Para la aplicación de los cuestionarios se hizo de manera aleatoria estratificada, donde se consideró aplicarlos en los diferentes tipos de hoteles y restaurantes, donde se aplicaba una

vez que se le preguntaba si estaba como turistas y que fuera mayor de edad. Para asegurar el correcto llenado de los cuestionarios se les proporcionaba un cuestionario a cada turista para pudieran leer cada pregunta y contestaran verbalmente cada pregunta, las cuales se registraban en otro cuestionario en poder del entrevistador. Cuando se consideraba que el turista no estaba dando una información confiable se anulaba el cuestionario o en el caso que el turista no contestaba todas las preguntas. Al término de la recolección de la información se procedió a la tabulación en una hoja de Excell, previamente editada para la tabulación y elaboración de las graficas correspondientes a cada pregunta para el posterior análisis de la información.

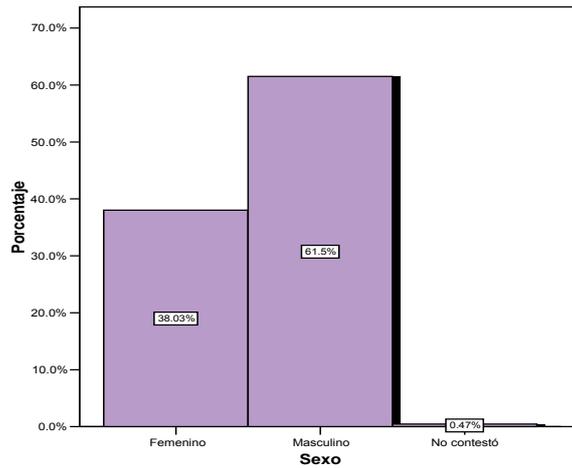
Resultados y Discusión

1. Lugar de Procedencia.



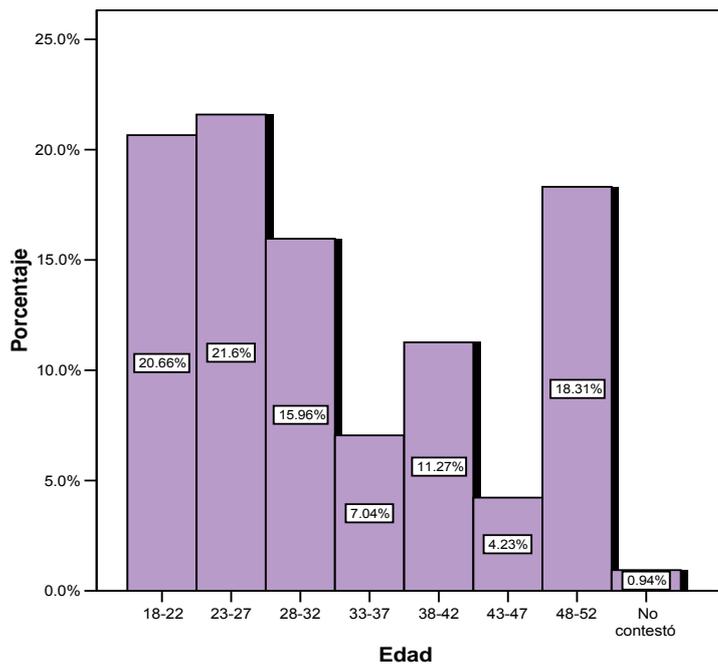
La procedencia de los turistas nacionales es de un 67.61 %, de los cuales el 33.8%, provienen de las ciudades de Hermosillo y Cd. Obregón, a una distancia aproximada de 100 kilómetros, donde habitan más de un millón de habitantes. Considerando un 4.69% de los que llegaban del vecino estado de Chihuahua. Los turistas internacionales representan un 32.39 % de los visitantes a Guaymas / San Carlos.

2. Sexo.



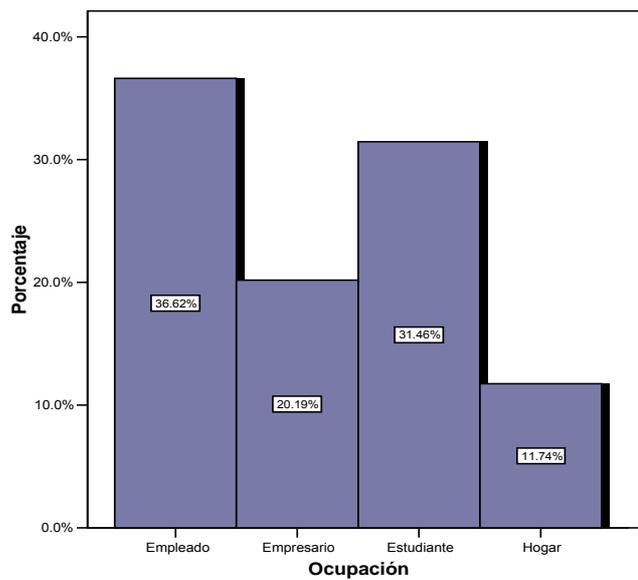
Del total de turistas encuestados, se entrevistaron a un 38.03 % de mujeres y a un 61.5 % de hombres.

3. Edades.



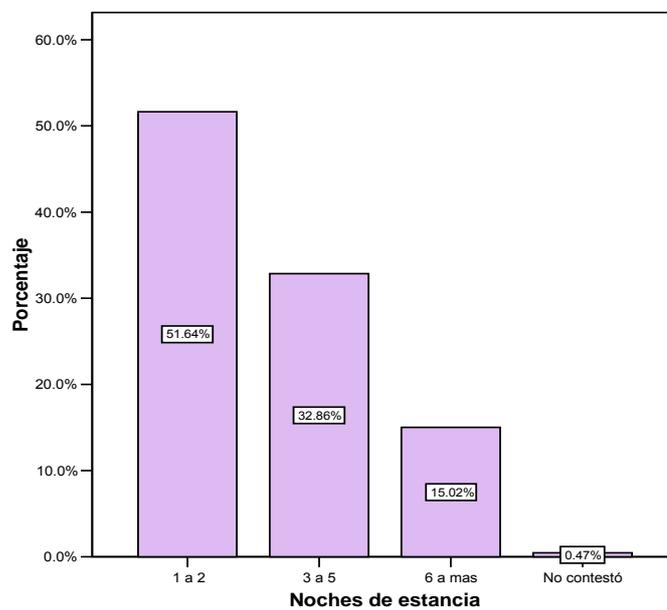
Del total de los encuestados el 65.26 % se encuentran en el rango de edad de 18 a 37 años, de los cuales 42.26 % son menores de 28 años.

4. Ocupación.



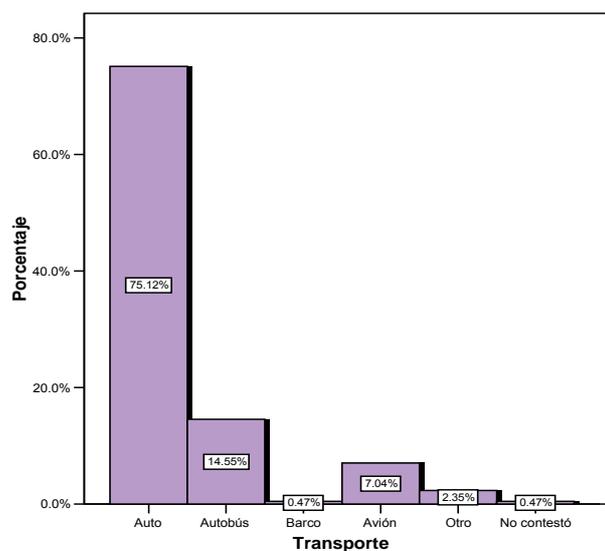
De los entrevistados un 20.19 % fueron empresarios, 36.62 % empleados, 31.46 % estudiantes y un 11.74% al hogar.

5. Noches de estancia.



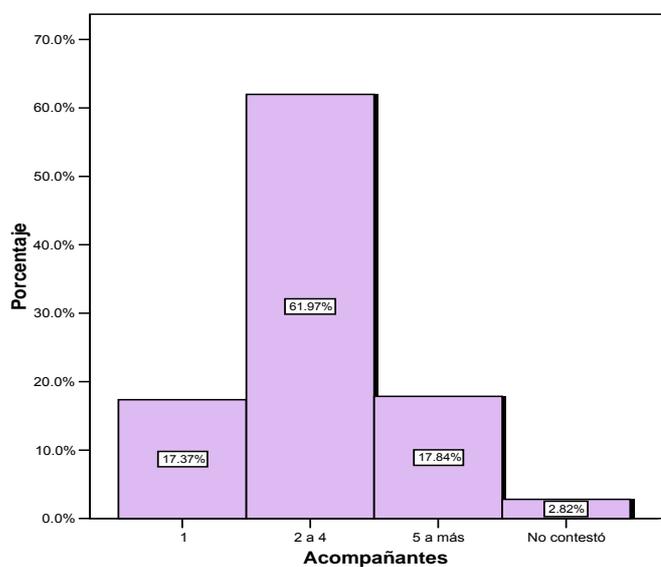
El 51.64 % de los visitantes tienen una estancia promedio de 1 a 2 noches, un 32.86 % de 3 a 5 noches y un 15.02 % 6 o más noches.

6. Transporte utilizado.



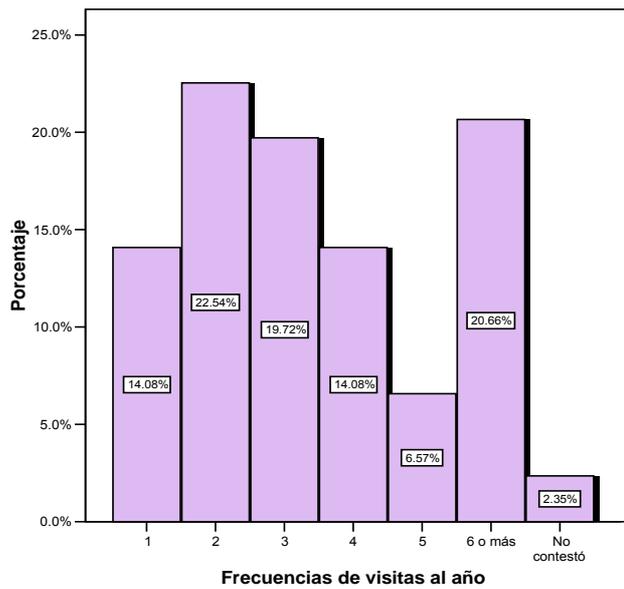
El 75.12 % de los turistas entrevistados utilizaron el auto propio para sus vacaciones, un 14.55 % lo hicieron por autobús, un 7.04 % por avión.

7. Acompañantes.



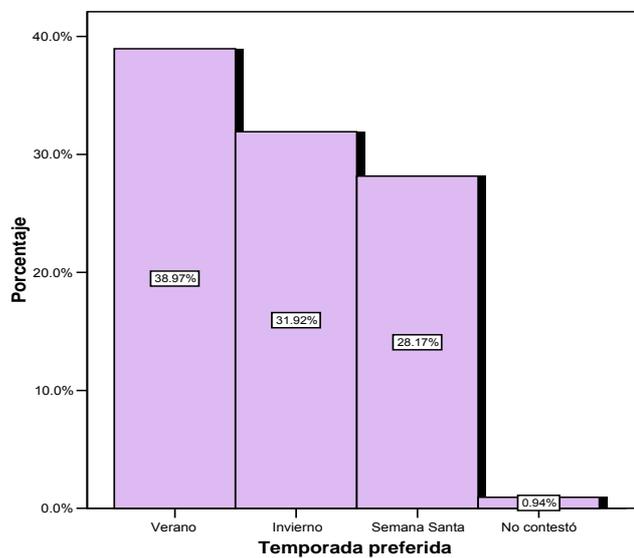
Un 61.97% de los visitantes a Guaymas / San Carlos, lo hacen acompañados de 2 a 4 personas, un 17.37 % con un acompañante y un 17.84 % de 5 a más acompañantes.

8. Frecuencia de visita al año.



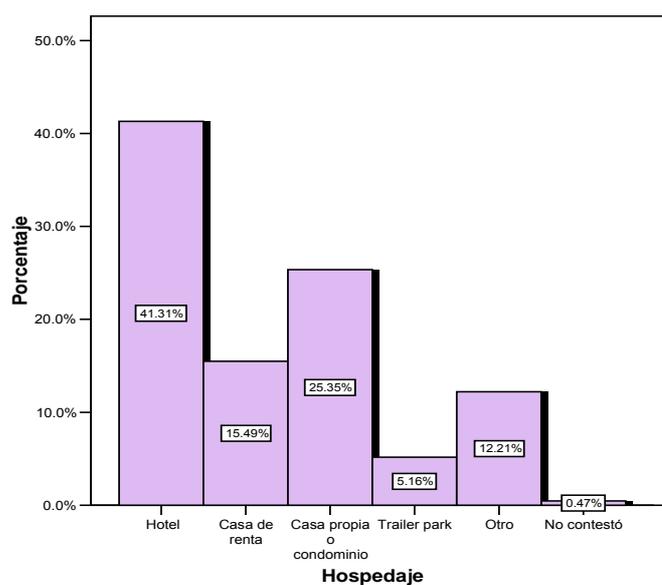
El 84 % de los turistas han visitado el destino cuando menos dos veces al año, de los cuales un 41% lo visita más de cuatro ocasiones al año.

9. Temporada preferida para visitar San Carlos.



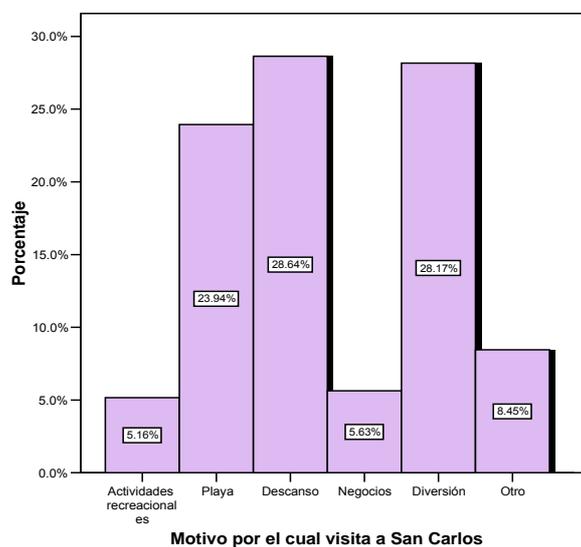
El 38.97% de los turistas visita San Carlos en la temporada de verano, mientras que en el invierno lo visita un 31.92%, así como el 28.17% lo hace en el periodo de semana santa.

10. Hospedaje utilizado.



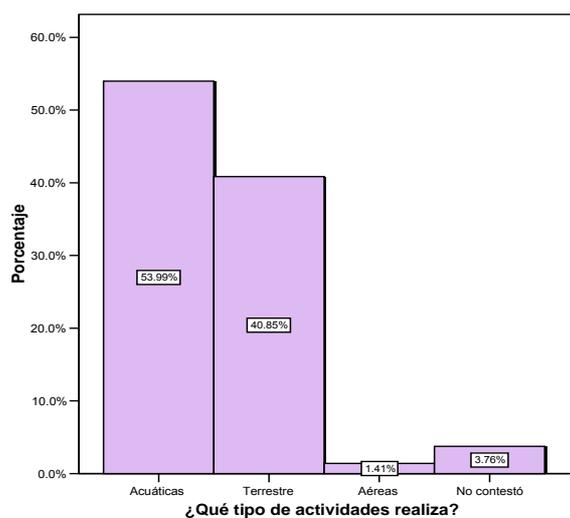
El servicio de hospedaje más demandado es el hotel, con un 41.31%; seguido por las casas propias o condominios con un 25.35% y un 15.49% en casas de renta, mientras que un 5.16% utiliza el Tráiler Park para hospedarse.

11. Motivos por los que visita San Carlos.



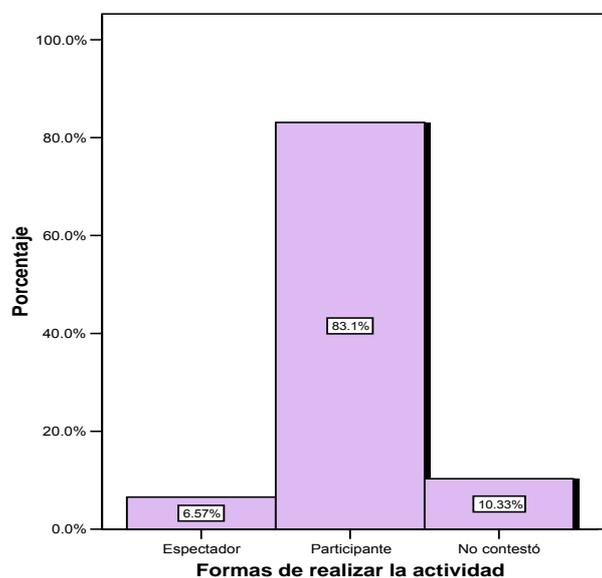
El principal motivador para los turistas que visitan San Carlos es el descanso, representando un 28.64%, seguido con un 28.17% por la diversión, la playa representa el 23.94%, los negocios con un 5.63%, las actividades recreacionales representan el 5.16% y con un 8.45% otros motivos.

12. ¿Qué tipo de actividades practica regularmente?



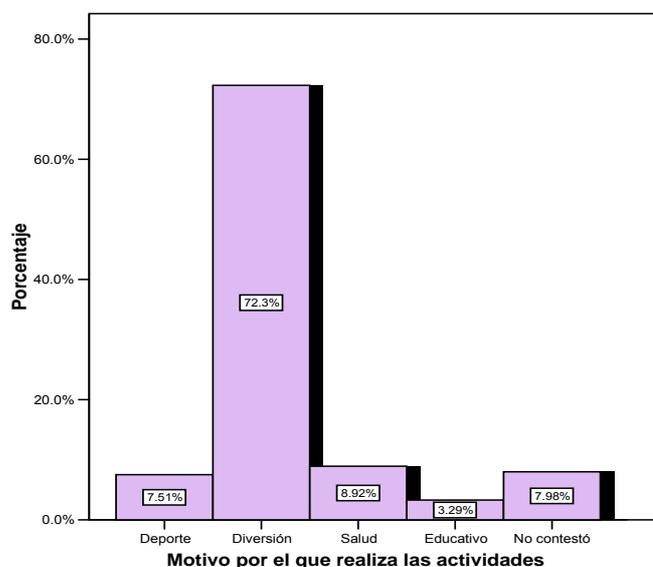
Las actividades acuáticas representan un 53.99% de las actividades recreacionales que se desarrollan en este destino, las de tipo terrestre representan un 40.85% y con un 1.41% las actividades aéreas.

13. Formas de realizarlo.



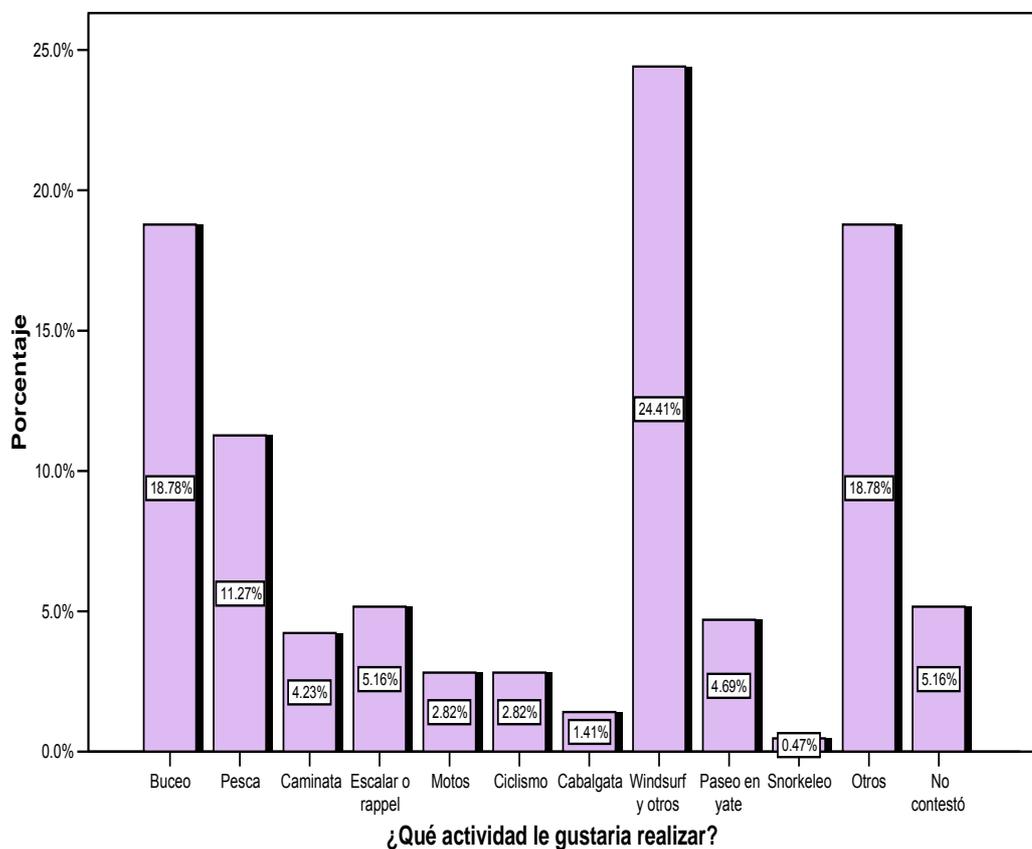
El 83.1 de los que realizan alguna actividad recreacional lo hacen como participante de las actividades y solo un 6.57% la realiza como espectador.

14. Motivos por lo que realiza las actividades.



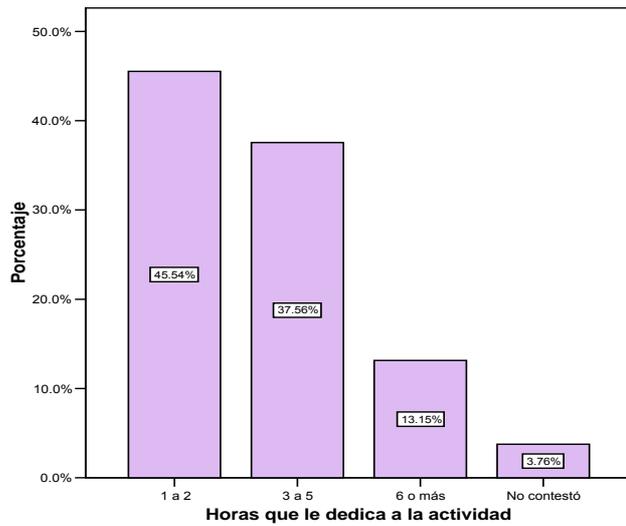
El principal motivador para la realización de las actividades recreacionales es la diversión con un 72.3%, la salud representa un 8.92%, el deporte un 7.51% y un 3.29% por motivos educativos.

15. ¿Qué actividad le gustaría realizar en San Carlos?



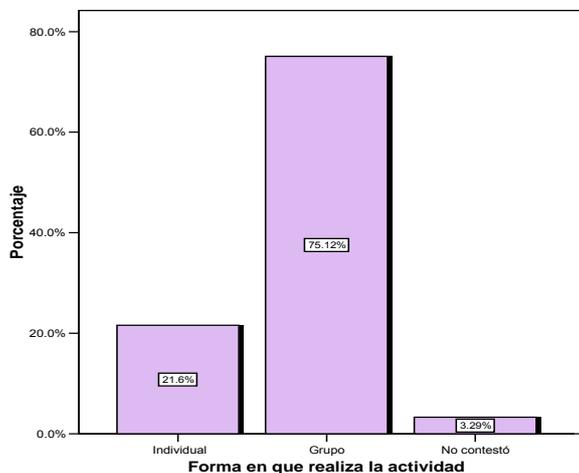
Las actividades acuáticas que les gustaría realizar en San Carlos son el Windsurfing con un 24.41%, el buceo con un 18.78%, la pesca con un 11,27%, los paseos en yate con 4.69% y el snorkeleo con 0.47%. Representando un total del 59.62%. Las actividades terrestres representan un 16.44%, con actividades como escalar o rappel con un 5.16%, las caminatas con 4.23%, el ciclismo y motociclismo con un 2.82% cada uno y las cabalgatas con 1.41%. Un 18.78% señalaron otro tipos de actividades que les gustaría realizar.

16. ¿Cuántas horas de su tiempo libre le dedica a alguna actividad recreacional?



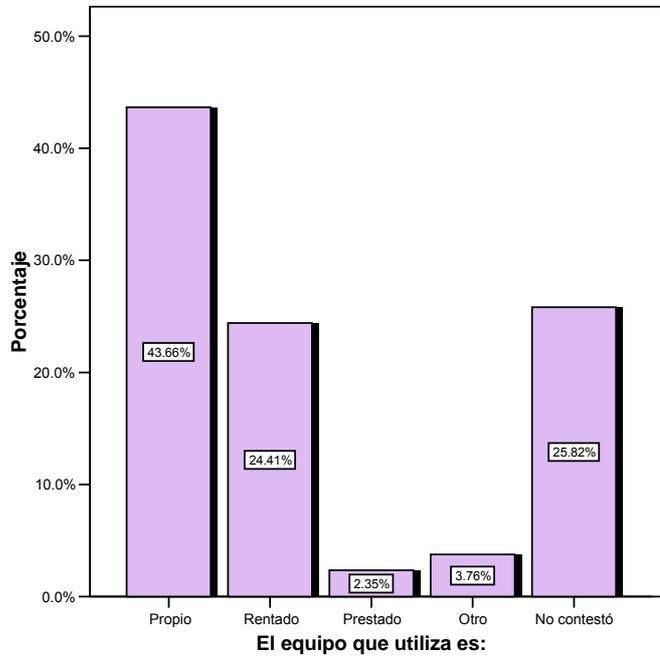
El 45.54% de los turistas encuestados respondieron que dedicaban de 1 a 2 horas para las actividades recreacionales, mientras que un 37.56% le dedican de 3 a 5 horas y solo el 13.15% utilizan más de 6 horas.

17. Forma en que realiza la actividad regularmente.



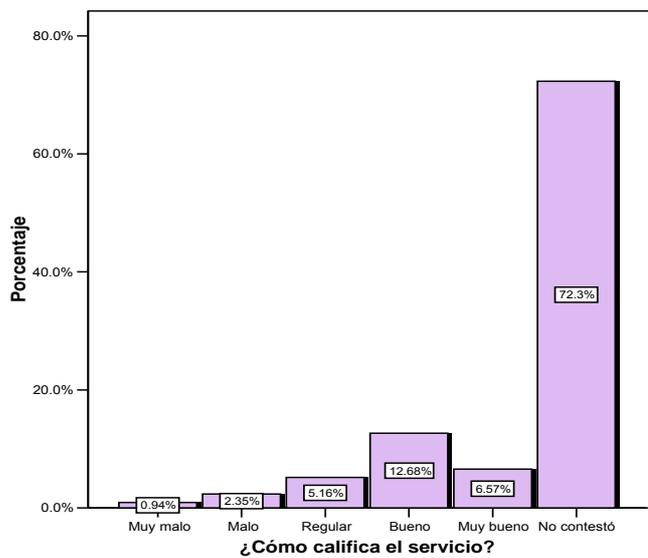
El 75.12% de las actividades recreacionales las realizan en grupo y el 21.6% las llevan a cabo de forma individual.

18. El equipo que utiliza para la actividad recreacional es:



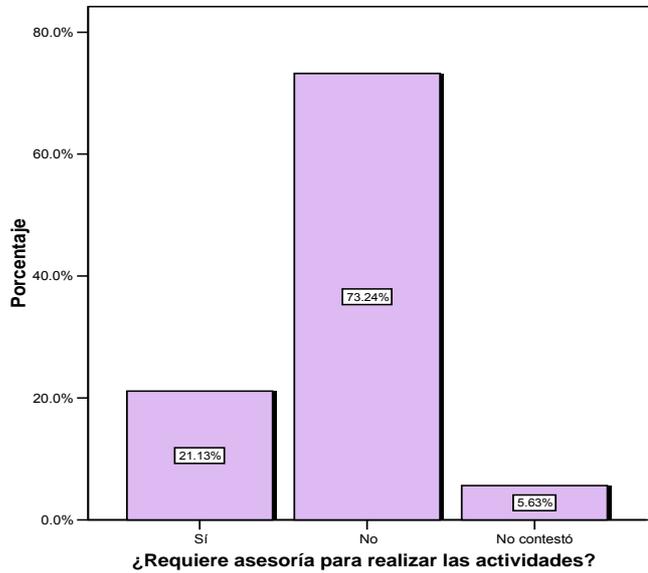
Para realizar las actividades recreacionales, el 43.66% utilizan su propio equipo, un 24.41% renta el equipo y un 2.35% utiliza un equipo prestado, para llevar a cabo sus actividades.

19. Calificación del servicio de renta.



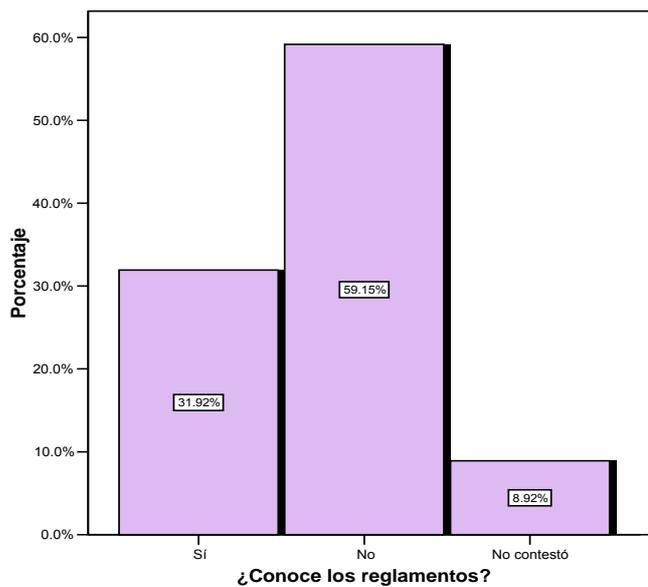
Al preguntar sobre como calificaban en el servicio, la mayoría no contesto la pregunta, puesto que solo uno de cada cuatro encuestado rento el equipo, el 24.41% lo califico de regular a muy bueno y solo un 3.29% lo considero como mal servicio.

20. ¿Regularmente requiere asesoría para realizar las actividades?



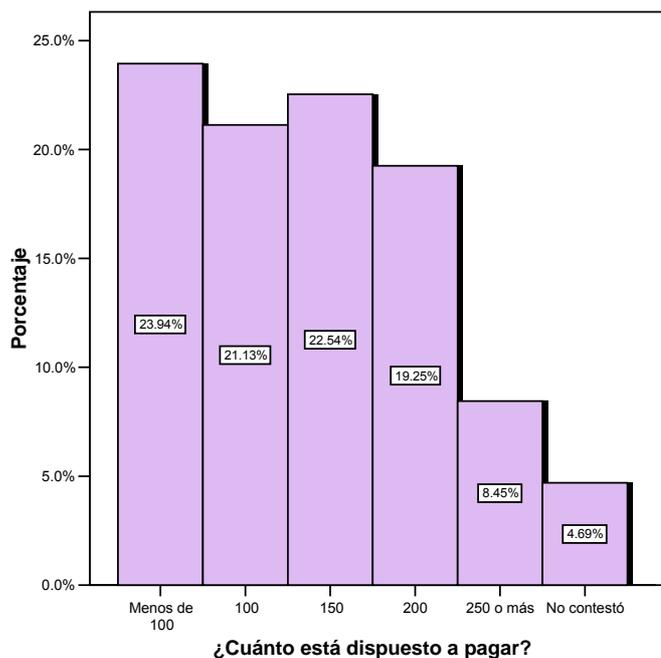
El 73.24% de los entrevistados consideró que no requería asesoría para realizar sus actividades recreacionales y el 21.13% si consideró ser asesorado para llevarlas a cabo.

21. ¿Conoce los reglamentos para llevar a cabo las actividades recreacionales?



Al ser cuestionados sobre si conocían las reglas para llevar a cabo sus actividades recreacionales, solo el 31.92% afirmó que si los conocían y el 59.15% respondieron que no los conocían.

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar (M.N.) por hora por un servicio de guía certificado, para realizar sus actividades?



El 45.07% estaban dispuesto a pagar hasta 100 pesos por hora por el servicio de un guía certificado, el 22.54% consideró pagar 150 pesos por hora y un 27.70% estuvo dispuesto a pagar más de 200 pesos por el servicio de un guía certificado.

Conclusiones

La mayoría de los turistas provienen del mismo estado de Sonora, siendo la capital del estado Hermosillo y Cd. Obregón, las dos principales ciudades económicas del estado donde habitan más de un millón de habitantes; que están a una distancia promedio de una hora y media. El estado de Chihuahua representa un mercado con oportunidad de fomentar su demanda, así como algunos estados del centro del país. Los turistas nacionales utilizan la temporada de verano y semana santa principalmente para viajar a este destino turístico. Mientras que los turistas extranjeros representan una tercera parte de la demanda total, los cuales provienen principalmente del vecino estado de Arizona, en la temporada de invierno y los días festivos del vecino país, junto con otros estados fronterizos de la parte Oeste de la

Unión Americana y donde se prevé un mayor crecimiento económico.

La mayoría de los encuestados fueron del sexo masculino, quienes viajaban junto con su familia en un promedio de 4 personas, lo cual indica que el destino sigue siendo un destino preferido por aquellos que gustan viajar en familia. El rango promedio de edad de los turistas se encontraba entre los 18 y 37 años, donde casi la mitad eran menores de 28 años, también es importante considerar el segmento del turista de la tercera edad, que representan una tercera parte del total de los turistas, además que este sector, regularmente cuenta con casa propia o de renta. Los datos anteriores permiten realizar un análisis de mercado de forma efectiva como es la segmentación de mercados que pueden dar una dirección clara a los esfuerzos de mercadotecnia (Fernández, R., 2002)

Una quinta parte de los entrevistados eran empresarios y el resto eran empleados, estudiantes y amas de casas, lo que puede indicar que la mayoría de los turistas dependen de sus vacaciones o días de descanso para poder trasladarse a este destino turístico. Además, La mitad de los encuestados tiene una estancia promedio de 2 noches y una tercera parte utiliza de 3 a 5 noches para pasar sus vacaciones, por lo que el uso de su propio auto les resulta más conveniente para su traslado, ya que la mayoría procede de una distancia no mayor a 120 kilómetros, además que el uso del hotel les resulta más conveniente en estancias cortas, pero en la temporada de invierno y semana santa la demanda de casas de renta o el uso de casas propias es mayor. La frecuencia de uso de los servicios con regularidad, indican que los consumidores están convencidos de las ventajas que el servicio les brinda y lo prefieren de la competencia (Fernández, R., 2002), como ocurre con los visitantes encuestados.

De acuerdo a los resultados se puede concluir que los turistas visitan el destino de Guaymas / San Carlos tanto en verano e invierno, así como en la temporada de Semana Santa, las cuales representan las temporadas de mayor afluencia, también se pudo observar que el nivel de la demanda es cercana al 30% en todas las tres temporadas. Los principales motivos son la diversión y el descanso, así como la playa son los mayores motivadores para trasladarse a este destino turístico y en menor proporción están los negocios y las actividades recreacionales de las cuales las actividades acuáticas son las más usuales que las actividades terrestres y en menor proporción las aéreas. Al realizar sus actividades recreacionales las llevan a cabo como participantes y en menor proporción como espectadores y sus principal

motivo para realizarlas es la diversión y en menor proporción es el deporte y la salud, siendo los motivos educativos el último motivante para realizarlas.

De igual manera que las actividades más usuales son las acuáticas, las actividades que más les gustaría realizar a los entrevistados fueron el buceo, pesca, windsurfing y los paseos en yate, estando las actividades terrestres como la caminata, escalar, motociclismo y la cabalgata en una proporción de una quinta parte relación a las actividades acuáticas. Las tres cuartas partes de quienes efectúan actividades recreacionales lo hacen de manera grupal, de los cuales casi la mitad le dedican de 1 a 2 horas y una tercera parte de 3 a 5 horas y en menor proporción más de 6 horas, para lo cual utilizan la mayoría lo hacen con equipo propio y solo una cuarta parte recurren al servicio de renta del equipo, el cual lo califican como regular a muy bueno, debido a que es reducido el número de personas que rentan el equipo fue una proporción mayor la que no califico el servicio de renta.

Finalmente al ser cuestionados sobre si requerían asesoría para desarrollar sus actividades recreacionales, tres de cada cuatro encuestados consideraron que no la necesitaban y solo una cuarta parte si lo consideró necesario, a pesar de lo anterior dos terceras partes desconocían los reglamentos para su realización y casi la mitad de ellos estaban de acuerdo en pagar hasta 100 pesos por hora por el servicio de un guía certificado, la otra mitad estaban dispuesta a pagar de 150 a 200 pesos por hora por el servicio de un guía certificado y en una proporción menor de 250 o más por hora de servicio.

Recomendaciones

El turismo doméstico representa el segmento de mercado más importante, por lo que los esfuerzos promocionales de la tour operadora – escuela, a las ciudades más importantes del estado como son la capital del estado Hermosillo, Cd. Obregón y la ciudad fronteriza de Nogales, Sonora, le permitirán ofrecer paquetes promocionales donde se incluyan actividades recreacionales que los motiven a permanecer más tiempo de vacaciones. La cercanía permite ofertar paquetes para visitar este destino turístico por un día, donde se puedan llevar a cabo actividades recreacionales durante el día y puedan regresar el mismo día a su lugar de origen, sin la necesidad de utilizar el servicio de hospedaje, como es el caso de los grupos de estudiantes que se podrían atraer incluso en días festivos que se den entre semana.

Para lo cual se podrán realizar la vinculación con las diferentes escuelas de estas

localidades, en las cuales se apoyará a la educación ambiental que actualmente se le está dando mayor importancia en todos los niveles educativos.

El turismo extranjero es un mercado que normalmente vacaciona en la temporada de invierno y considerando que también visita Guaymas / San Carlos en temporada de verano es indispensable que los alumnos que participen en el proyecto de la tour operadora – escuela, desarrollen la habilidad de comunicarse en el idioma inglés, además que les brinda la oportunidad de practicar el idioma al estar prestando el servicio de guías turísticos a este segmento del mercado. Para poder posicionarse en este mercado es necesario que se contemple la certificación como guías turísticos de quienes participen en este proyecto, como podría ser la certificación que ofrece la Secretaría de Turismo como Guía de Turista Locales (SECTUR, 2010) o la de la Asociación Nacional de Interpretes (NAI, 2010) como Guías de Interpretación de recursos naturales y culturales, lo que permitiría asegurar la calidad del servicio a las empresas intermediarias que puedan apoyar en la promoción y venta de los servicios de la tour operadora – escuela. Lo que permitirá darle tangibilidad al servicio que se ofrezca (Lovelock, Christopher y Wirtz, Jochen, 2009).

Se deberán elaborar paquetes donde se fomente la integración de las familias donde se pueden apoyar del programa de Licenciatura en Educación para planear dichas actividades de integración, el procurar que cada familia se lleve consigo un recuerdo de su actividad recreacional familiar, como puede ser una fotografía, una artesanía elaborada por la familia, esto le daría un mejor uso del tiempo libre y calidad de vida (Haulot, A, 2005). El alumno participante en el proyecto tendrá la oportunidad de convivir con personas jóvenes ya que la edad promedio es de 28 años, lo que da la oportunidad de ofrecer actividades recreacionales de aventura donde apliquen su energía y puedan divertirse sanamente, utilizando su tiempo libre de manera adecuada, por otro lado se deben de planear actividades de bajo impacto para el segmento de personas de mayor edad, pero considerando que participen en dichas actividades, ya que la mayoría de los encuestados mencionaron que gustan de participan en las actividades que realizan y no como simples espectadores, y como menciona Boullón, R. (2002), las estructuras recreacionales deben plantearse luego de establecer un programa de actividades para las diferentes edades y situaciones socioeconómicas del hombre urbano.

La principal condición para que un turista pueda viajar es que disponga de tiempo libre

para su traslado, y lo utilice con una actitud placentera de recreación (Boullón, R, 2002), por lo que se deben de programar los periodos vacacionales, los días festivos de asueto y los fines de semana largos para ofrecer las actividades recreacionales, También es necesario considerar que en las demás temporadas se pueden promover la visita al destino, así como el escalonamiento de las vacaciones que ayudaría a estabilizar la demanda turística (Haulot, A, 2005), de esta forma se puede aprovechar los ciclos escolares para que un mayor número de alumnos participen en el proyecto de la tour operadora – escuela. La promoción de los diferentes paquetes que la tour operadora – escuela debe estar concebida desde las necesidades y visión del consumidor (Cárdenas, F., 2004) que motive el aprendizaje de los distintos deportes acuáticos y terrestres que se pueden llevar a cabo en la región, así como promover la práctica de las actividades recreacionales de manera sustentable.

La filosofía del ecoturismo debe ser fomentada tanto en el alumno como en los turistas, como lo menciona Chávez, J. (2005), las actividades orientadas a la naturaleza, buscan un bajo impacto sobre el medio ambiente y pretende reducir el consumo de los recursos naturales. La promoción de actividades educativas, como lo es el incluir dentro de las actividades recreativas cursos cortos sobre el cuidado del medio ambiente, trabajo en equipo, liderazgo, motivación, etc., debe ser una de las principales estrategias por ser parte de una institución educativa como es el ITSON, donde estos aspectos deberán ser proporcionados a los alumnos en los distintos cursos que formen parte de su formación profesional.

Se debe aprovechar la oportunidad que se tiene la región para realizar una amplia gama de actividades acuáticas en su amplio litoral costero, ideal para la práctica de actividades como el buceo, snorkelero, pesca, windsurfing, paseos en yate, entre otras, así como el aprovechar la orografía del lugar donde se puede disfrutar de grandes cerros, cañones, senderos y desfiladeros, para disfrutar de actividades terrestres, como el cañonismo, senderismo, cabalgatas, rappel, ciclismo, etc. Esto dará la oportunidad al alumnos que en un principio participe en estas actividades, para posteriormente sea él, el que instruya o capacite en el desarrollo de estas actividades, lo que permitirá en un futuro si así lo desea el alumno formar su propia empresa donde se ofrezcan distintas actividades recreacionales de diferentes tipos.

Con base a los resultados obtenidos se debe considerar que la programación de las

actividades debe ser en su mayoría de forma grupal, con una duración promedio de dos a tres horas, ofreciendo la posibilidad de que se incluya la renta del equipo necesario para su realización, lo que le facilitará al turista su realización y evitarles transportar su propio equipo su viaje, facilitándoles su traslado a este destino turístico. Al participar los alumnos en la programación de las actividades, se les fomenta la creatividad necesaria para elaborar distintos paquetes de acuerdo a los diferentes segmentos de mercados que visitan Guaymas / San Carlos.

Finalmente si se desea que el desarrollo de todas estas actividades recreacionales se hagan de manera sustentable y de acuerdo a las necesidades y deseos del turista, ya que todas las actividades humanas podrían considerarse como actividades de esparcimiento, elegidas libremente por el hombre (Molina, S., 2007), lo cual es importante que todos los que participen en la tour operadora – escuela, se certifiquen como guías de turistas, así como el estudio de los diferentes reglamentos para su realización, lo que podrá crear conciencia de la importancia de las buenas prácticas que ayuden en la preservación y concientización del medio ambiente, lo que agregaría un valor agregado a los servicios que presta la tour operadora – escuela, de los cuales el turista está dispuesto en pagar por el servicio de un guía certificado en promedio \$150 pesos por hora.

Referencias bibliográficas

Asociación Nacional de Interpretes (NAI), (2011), U.S.A.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*, Editorial Prentice Hall, Colombia.

Boullón, R. (2002., *Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista*, Editorial Trillas, México.

Cárdenas, F. (2004). *Mercadotécnica y productividad turística*, Editorial Trillas, México.

Chávez de la Peña, J. (2005). *Ecoturismo TAP, metodología para un turismo ambientalmente planificado*, Editorial Trillas, México.

Fernández, R. (2002). *Segmentación de Mercados*. Editorial Thompson Learning, México.

Gobierno de Estado de Sonora. (2010). *Comisión de Fomento al Turismo*. México.

Haulot, A. (2005). *Turismo Social*, Editorial Trillas, México.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2002). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Editorial Prentice Hall, México.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios, Personal, tecnología y estrategia*, Editorial Pearson, México.

Reilly, T. (2001). *Como darle al cliente servicio con valor agregado*, Editorial Panorama, México.

Secretaría Federal de Turismo. (2010). México.

Sergio, M. (2007). *Reflexiones sobre el ocio y el tiempo libre*, Editorial Trillas, México.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO EN LOS SITIOS NATURALES CONSIDERANDO ASPECTOS AMBIENTALES PARA EL APROVECHAMIENTO ECO TURÍSTICO

José Luis Winkler Lerma

Resumen

Debido a la gran cantidad de áreas de oportunidad para el desarrollo turístico con las que cuenta la Cd. De Sonora y el interés de diferentes instituciones para la creación de nuevos proyectos en estas áreas naturales, se ha desarrollado un análisis de su condición actual utilizando una serie de indicadores ambientales¹ con el fin de determinar si las actividades turísticas recreativas crean una problemática ambiental en los atractivos naturales de la región. Cabe mencionar que en la región son muy contados los atractivos que se mantienen en condiciones adecuadas y que a pesar de que algunos son considerados como Áreas Naturales Protegidas no son respetados como tales y poco a poco se están deteriorando.

Es por ello que el Cuerpo Académico de Turismo Alternativo del Instituto Tecnológico de Sonora ha llevado a cabo esta investigación mediante un estudio exploratorio a los atractivos naturales: “Estero el Soldado” y “Cañón del Nacapule” usando una escala de medición de los indicadores ambientales a considerar a manera de “lista de verificación” en donde cada uno ha sido analizado sistemáticamente a fin de conocer si las actividades turísticas recreativas crean un impacto ambiental negativo en los atractivos naturales. Dicha investigación hace referencia al desarrollo sustentable como parte de las actividades recreativas turísticas tomando en consideración la idea de que un área natural protegida no debe de ser clausurada al público, sino que puede ser utilizada para dichas actividades siempre y cuando se sigan los lineamientos adecuados y se de a conocer la importancia de estos sitios para su conservación y aprovechamiento.

Palabras claves: Indicadores Ambientales, Área Natural Protegida, Estudio Exploratorio. Desarrollo Ambiental.

Introducción

Antecedentes

El turismo en el puerto de Guaymas comienza en el año de 1880 gracias a la construcción del Ferrocarril de Sonora en lo que sería la Ciudad de Nuevo Guaymas siendo la pesca una de las actividades más comunes en el puerto mientras que en San Carlos la caza del venado cola blanca era de los principales atractivos, especie actualmente depredada y amenazada. Después de la Revolución Mexicana y gracias a la construcción del Hotel Miramar, el restaurante el Veneno, fraccionamientos con residencias playeras y el aún en funcionamiento Hotel Playa de Cortés se desarrolló en 1936 la hoy popular playa Miramar.

El Hotel Playa de Cortés años después fue administrado por las hermanas Tanner y adquirido por la familia Gándara llegó a ser el principal punto turístico, social e incluso político

¹ Un indicador ambiental es un parámetro o valor derivado de parámetros que proporciona información para describir el estado de un fenómeno, ambiente o área, con un significado que va más allá del directamente asociado con el valor del parámetro en sí mismo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

de Sonora de 1950 a 1970. La aparición de la "ciudad turística de San Carlos" se dio a conocer gracias a Don Rafael Caballero promotor turístico que gracias a la colaboración de Grossman y el Ingeniero Estrada se construyó la Marina San Carlos y un campo de golf. Posteriormente la señora Cossette Wild y el señor Octavio Llano Zaragoza y con la ayuda de unos inversionistas chinos los siguió la Marina Real y la playa Los Algodones.

No fue sino hasta el año de 1984 cuando se realizó por primera vez una planeación turística sobre la región en materia de medio ambiente debido a la belleza costera y serrana, la historia de las etnias, la cultura popular, el arte y la arquitectura mexicana. Todo mediante una metodología de planificación urbana y regional parte del programa arquitectónico para la creación de recorridos turísticos por el arquitecto Francisco Sánchez López en San Carlos.

La utilización de indicadores ambientales para el estudio de áreas naturales en México por primera vez fue en el año de 1993 por el Instituto Nacional de Ecología (INE), el Taller Norteamericano de Información Ambiental en colaboración con instituciones norteamericanas Instituto Nacional de Ecología, Environment Canada y la Environmental Protection Agency (EPA) en donde se realizaron talleres para generar una base de información para el informe del Estado del Ambiente en América del Norte. Desde 1994 hasta el año 2000 la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) a través del INE han creado diferentes publicaciones a nivel nacional sobre temas de indicadores ambientales y desarrollo sustentable.

"Avance en el Desarrollo de Indicadores para la Evaluación del Desempeño Ambiental de México 1997" fue una de estas publicaciones cuyo propósito fue evaluar el desempeño de las políticas ambientales utilizando como herramienta un conjunto de indicadores previamente establecidos. Entre los principales indicadores tomados en cuenta en esta publicación se encuentran: residuos sólidos, residuos peligrosos, aire, vida silvestre, agotamiento de la capa de ozono y cambio climático. Posteriormente se publicó el libro "Evaluación del Desempeño Ambiental. Reporte 2000" en donde se hizo una actualización de los indicadores ambientales contenidos en la publicación anterior además se incluyeron los temas de bosque, pesca, suelo y agua. Posteriormente se publicó "Indicadores de Desarrollo Sustentable en México" en donde el objetivo general era asumir medidas nacionales y globales referentes a la

sustentabilidad así como la evaluación y medición de políticas y estrategias de desarrollo sustentable mediante la generación de indicadores.

Muchos de los proyectos turísticos que se realizan en nuestro país hacen hincapié al desarrollo sustentable siendo este definido por La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en su informe *Nuestro futuro común* (1987) como: como *"el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias"*. Conceptos como este dieron inicio al documento "Agenda 21" elaborado y aprobado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo llevado a cabo en Río de Janeiro, Brasil, en 1992 al cual asistieron más de 400 mil personas de 18 mil organizaciones y 178 jefes de estado de países desarrollados y en desarrollo entre los que se encuentra México.

Este documento se encarga de enfrentar los problemas urgentes de hoy y prevé una agenda para enfrentar los desafíos del siglo XXI. Entre los temas que abordan están: conservación y gestión de los recursos para el desarrollo, así como asuntos ambientales como la contaminación atmosférica, la degradación del suelo, los residuos sólidos, la contaminación marina y de aguas dulces. Así mismo surge una "Agenda 21 Local" que de igual manera busca los objetivos del desarrollo sustentable atendiendo las prioridades locales mediante un plan estratégico a largo plazo, siendo esta agenda aplicable para cualquier nivel inferior al nacional (estatal, regional, municipal y de ciudad).

Planteamiento del problema

Debido a la exigencia de actividades recreativas en sitios naturales de la región por parte de los turistas, además del estado actual de muchas de las playas y demás atractivos naturales en materia ambiental y el cuidado que se le da a los mismos, se ha creado el siguiente cuestionamiento:

¿Las actividades turísticas recreativas en sitios naturales han generado una problemática ambiental en los sitios naturales?

Se debe recalcar que solamente se hará un análisis de la condición actual de los sitios en relación con las actividades turísticas recreativas ya que existen muchos otros factores que crean un impacto ambiental negativo ajenos a la rama turística, tal es el caso plantas procesadoras que arrojan desperdicios al mar, problemas con las autoridades del municipio en cuanto a servicios públicos etc.

Objeto de estudio

Realizar un análisis sistemático de las condiciones actuales de los sitios naturales mencionados con anterioridad, recabando la información necesaria que nos ayude a determinar las posibles causas de su estado y alcanzar así el objetivo general de esta investigación.

Objetivo

En búsqueda a la solución del problema previamente planteado se tiene como objetivo principal de esta investigación:

Determinar si las actividades recreativas turísticas en los sitios naturales han generado una problemática ambiental que impida que estas áreas naturales sean aptas para realizar este tipo de actividades.

Fundamentación teórica

Indicador Ambiental: *“ una variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido al derivado de su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social con respecto al medio ambiente e insertarla coherentemente en el proceso de toma de decisiones”* (Fernández, C., 2009).

Su objeto del estudio considera la evaluación de la interacción entre el sistema sociocultural y el patrimonio natural, con temáticas que enmarcan los hábitos y modos antrópicos de producción y consumo; demanda y uso de recursos naturales; generación y aprovechamiento de residuos sólidos y líquidos (locales y nacionales); las tecnologías y los tipos de energía utilizados en la producción de bienes y servicios (industriales y agropecuarios) y sus problemas con contaminantes (cambio climático, adelgazamiento de la capa de ozono, entre otros). (SINIA - 2000) Sistema Nacional de Información Ambiental Nicaragua.

Las estadísticas básicas ambientales se refieren a series estadísticas producidas sobre las principales dinámicas ambientales en el territorio y el tiempo: agua, aire, clima, biota (biodiversidad), suelo, uso del suelo, bosques, borde costero, ecosistemas marinos, contaminación (medios), residuos sólidos, acceso agua y saneamiento, etc.

Variable

Fenómeno que se estudia, cuyo valor en el tiempo y/o en el espacio, varía. Variables ambientales usuales son: la calidad del aire en una ciudad, la cantidad de lluvia anual en una

provincia, la carga de contaminante X que lleva un curso de agua superficial (río, por ejemplo), o la calidad de los suelos en un territorio determinado. Al ser variables, su valor varía en el tiempo y entre los diversos territorios, permitiéndonos acceder a información respecto de su estado, evolución y tendencia. (Quiroga R. – 2009)

"Una variable es una propiedad, característica o atributo que puede darse en ciertos sujetos o pueden darse en grados o modalidades diferentes. . . son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases y son susceptibles de identificación y medición" (Briones - 1987).

Dato

Los datos son un conjunto de valores numerales que se observan, registran o estiman respecto de determinada variable en algún punto del espacio y del tiempo, que habitualmente resultan de la aplicación de algún tipo de levantamiento estadístico (como una encuesta o la explotación de un registro administrativo), medición en terreno u otra forma de medición u observación como son por ejemplo los diversos instrumentos de percepción remota (imágenes de satélite por ejemplo). (Quiroga R. – 2009)

Unidad mínima de información, sin sentido en sí misma, pero que adquiere significado en conjunción con otras precedentes de la aplicación que las creó. Conjunto de símbolos que unidos de cierta forma dan un significado coherente y lógico. (Guglielmetti – 2005).

Estadística

Es la medida, valor o resultado específico que toman las variables en un momento del tiempo y del espacio; y que ha sido sujeta a validación, estructuración y descripción estadística. Dado que los procesos estadísticos se orientan a generar conjuntos de estadísticas sobre determinadas variables en forma sistemática, en general más que hablar de una estadística se habla de series estadísticas o de series estadísticas básicas (para diferenciarlas de los indicadores). Las estadísticas básicas se elaboran a partir de los datos, mediante un conjunto predefinido y normado de procedimientos estadísticos que se derivan de normativas estadísticas nacionales y recomendaciones estadísticas internacionales. (Quiroga R. – 2009).

“La estadística es la ciencia de recoger, presentar, analizar e interpretar datos numéricos y constituye la rama del saber humano que tiene como objeto el estudio de ciertos métodos inductivos aplicables a fenómenos susceptibles de expresión cuantitativa” (López R. – 2006).

Indicador

En términos generales, se denomina indicador a una observación empírica o estimación estadística que sintetiza aspectos de uno o más fenómenos que resultan importantes para uno o más propósitos analíticos y de monitoreo en el tiempo. Si bien el término indicador puede aludir a cualquier característica observable de un fenómeno, suele aplicarse a aquellas que son susceptibles de expresión numérica y que son pertinentes o de máxima importancia para el interés público. (Quiroga R – 2009).

No existe una definición oficial por parte de algún organismo nacional o internacional, sólo algunas referencias que los describen como: “Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, produciendo productos y alcanzando objetivos” (Mondragón – 2002).

Desarrollo Sustentable

La definición comúnmente usada de desarrollo sustentable fue dada por la comisión Brundland (Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo, Nuestro Futuro Común-World commission on Environment and Development, *Our commomn Future*, Oxford University Press, 1987):

"Reunir las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de reunir sus propias necesidades."

Durante el principios de los noventas el concepto de desarrollo sustentable fue ampliado para introducir una dimensión social por medio de incluir la preservación o mejora de oportunidades de las generaciones futuras mas que simplemente preservar un estado históricamente de calidad ambiental o abundancia de recursos naturales.

"Sustentabilidad es dejar a las generaciones futuras tantas oportunidades como, si no mas, las que hemos tenido para nosotros." (Takle – 2002).

Metodología

El Cuerpo Académico de Turismo Alternativo ha realizado recorridos turísticos en los cuales se realizaron actividades recreativas. Durante los recorridos en los diferentes atractivos naturales se hicieron observaciones sobre las condiciones en las que se encuentran y se puso en cuestión si las actividades turísticas recreativas pueden generar una problemática ambiental en dichos sitios. Se hizo una búsqueda de información respecto a lo que se ha hecho a favor de la conservación y protección de estos atractivos y si en verdad está funcionando.

Para la realización de esta investigación se requiere tener previamente planteado cada uno de los atractivos turísticos a investigar en los así como una lista de indicadores ambientales basándose en una escala de medición para determinar el grado de impacto en dichos lugares. Se hizo un estudio exploratorio a los atractivos mencionados con el fin de verificar cada uno de estos indicadores ambientales obteniendo la información que posteriormente fue interpretada de manera adecuada para la toma de decisiones en cuanto a la solución del problema planteado.

Resultados y discusión

Debido al interés por las actividades ecoturísticas y la conservación de los atractivos naturales con los que cuenta el puerto de Guaymas y San Carlos se eligió como tema de investigación "Evaluación del impacto en los sitios naturales Estero el Soldado y Cañón de Nacapule considerando aspectos ambientales para el aprovechamiento ecoturísticos".

La evaluación del impacto "Estero el Soldado" y "Cañón del Nacapule" sirvió de base para la planificación integral del turismo e inicio de un plan de desarrollo de turismo sustentable en el puerto de Guaymas y San Carlos. Dicha investigación determinó si los sitios anteriormente mencionados son aptos para el aprovechamiento turístico, trayendo consigo beneficios como la inversión en estas áreas para su conservación y el desarrollo sustentable, así como áreas de oportunidad en el área turística. Más sin embargo los retos a vencer son muchos, desde la creación de la conciencia ambiental sobre las actividades que se realizan en los sitios diariamente y la verdadera aplicación a las normas de conservación de los atractivos.

Cabe mencionar que el grado de contaminación que tienen estos lugares la mayoría de

las ocasiones no se deben a las actividades recreativas ecoturísticas si no a la falta de conciencia de los mismos habitantes y desinformación sobre la importancia de estos atractivos así como la falta de interés por parte de las autoridades en cuanto al desarrollo sustentable del puerto.

Conclusiones

Entre las principales al término de la investigación se encuentran:

- El nivel de impacto ha llegado al grado de afectar a la flora y fauna en ambos atractivos.
- Los desperdicios humanos encontrados no son comunes de encontrarse en esas áreas, en otras palabras usan esos sitios específicamente para tirar desechos y rara vez es basura que se origina al visitar estos lugares.
- En acceso al “Cañón del Nacapule” está en muy malas condiciones y el camino puede llegar a no ser del agrado del turista. Por otra parte “Estero el Soldado” está demasiado cerca de edificaciones y el control de las personas que ingresan a esta área natural protegida es muy bajo al igual que la vigilancia.

Es conveniente mejorar la vigilancia en ambos sitios para su cuidado ya que tanto en “Estero el Soldado” y “Cañón del Nacapule” se realizan actividades que perjudican su estado. Siendo el “Estero el Soldado” un área natural protegida no se han realizado las acciones necesarias para mantener este atractivo en las condiciones adecuadas. Por otra parte el “Cañón del Nacapule” debido a su lejanía con las autoridades encargadas de su protección, ha sido muy dañada por actividades humanas inapropiadas como lo es la contaminación e incluso actos de vandalismo y es de suma urgencia que se atiendan estos casos de manera correspondiente asignando a las autoridades correspondientes para su cuidado.

Más sin embargo estos sitios cuentan con un alto potencial turístico debido a sus características naturales que de ser aprovechadas correctamente y haciendo los ajustes necesarios para la creación de futuros proyectos se logrará un desarrollo sustentable mismo que será de beneficio para toda la comunidad de Guaymas y San Carlos.

Referencias bibliográficas

- Agenda 21. (1998). *Criterios para su construcción en México*. Consultado el 18 de septiembre de 2011 desde: www.unida.org.ar/.../Agenda%2021%20Local%20Mexico.doc
- Briones, G. (1987). *Metodología de la Investigación Cuantitativa en las Ciencias Sociales*.
- Conesa Fernández, V. (2009). *Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental*. Ediciones Mundi-prensa, Madrid.
- Editores e impresores Ltda. (2002). <http://es.scribd.com/doc/8426515/Libro-Metodologia-de-La-Investigacion-Cuantitativa>
- Eugene, S. T. (2002). *Desarrollo Sustentable*. Global Learning Resource Network. URL:http://www.meteor.iastate.edu/gccourse/develop/sust_develop_lecture_es2.html
- Guglielmetti, M. (2005). *Términos*. URL: <http://www.mastermagazine.info/termino/4530.php>
- López Casuso, R. (2006). *Cálculo de probabilidades e Inferencia Estadística*. Editorial Texto cuarta edición.
- Mondragón Pérez, A. R. (2002). *¿Qué son los indicadores?* Revista de Información y Análisis núm. 19. URL:<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/articulos/economicas/indicadores.pdf>
- Quiroga Martínez, R. (2009). *Guía metodológica para desarrollar indicadores ambientales y de desarrollo sostenible en países de América Latina y el Caribe*. <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/37231/LCL3021e.pdf>
- Sánchez López, F. (2010). *Historia del Turismo en Sonora*. Consultado el 14 de septiembre de 2011 desde: <http://arkisanchez.blogdiario.com/1283295844/>
- Sistema Nacional de Indicadores Ambientales. (2010). *Indicadores Básicos del Desempeño Ambiental en México*. Consultado desde: http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/indicadores_2010_web/indicadores_2010/00_conjunto/marco_conceptual3.html#inicio
- Sistema Nacional de Indicadores Ambientales. (2010). *Sistema Nacional de Indicadores Ambientales – Marco Conceptual*. Extraído desde: http://www.semarnat.gob.mx/informacionambiental/snial/documents/marco_conceptual.html
- Sistema Nacional de Información Ambiental. (2000). *Marco Conceptual y Metodológico para la Construcción de Indicadores Ambientales, Nicaragua* http://www.eird.org/wiki/images/Marco_Conceptual_Indicadores_Ambiental.pdf

**LABORATORIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y XPLORA SONORA TOUR OPERADORA,
COMO PROVEEDORES DE COMPETENCIAS PARA ALUMNOS DE LAET ITSON Unidad
Guaymas**

Francisco Partida

Resumen

El turismo, por sus características como generador de fenómeno masivo, produce efectos tanto positivos como negativos en la comunidad y en el medio ambiente. Un efecto positivo es el impulso de áreas de oportunidad para el desarrollo de prestadores de servicio turístico con mentalidad para ofrecer un servicio ambientalmente planificado; al momento de observar esta área de oportunidad surgió la inquietud de desarrollar este proyecto el cual consiste en la colaboración del laboratorio de alimentos y bebidas ITSON UG con la Xplora Sonora Tour Operadora, dicha conexión se basa en realizar un menú de distintos platillos a ofrecer en cada recorrido turístico que se realice; los platillos deben ser elegidos de acuerdo a varios criterios basándose en las características de cada sitio, tales criterios pueden ser la ubicación, clima, tiempo de montaje, grado de impacto ambiental entre otros aspectos. Esto de concretarse sería muy importante para el desarrollo y fortalecimiento de competencias del alumnado así como de la institución contribuyendo en el estado de la conservación de los sitios naturales de la región.

Palabras claves: *Alimentos, Menú, competitividad*

Introducción

Cuando la actividad turística se ejerce de forma masiva, sin organización, carente de criterios de sostenibilidad, nuestro entorno está expuesto a un continuo riesgo que puede afectarle de forma permanentemente e irrecuperable. Se trata de aprovechar correctamente los recursos turísticos a partir de la conservación del medio ambiente y minimización de consumos. La industria turística es una de las que más desarrollo ha experimentado en los últimos años, a fin de ofertar las más variadas riquezas naturales, históricas o culturales, creándose nuevas profesiones e innumerables puestos de trabajo.

Un ritmo de crecimiento que aún está lejos de una preocupación colectiva compatible con un *turismo sostenible*, que es aquél que es consciente y responsable, y que permite el desarrollo sostenible de la comunidad donde se desarrolla, atendiendo a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer a las suyas propias. Los expertos consideran que para conseguir este objetivo cualquier tipo de producto turístico debe promover, al menos, los siguientes objetivos básicos:

- Entender el significado de las contribuciones que el turismo hace a la economía y al medio ambiente y concienciar a la población al respecto.
- Mejorar la calidad de vida de la comunidad anfitriona.
- Promover el desarrollo del patrimonio cultural y natural.
- Proteger el medio ambiente para evitar su deterioro y destrucción.
- Lograr, y mantener, que no se afecte al medio natural y al equilibrio biológico y cultural del

destino.

Por lo que respecta a la alimentación se han propuesto diferentes fórmulas de sostenibilidad como es el promover la producción local y ofrecer alimentos de la zona, a ser posible ecológicos y sin productos químicos (plaguicidas, abonos químicos, aditivos), así como elaborar menús regionales; reducir y minimizar la generación de residuos, eligiendo envases retornables, rechazando envoltorios superfluos y destinar los residuos orgánicos a la producción de compost; organizar la separación en origen, la recogida selectiva y el reciclaje. Además, debería realizarse un uso más responsable del agua, que coincide con la época más seca; depurando y reutilizando aguas residuales para el riego en la agricultura.

En este sentido, en los últimos años ha experimentado un crecimiento considerable el llamado «turismo rural» o «ecoturismo». Y es que si el «turismo tradicional» registra un crecimiento del 7,5% al año a nivel mundial, el ecoturismo o turismo rural registra un 20% de crecimiento, y supone ya un 5% del turismo mundial. Para la próxima década, incluso, se espera que alcance hasta el 10% del turismo mundial.¹

Este proyecto tiene por objetivo que alumnos que forman parte del laboratorio de alimentos y bebidas preparen los platillos que se ofertaran en los recorridos que realice la tour operadora Xplora sonora, esto servirá para capacitar a los alumnos de forma práctica de manera que puedan desarrollarse en un entorno en el cual puedan estar prestando un servicio de alimentos y también de guías de turista de manera sustentable.

Fundamentación teórica

Turismo alternativo

Algunos académicos han tratado de definir turismo alternativo como un turismo que da énfasis al contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras y el turista, como también en el medio ambiente. También como un turismo que es consistente con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permite una relación positiva entre locales y turistas. El turismo alternativo engloba a micro y pequeñas empresas, propiedad de habitantes locales. Otras características del turismo alternativo son menores impactos en el medio natural y social, vínculos con otros sectores (agricultura, artesanía) de la economía local y retención de ganancias en la localidad ²(Newsome, Moore & Dowling, 2002).

A su vez la ³Secretaría de Turismo (SECTUR) define al turismo alternativo como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Turismo sustentable

Jasmin Garraway Asesora de Turismo Sustentable de la Asociación de Estados del Caribe en el año 2004 señaló que: todas las partes interesadas del sector deberán enfrentar el desafío de acompañar este crecimiento de una manera responsable y sustentable que preserve la integridad del producto turístico y las comunidades en las que opera el turismo. Está basado en la realidad de que el crecimiento irrestricto no es sustentable y en que existen límites al número de turistas que se pueden alojar en un lugar por vez, límites a la capacidad de los sitios y atracciones naturales y límites a la paciencia de las comunidades anfitrionas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en el año 2004 menciona que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Competitividad turística

En el ámbito de la investigación turística, la competitividad de los destinos turísticos puede definirse como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”⁶ (Rifkin, G. y Hassan, A *Marketing Radical*. 2000).

Dentro del ⁷PROGRAMA DE DESARROLLO DEL SECTOR TURISMO 1995-2000 planan que la competitividad es un concepto y una práctica que se establece en función de la existencia de competidores; consiste en la capacidad de un sector para mantener y aumentar su participación en el mercado, en términos de volumen y/o de ingresos. La competitividad resulta de un conjunto de esfuerzos que conducen al sector a una posición favorable sostenida en los mercados. Los componentes de la competitividad han cambiado con

el tiempo. Anteriormente, en un mercado regido por los vendedores, se entendía que estos podían imponer condiciones a los compradores, de manera que para ser competitivos era posible uniformar productos, imitando las características de la infraestructura y equipamiento de los líderes o destinos exitosos en el mercado. Se consideraba que el tamaño de los productos resultaba un componente clave de la competitividad: en tanto era mayor el tamaño de los destinos y de productos específicos, mayor era su capacidad competitiva.

Alianza estratégica

*Promexico inversión y comercio*⁸ señala en su fascículo alianzas estratégicas una herramienta de competitividad internacional que las alianzas estratégicas han probado su efectividad en la dinámica de negocios actual, que se caracteriza cada vez más por la velocidad del cambio, el poder de los consumidores y la utilización de la tecnología en actividades cotidianas, en las que las relaciones entre las empresas y sus clientes o consumidores toman un matiz casi omnipresente y generan una interacción permanente en donde la comunicación, la confianza y el valor agregado son indispensables para permanecer en los mercados. En las alianzas estratégicas las empresas cooperan por una necesidad mutua y comparten riesgos con el fin de alcanzar un objetivo común de largo plazo. Hoy por hoy las empresas de cualquier tamaño que busquen permanecer y crecer en los mercados, deben manejar opciones que les permitan alcanzar ventajas competitivas sustanciales de una manera rápida y efectiva, con una relación costo/beneficio positiva y compartiendo riesgos. Justamente eso, es lo que se puede obtener mediante las alianzas estratégicas.

El doctor Horacio Krell director de *Ilvem*⁹ aclara que una alianza estratégica es la asociación de dos o más personas físicas o jurídicas con el objeto de generar -con los aportes de cada una de ellas- proyectos de distinto tipo. Con recursos escasos y empleo en extinción no se puede crecer en soledad. La asociación permite crear cadenas de valor combinando recursos. Hasta el cerebro marca los límites del individualismo. Los seres humanos tienen áreas de alto rendimiento y otras de rendimiento medio.

Esto responde a la pregunta qué es una alianza estratégica desde otro enfoque, el de la complementariedad con otros hombres que poseen destrezas distintas que se reúnen mediante el trabajo en equipo lo que permite aumentar la producción y el valor. En este caso se distingue el conocimiento del especialista de sus destrezas cerebrales entre las cuales

distinguiamos las capacidades creativas, analíticas, ejecutivas, y sociales

Menú

En el Blogdeconina¹⁰ mencionan que el menú es la relación de los diferentes platos que componen una comida ofrecida por un establecimiento hostelero por un precio fijo y determinado en el que va incluido pan, agua o vino, servicio e impuesto.

Es elaborado por el jefe de cocina de acuerdo con los precios de mercados. Cada establecimiento confeccionara libremente los menús conforme con el tipo de cocina que practica. Una vez confeccionado con sus grupos correspondientes, el jefe de cocina lo envía al maître quien después de estudiarlo lo enviara a la imprenta y es costumbre en la mayoría de los hoteles hacer la impresión en varios idiomas.

En el blog mis-recetas¹¹ definen la palabra menú en dos formas

Menú: tradicionalmente por menú se entendía las distintas viandas ofrecidas por un restaurante clasificadas por carnes, pescados, sopas, postres, entrantes.

Menú, definición alternativa: por menú también se puede entender un conjunto de platos definido con antelación y que reduce la capacidad de elección del comensal. No suele ofrecer tantas posibilidades como la definición anterior.

A su vez quiero añadir una clasificación de menús aunque en la actualidad también es común utilizar la palabra carta.

Metodología

Antes de determinar esta investigación aprecie que el Instituto Tecnológico de Sonora cuenta con una buena infraestructura la cual no ha sido tan aprovechada, contar con un laboratorio de alimentos y bebidas es bueno para enseñar a elaborar distintos tipos de platillos, pero sería muy interesante sacarle más provecho no solo que funcione como laboratorio de enseñanza, sino que lo ideal sería que funcione también como área de trabajo para los alumnos, así como lo ha realizado la Tour Operadora la cual se encarga de formar a guías de turista dentro de la misma institución los cuales planean recorridos y los ejecutan, esto crea un amplio abanico de posibilidades para el desarrollo de los guías descubriendo sus habilidades para el manejo de grupos, interpretación de la flora y fauna que abunda en la región, así como la planeación de recorridos y todo lo que se abarca en la logística, mercadotecnia entre otras cosas.

Para determinar la investigación se realizó la aplicación de una encuesta a alumnos que forman parte de la licenciatura en administración de empresas turísticas (LAET) de dicha institución en la localidad de Guaymas Sonora; así como una entrevista con el personal que está encargado del laboratorio y también con el responsable de la tour operadora esto con el fin de tener mayor conocimiento del tema y también sirve para que den su punto de vista sobre si es posible la alianza estratégica.

El procedimiento que se siguió para determinar la investigación se empezó por el cuestionamiento sobre ¿cómo se podría generar la practica real para los alumnos que forman parte del laboratorio de alimentos y bebidas?

Consultar al responsable del laboratorio, menciono las inquietudes que tenían los alumnos para la realización de alimentos en varios eventos que se efectúan en la institución con el fin de desarrollar más sus capacidades.

Por parte de la tour operadora los guías mencionaron que en los recorridos se ofrecía de manera opcional el servicio de alimentación muy limitado en cuanto a variedad, el cual consistía en tacos dorados y ceviche estos alimentos los mismos guías los realizan durante el recorrido.

Posteriormente se siguió con el formulario de encuesta y su aplicación para determinar si las dos áreas se podrían unir para desarrollar de mejor forma a los alumnos que los integran.

Resultados

Es aquí donde surgió la idea de crear esta alianza estratégica entre la Tour Operadora Xplora Sonora y el Laboratorio de Alimentos y Bebidas.

Tal encuesta describía lo siguiente:

| Pregunta | SI | NO |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
| ¿Has asistido a algún recorrido de la Tour Operadora Xplora Sonora? | 47% | 53% |
| ¿Has consumido alguna comida que frece la TOXS? | 25% | 75% |
| ¿Has degustado algún platillo procedente del Laboratorio de A y B? | 62% | 38% |
| ¿Consideras buena opción la posibilidad de unir al Laboratorio y la Tour para dar el servicio de alimentos en los recorridos? | 74% | 26% |
| ¿Te interesaría formar parte de alguna de estas áreas para desarrollarte como alumno? | 70% | 30% |

Estos resultados indican que aproximadamente la mitad de los alumnos conoce como actúan los guías de turista y que tanto están capacitados, un amplio margen no ha consumido

el servicio de alimentos que dispone actualmente la tour en contra parte la mayoría si ha consumido el servicio de alimentos y bebidas que se realizan en el laboratorio, también se puede apreciar que gran parte de los encuestados consideran que la alianza sería buena estrategia para ambas partes y finalmente todo esto conlleva a el interés del alumnado para generar áreas de oportunidad en las cuales ellos puedan continuar con su desarrollo de competencias.

Conclusión

Al generar alumnos competentes se contribuye a elevar la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores de manera sustentable.

Por lo que respecta a la alimentación se han propuesto diferentes fórmulas de sostenibilidad como es el promover la producción local y ofrecer alimentos de la zona, a ser posible ecológicos y sin productos químicos (plaguicidas, abonos químicos, aditivos), así como elaborar menús regionales.

Los alumnos tendrían la posibilidad de adquirir los conocimientos y las experiencias necesarias para poder ser competentes y darles las bases para que continúen desarrollándose individualmente como persona y de manera profesional.

Referencias bibliográficas

Garraway, J. (2004). *Asesora de Turismo Sustentable de la Asociación de Estados del Caribe en el año 2004*.

Hidalgo Moya, J. R. (2004). *Alimentación y turismo sostenible*. Revista Eroski Consumer.

Krell, H. (S. f.). Director de IIVem. Secretario de relaciones internacionales de UAF Unión Argentina de Franquicias y propulsor de UP Unión de Permutas. <http://www.mis-recetas.org/trucos/mostrar/1032-que-es-un-menu>

Newsome, D., Moore, S. A. & Dowling, R. K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Clevedon, England: Channel View Publications.

Promexico. (2010). *Inversión y comercio fascículo alianzas estratégicas una herramienta de competitividad internacional*. México.

DIAGNÓSTICO DE LAS PRINCIPALES COMPETENCIAS QUE ADQUIEREN LOS ALUMNOS PRACTICANTES DE LA TOUR OPERADORA “XPLORA SONORA” ITSON.

María del Mar Urias Guzmán

Resumen

El presente trabajo de investigación fue elaborado con la finalidad de conocer las principales competencias que los alumnos del Instituto Tecnológico de Sonora adquieren al realizar sus practicas profesionales en la Tour Operadora “Xplora Sonora” (Proyecto de simulación y ejecución de prácticas profesionales en la carrera de LAET) mediante una investigación de las diversas actividades que realizan, así como su perfil de ingreso y egreso del departamento.

Mediante esta investigación se buscó reconocer la importancia de las prácticas profesionales en la formación estudiantil de los alumnos y a su vez la importante aportación que tour operadora hace a éstos. Cabe mencionar que la información presentada compete únicamente al exploratorio de un grupo de practicantes de la institución y que los resultados obtenidos pretenden aportar al departamento cierto grado de importancia para el desarrollo de los futuros administradores de empresas turísticas.

Palabras claves: Competencias, formación académica, prácticas profesionales, practicante, evaluación.

Introducción

Como producto de la comparación entre las experiencias de los alumnos practicantes de tour operadora y los de otras empresas, surge una serie de cuestionamientos referentes a las habilidades y conocimientos que las prácticas profesionales pueden llegar a brindarle a los estudiantes, que dan pie al planteamiento ¿Qué competencias obtienen los alumnos que realizan prácticas profesionales en la Tour Operadora y cómo influyen estas en su formación? Si bien esto no se considera un problema, si resulta un tanto inquietante para la institución conocer el impacto que uno de los departamentos más importantes del área turística tiene sobre los clientes principales, que son los alumnos.

La Tour Operadora Xplora Sonora (Proyecto de simulación y ejecución de prácticas profesionales en la carrera de LAET) a través de sus actividades, aporta una notable experiencia a sus colaboradores quienes, trabajando en conjunto, logran adquirir ciertas capacidades y habilidades que pueden ser desarrolladas en el campo laboral; tal es el caso de los alumnos practicantes que ingresan al departamento, con la finalidad de completar un número determinado de horas para obtener la aprobación de la materia practicas profesionales que su mapa curricular contiene, y que adoptan diferentes roles que les permiten llevar a la práctica algunos conocimientos adquiridos en el resto de sus materias y a su vez adquirir nuevos.

Es de suma importancia conocer cuáles son las habilidades y conocimientos que los practicantes adquieren específicamente en su estadía en Tour Operadora, y así poder evaluar

el impacto que pudieran tener las competencias adquiridas en su formación profesional dentro del Instituto Tecnológico de Sonora. Surge entonces, la elaboración del presente trabajo de investigación, para dar respuesta a la necesidad de medir el impacto positivo o negativo que las competencias adquiridas al realizar las prácticas profesionales en el departamento pudieran tener sobre los estudiantes y que por medio de los resultados arrojados se puedan tomar decisiones acerca del programa en la tour operadora para practicantes y en determinado momento, de ser necesario, llevar a cabo las modificaciones pertinentes.

Fundamentación

Marco conceptual

Competencias

Según el Instituto Tecnológico Metropolitano (2007), una competencia es la capacidad que tiene un individuo para actuar, desde un saber. Las competencias son formas inteligentes de desempeñarse eficaz y correctamente en un contexto determinado; requieren ser definida, aprendidas, construidas y necesitan de una intencionalidad educativa expresada en objetivos formativos.

Las competencias se entienden como actuaciones integrales para identificar, interpretar, argumentar y resolver problemas del contexto con idoneidad y ética, integrando el saber ser, el saber hacer y el saber conocer (Tobón, Pimienta y García Fraile, 2010).

Para efectos de esta investigación las competencias hacen referencia a las capacidades que tienen y adquieren los alumnos permitiéndoles desempeñarse correcta y eficazmente a lo largo de su vida.

Prácticas

Según la Universidad de Concepción en Chile (2010), prácticas son las actividades de refuerzo que dan al aprendiz la oportunidad de aplicar conocimientos y habilidades. Este sistema suele incluir tutorías y retroalimentación. Las variantes son, entre otras, estudio de casos, actividad de aprendizaje, pruebas y exámenes de práctica, prueba de evaluación y práctica de laboratorio.

Las prácticas son el ejercicio y aplicación de los principios y deberes que atañen a una profesión o que corresponden a una vocación. (Fundación Universitaria Autónoma las Américas 2006).

Por tanto práctica son las actividades de esfuerzo físico y mental que, bajo la dirección de un profesor, permiten aplicar conocimientos y conseguir habilidades o experiencia en determinadas actividades.

Prácticas profesionales

Según la Universidad Central de Venezuela (2011), la práctica profesional constituye una actividad de estudio y trabajo, que bajo régimen de tutoría profesoral, atiende a la formación profesional del estudiante, mediante el desempeño de labores propias de la disciplina que cursa.

Las prácticas profesionales son el conjunto de actividades y quehaceres propios a la formación profesional para la aplicación del conocimiento y la vinculación con el entorno social y productivo. (Facultad de Psicología, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2010).

Para el Instituto Tecnológico de Sonora (2002), práctica profesional se define como la actividad académica y de aplicación de conocimientos que los estudiantes prestarán en beneficio de la sociedad, con el propósito de aplicar las competencias adquiridas en el proceso formativo, siendo obligatorio que tal actividad se relacione directamente con la formación profesional de los prestadores.

Prácticas de Familiarización

Según Maritza Montero (2010), la familiarización es un proceso de carácter socio cognoscitivo en el cual los agentes externos e internos inician o profundizan su conocimiento mutuo captando y aprendiendo aspectos de la cultura de cada grupo, a la vez que se encuentran puntos de referencia comunes, desarrollan formas de comunicación y comienzan a desarrollar un proyecto compartido.

Las prácticas de familiarización son las que se realizan por medio de visitas a establecimientos del sector turístico, visitas de campo en lugares de patrimonio cultural y natural, tomando en consideración los objetivos de las materias que se están cursando en el momento y los trabajos son coordinados por docentes especializados (Mario Reyes Meléndez, 2011).

Por tanto, las prácticas de familiarización hacen referencia al conjunto de actividades llevadas a cabo con la finalidad de conocer de forma cercana cierto lugar en cuanto al trabajo

que se desea realizar dentro del mismo, estableciendo una estrecha conexión entre los practicantes y sus fines de estudio.

¿Que son prácticas de Simulación?

La simulación consiste en situar a un educando en un contexto que imite algún aspecto de la realidad y en establecer en ese ambiente situaciones, problemáticas o reproductivas, similares a las que él deberá enfrentar en la realidad, de forma independiente, durante las diferentes estancias o rotaciones de su práctica. (Dr. Ramón S. Salas Perea y Dr. Plácido Ardanza Zulueta, 1995).

Las prácticas de simulación son las que se llevan a cabo en un entorno que se iguala a la realidad, donde se somete al alumno a una serie de situaciones similares a las que se puede enfrentar en el futuro, dándole la oportunidad de afrontarlas y solucionarlas de acuerdo a sus conocimientos.

Prácticas de especialización

Según la universidad de Colombia, los estudios de Especialización Profesional comprenderán un conjunto de asignaturas y otras actividades organizadas en un área específica, destinadas a proporcionar los conocimientos y el adiestramiento necesario para la formación de expertos de elevada competencia profesional. Los estudios de Especialización conducen al grado de Especialista.

Tour operadora

Es aquella empresa que integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos mediante otras agencias, mayoristas o minoristas, o en su defecto ella misma. El servicio integrado constituye el centro de labor. (Ing. Matilde Sequeira T. e Ing. Rudolf M. Walcher, 2002).

Según Isidro (2007), es una agencia mayorista intermediaria entre los establecimientos turísticos y las agencias minoristas. Confeccionan los programas y los paquetes turísticos y los ofrecen a las agencias minoristas por un precio global en el que se incluyen el transporte, el alojamiento y el tipo de pensión alimenticia desde el origen del cliente hasta su destino final. La agencia minorista la vende directamente al cliente y cobra una comisión por ello.

Tour operadora Xplora Sonora

Xplora Sonora Tour Operadora es una empresa prestadora de servicios turísticos

conformada por guías locales que cuenta con una oferta principalmente en el puerto de Guaymas, San Carlos y los principales destino del estado de Sonora. Genera y Comercializa servicios de turismo sustentable que atienden las necesidades de la demanda turística y promueve un ambiente de mejora para la integración de la comunidad.

Perfil de egreso de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas ITSON

Los egresados de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas se caracterizan por ser profesionistas bilingües capaces de desarrollar, operar y comercializar productos y servicios turísticos para generar valor; coadyuvando a que el sector turismo sea eje de impulso competitivo sostenible, dentro de una cultura de alto desempeño y actitud de servicio, en contextos nacional e internacional.

Competencias:

- Comercializar productos y servicios turísticos para atraer y conservar clientes haciendo uso de estrategias necesarias, tomando en cuenta la calidad en el servicio y el uso de la tecnología.
 - Supervisar y Operar servicios turísticos con base en la legislación y normatividad vigente haciendo uso de la tecnología y la calidad en el servicio.
 - Elaborar estrategias financieras orientadas a la generación de valor para el agente económico.
 - Desarrollar proyectos turísticos que promueven turismo sustentable, para contribuir al desarrollo del sector en una región determinada, considerando los recursos naturales y culturales.
 - Comunicarse apropiadamente en inglés de modo que le sea posible atender a clientes, socios, proveedores, etc. cuyo idioma nativo sea el inglés.
 - Administrar el recurso humano, cumpliendo con las regulaciones laborales y lo establecido por la organización, a través de tecnologías de información, con el fin de mejorar el desempeño individual y organizacional.
 - En este bloque las primeros cuatro cursos para de ingles donde se buscara el dominio del idioma y se tendrán cuatro cursos mas de ingles aplicado en cada una de las líneas que el programa considera (hotelería, Alimentos y Bebidas, Agencias de Viajes y Guía de Turistas) buscando con esto la aplicación efectiva en el rubro de los negocios turísticos.

Evaluación

Evaluación puede conceptualizarse como un proceso dinámico, continuo y sistemático, enfocado hacia los cambios de las conductas y rendimientos, mediante el cual verificamos los logros adquiridos en función de los objetivos propuestos. (Prof. Gabriel Molnar, 2001).

Se denomina evaluación al proceso dinámico a través del cual, e indistintamente, una empresa, organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas o bien focalizarse en aquellos resultados positivos para hacerlos aún más rendidores (Definiciones ABC, 2007).

Para efectos de esta investigación, evaluar es medir el rendimiento de los alumnos en las actividades que desempeñan, y de este modo determinar el grado de conocimientos y habilidades que han alcanzado en un periodo de tiempo determinado.

Marco teórico

Los estudiantes universitarios sufren al enfrentarse a un trabajo profesional por dos razones principales. La primera es el encuentro con un mundo desconocido que tiene sus propios valores, su propio lenguaje sus propios usos y costumbre. La segunda es el paso de la formación universitaria que es básicamente teórica a la aplicación en el ambiente de trabajo.

La llamada práctica profesional es un camino que debe reconstruirse. En un sentido restringido la práctica profesional es una fase de la formación de los universitarios. Se entiende como un periodo, pongamos de un año, que inicia en el último semestre de la carrera y se prolonga durante un semestre más al terminar la carrera.; en esta "definición" se deben conjugar tanto los intereses académicos (que ha de vigilar la institución educativa) como los intereses sociales (a cargo de la sociedad).

Es por eso que, a través de ella, se tiene la posibilidad de incursionar en el campo profesional con la autoridad suficiente para sugerir, analizar, criticar, transformar y proyectar nuevas formas de realización y respuestas a las necesidades sociales. Dentro de este marco referencial podemos entender la formación profesional y su práctica como una educación para la vida que genera actitudes, habilidades y disposiciones orientadas al desarrollo humano. En este sentido, la práctica profesional requiere su espacio propio de ejercitación dentro de la misma formación a través de la investigación, la docencia, el trabajo con los demás, el contacto empírico con las estructuras administrativas, la información directa en los archivos, la presencia

en los tribunales, despachos, etc. que es donde el estudiante puede proyectar desde el período escolarizado los conocimientos adquiridos. (Centro de Estudios de la Universidad de la UAEMEX, 2004)

Al igual que el Servicio Social, las Prácticas Profesionales permiten ofrecer a la sociedad los conocimientos adquiridos en la universidad, es lograr que los alumnos ofrezcan de sí algo a la sociedad, con la finalidad de mejorar el nivel de vida de la población mediante el apoyo a las actividades de las instituciones públicas o privadas, esto le permite al alumno conjugar la teoría con la práctica consolidando de esta manera el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las Prácticas Profesionales dan la oportunidad de aprender, obtener experiencia y una seria posibilidad de encontrar empleo. Si sumas el tiempo invertido en el Servicio Social con el tiempo de las Prácticas Profesionales tienes casi un año de experiencia laboral, así no deberías tener muchos problemas al buscar algún empleo. (Centro de Estudios Superiores del Oriente de Michoacán, 2011)

Para efectos de esta investigación se toma en cuenta que en la inserción laboral las competencias técnicas se valoran de forma desigual dependiendo de la empresa. Realmente, lo más valorado son las denominadas competencias de personalidad: Iniciativa, responsabilidad, disponibilidad, capacidad de adaptación al cambio y movilidad geográfica, saber desenvolverse en situaciones sociales y fácil inclusión en los grupos, presencia, espíritu de sacrificio, disciplina y aceptación de la autoridad. Sin embargo, salvo excepciones, los empleadores consideran que los recién licenciados actuales adolecen de buena parte de estas virtudes; “Ahora la gente tiene todo hecho”; “La gente joven muestra hoy en día “una falta de seriedad y de compromiso con lo que adquieren que te quedas alucinado”. (Presentación para las Jornadas “Mercado laboral y planes de estudios universitarios sustentados en competencias”, 2009).

En esta investigación, para el proceso de evaluación de competencias de los practicantes de Tour Operadora, se toma como marco teórico el modelo input-output de evaluación de las competencias, mismo que se basa en la necesidad de tener presente las diferentes competencias constitutivas de la práctica profesional para realizar un plan de formación adecuado. Plantea un modelo comprehensivo de competencias, como herramienta para construir un perfil profesional. Integrando los modelos input (curriculares) y output

(práctica profesional) en la estructura conceptual de competencias que debe incorporar un profesional para una buena práctica. Este modelo asume que el perfil de competencias específicas de un profesional incluye tanto elementos tipo input (rasgos de personalidad, capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes) como de elementos tipo output (competencias y subcompetencias). (Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas, UAL-11, 2003)

Asimismo, se toma referencia del modelo de evaluación de las competencias académico-profesionales. En este modelo teórico se asumen varios principios:

1. El conocimiento académico y el conocimiento profesional. Siendo ambos necesarios para una buena formación que promueva un ejercicio profesional de excelencia. Tienen formatos diferentes e interconectados, con transferencias entre sí. Aunque no pertenecen al mismo continuo lineal si no a continuos diferentes y superpuestos. Por tanto, no son intangibles automáticamente en el tiempo. Más bien es necesario un trabajo consistente y auto regulado por parte del sujeto para que se produzca una reconstrucción integrada de ambos.
2. La falta de construcción integrada de ambos tipos de conocimientos, debe provocar un sesgo competencial que impediría el óptimo desempeño en el contexto profesional, al producirse una ruptura epistemológica y práctica entre las competencias de orden factual, procedimental y actitudinal adquiridas en los contextos académico y profesional. De ahí, la importancia de efectuar una reconstrucción personal integrada.
3. Las competencias (saber hacer en la acción) son de carácter académico y profesional, incluyendo cada una de ellas los saberes (subcompetencias conceptuales), las habilidades (subcompetencias procedimentales) y las actitudes (subcompetencias actitudinales), de tal forma que, en la práctica, la solución de los problemas y de las situaciones profesionales lleva consigo la utilización combinada de las competencias académico-profesionales. Además, ambos tipos de competencias no se pueden circunscribir a un ámbito curricular o profesional, sino más bien, entender que se deberían construir en ambos contextos, académico y profesional, de manera secuencial y reglada. Como este hecho no se produce, si no que se realiza un reparto implícito de los aprendizajes competenciales entre los citados ámbitos de input-output, es muy difícil la construcción integrada de los procesos formativos que se

producen en la universidad y en el contexto profesional aplicado. En síntesis el problema reside en que, en la práctica, cada contexto formativo se ha especializado en la formación de una tipología de competencias, sin crear espacios y acciones coordinadas suficientes para favorecer la construcción integrada de ambas. (Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas, 2003)

Metodología

Fase 1. Prácticas profesionales en Tour Operadora

En el semestre enero-mayo 2011 se participó en la Tour Operadora “Xplora Sonora” ITSON Guaymas (Proyecto de simulación y ejecución de prácticas profesionales en la carrera de LAET) en calidad de practicante, donde se desarrollaron una serie de actividades competentes al departamento, en compañía de otros practicantes, bajo la coordinación del Maestro Oscar Ernesto Hernández Ponce.

Fase 2. Detección de problemática

A lo largo del semestre se dio lugar a un intercambio de experiencias con alumnos de LAET que realizaron prácticas profesionales en otros departamentos de la institución y se detectaron diferencias significativas entre las competencias adquiridas en Tour Operadora “Xplora Sonora” y las de otros departamentos. Esto provocó un interés significativo en la temática de las competencias que se adquieren con la realización de prácticas profesionales y específicamente en el impacto que, académicamente, tiene la tour operadora en los alumnos y se inició un proceso de capacitación para la elaboración de un trabajo de investigación.

Fase 3. Desarrollo trabajo de titulación

Se formó un grupo de colaboradores para el Cuerpo Académico de Turismo Alternativo en calidad de Investigadores. Individualmente se eligió un tema de relevancia, en este caso;

Las principales competencias que adquieren los alumnos practicantes de la Tour Operadora “Xplora Sonora” ITSON.

Una vez comprendido el contexto del tema, se trabajó con la consulta de lecturas para la conformación del marco referencial, conceptual y teórico y se elaboró un protocolo de tesis para cada investigación.

Resultados

Existe en la actualidad una importante preocupación en los círculos universitarios por responder mejor desde el mundo académico hacia las demandas del sector productivo y a los requerimientos de los empleadores, lo cual redundará, por una parte, en una revisión de la función de la universidad en la sociedad actual, caracterizada como la sociedad del conocimiento¹ y en un replanteamiento de los diseños curriculares tradicionales por otra.

Los alumnos que realizan prácticas profesionales en la Tour Operadora, adquieren competencias, tales como el manejo de grupos, detección de lugares con potencial turístico, implementación de técnicas de guía de turistas, coordinación y logística de actividades turísticas, desarrollo de habilidades en práctica de kayak, ciclismo, natación, interpretación y primeros auxilios, destrezas en cuanto a cotizaciones, búsqueda de proveedores, búsqueda de convocatorias para la gestión de recursos, generación de propuestas de mejora, diagnósticos de entorno, y a su mismo desarrollar experiencia en administración del tiempo, redacción, resolución de problemas bajo presión, convivencia con personal diverso y administración óptima de recursos. Así mismo se fomenta la iniciativa, responsabilidad, disponibilidad, capacidad de adaptación al cambio y movilidad geográfica, espíritu de sacrificio, disciplina y aceptación de la autoridad.

La adquisición de estas competencias en la tour operadora enriquece la formación del alumno generando experiencia práctica en diversos campos del turismo de manera que su formación profesional es impactada positivamente permitiéndole expresar mejor las capacidades que tiene al momento de completar sus estudios, lo cual facilita el proceso de transición que ocurre entre el término de los estudios y la incorporación al ejercicio laboral.

Se da pie entonces a la elaboración del trabajo de investigación titulado **Principales competencias que adquieren los alumnos practicantes de la Tour Operadora “Xplora Sonora” ITSON**, cuyo objetivo principal es detectar las principales competencias que adquieren los alumnos para identificar el impacto académico que tienen.

Conclusión

Concluyendo que el impacto en la formación académica de los alumnos es positivo, se generará una buena publicidad para el departamento facilitando la introducción de nuevos estudiantes en calidad de practicantes y a su vez se generará una base sólida de

recomendación para facilitar la inserción laboral de los egresados que hayan practicado en tur operadora. A través del análisis de las evaluaciones rutinarias a los practicantes se podrán detectar las áreas, en las que el departamento los fortalece y en las que no lo hace adecuadamente, pudiéndose implementar medidas correctivas para enriquecer el programa de acción para los futuros practicantes.

La elaboración de este trabajo aporta un crecimiento a la formación del alumno proporcionándole experiencia en investigación, redacción e interpretación de competencias mediante el proceso de observación y seguimiento de las actividades que realizaron, para su estudio, el equipo de alumnos practicantes de la Tour Operadora "Xplora Sonora" ITSON. El desarrollo de este trabajo ha representado el punto de partida para la extensa investigación del Tema de Tesis que será presentado como trabajo de titulación de la carrera Licenciado en Administración de Empresas Turísticas.

Referencias

- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J. & Nyssen, J. M. (2009). *El debate sobre las competencias. Presentación para las Jornadas "Mercado laboral y planes de estudios universitarios sustentados en competencias"*.
- Fundación Universitaria Autónoma las Américas. (2006). *Diccionario rehadident, práctica*. Consultado el día 25 de junio de 2011 en: <http://www.uam.edu.co/rehadident/diccionario/pl.asp>
- Hodson, D. (2000). *Investigación y experiencias didácticas hacia un enfoque más crítico del trabajo de laboratorio*. The Ontario Institute for Studies in Education, Toronto.
- ITSON, Programa educativo: Licenciado en Administración de Empresas Turísticas. Consultado el día 26 de junio de 2011 en: <http://www.itson.mx/oferta/laet/Paginas/laet.aspx>
- Programa de educación a distancia, Glosario Universidad de Chile, Práctica profesional. Consultado el día 25 de junio de 2011 en: http://www.educ.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=20
- Rodríguez Martínez, C. (2000). Revista Interuniversitaria de Formación de profesorado no. 45 "La socialización docente en las prácticas de enseñanza de estudio de un caso" Universidad Zaragoza latinoamericanista.
- Salas Perea, R. S. (S. f.). *Centro Nacional de Perfeccionamiento Médico y Medios de Enseñanza*. Calle Linea e I, Vedado, Ciudad de La Habana, Cuba. Consultado el día 25 de junio de 2011 en: http://bvs.sld.cu/revistas/ems/vol9_1_95/ems03195.htm
- Sequeira, M. & Walcher, R. M. (2002). *Necesidades de capacitación y formación de las tour operadoras del departamento de Managua*. Managua, Nicaragua.
- Suarez, B. (2003). *Foro introductorio Familiarización*. Consultado el día 25 de junio de 2011 en: <http://investigacionunesr.foroactivo.com/t7-familiarizacion>
- Universidad Autónoma de Coahuila. (2004). *Cuarto Congreso Nacional y Tercero Internacional: "Retos y Expectativas de la Universidad. La práctica profesional una función indispensable"*.
- Universidad San Martín de Porres. (2008). *Prácticas pre profesionales de la facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología*.

DIAGNOSTICO DEL IMPACTO DE LAS ESTANCIAS PROFESIONALES REALIZADAS POR LOS ALUMNOS DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE DESARROLLO DE TURISMO SUSTENTABLE

Víctor Guerra Valdivieso

Resumen:

A lo largo de los años se ha detectado diversas dificultades en relación a las estancias académicas, en las que se pueden destacar el seguimiento de la labor diaria del alumno por parte del tutor académico, las relaciones entre tutor académico y tutores de empresas y, la falta de detalle de homogeneidad en la evaluación del alumno por parte de los diferentes tutores implicados en la empresa y en la universidad.

Las estancias académicas es un medio de superación que consiste en la separación de su rutina académica y que tiene como fin realizar actividades de innovación, intercambio o actualización, dentro o fuera de la universidad.

Al diagnosticar las estadías de los alumnos de Licenciados en Administración de Empresas Turísticas en el Centro de Investigación de Desarrollo de Turismo Sustentable, se tomó en cuenta los distintos factores relacionados con el impacto de los alumnos en la que se profundiza la investigación. Por ello, el diagnostico se baso en la metodología descriptiva explicativa que explica sobre la recopilación y medición de información, y que este determina nuestro resultado sobre los alumnos quienes realizan dichas estadías.

Palabras claves: Estancias académicas, separación de rutinas, Diagnostico, Evaluación.

Introducción:

El Centro de Investigación de Desarrollo de Turismo Sustentable, es una empresa dedicada a la investigación y constante monitoreo sobre el tema del turismo en Guaymas, recaba datos producidos por el turismo y que proporciona el servicio de información turística de la localidad para su aplicación y uso del conocimiento generado, en la que sirva de apoyo o ayude al sector gobierno, educativo, turístico, privado etc.; con la finalidad de tomar decisiones más acertadas y oportunas en cuanto al desarrollo de turismo se refiere.

En cuanto a las estancias se refiere podemos definir como el medio de separación de su rutina académica y que tiene como fin realizar actividades de innovación, intercambio o actualización, dentro o fuera de la universidad.

Al ser necesario saber ¿Cuál ha sido el impacto en los alumnos de Licenciados en Administración de Empresas Turísticas al realizar sus estadías profesionales en el Centro de Investigación de Desarrollo de Turismo Sustentable?

Se vio la necesidad de realizar un estudio que nos permita visualizar el crecimiento e impacto en los alumnos una vez hechas en dichas estancias. Con el fin de que el alumno tenga la capacidad de pensar, sentir, actuar y tomar decisiones propias y efectivas, elaborar estrategias así como predecir resultados, etc.

Por último, la investigación sobre dichas estadías de los practicantes nos dará un resultado del impacto real de los conocimientos obtenidos durante su estancia tanto en lo

profesional como en lo personal.

Fundamentación teórica

Las prácticas profesionales constituyen un ejercicio guiado y supervisado donde se ponen en juego los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo del estudiante. Permiten concretizar teorías aplicándolas a situaciones problemáticas reales.

Este ejercicio profesional posibilita a los estudiantes reconocer los límites de la teoría y acceder a los requerimientos de la realidad.

Las prácticas profesionales no tienen un solo sentido; establecen un diálogo continuo entre la formación recibida en la Universidad y la realidad. Se espera que la realidad en la que se insertan los estudiantes sea un espacio que nutra los procesos de aprendizaje y contribuya a una comprensión más compleja y global de las problemáticas y situaciones en las que esté involucrado de acuerdo a la línea específica.

La práctica profesional propone un vínculo bidireccional en el que teoría y práctica se asimilan mutuamente, concretándose, dando lugar a un nuevo sentido y significado de la realidad social y profesional; abarca una experiencia multidimensional centrada en el “conocer en la práctica”, entendida como aprendizaje en función de una interacción entre la experiencia y la competencia.

El concepto de práctica en el sentido asumido aquí “Incluye el lenguaje, los instrumentos, los documentos, las imágenes, los símbolos, los roles definidos, los criterios especificados, los procedimientos codificados, las regulaciones y los contratos que las diversas prácticas determinan para una variedad de propósitos. Pero también incluye todas las relaciones implícitas, las convenciones tácitas, las señales sutiles, las normas no escritas, las instituciones reconocibles, las percepciones específicas, las sensibilidades afinadas, las comprensiones encarnadas, los supuestos subyacentes y las nociones compartidas de la realidad...” (Wenger, 2001).

El término evaluación denota varios significados dependiendo de los agentes involucrados y de los objetivos que persigue la misma; así, a veces se le concibe como una actividad constructiva pues mediante sus resultados se pueden hacer mejoras en los programas o acciones que se han llevado a cabo, pero en ocasiones se le ve como una actividad destructiva, sobre todo cuando pesa la opinión de que la evaluación cumple una

función fiscalizadora. Stufflebeam y Shinkfield (2001) conciben a la evaluación como: “el proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva acerca del valor y mérito de las metas, la planificación, la realización y el impacto de un objeto determinado, con el fin de servir de guía para la toma de decisiones, solucionar los problemas de responsabilidad y proponer la comprensión de los problemas implicados” (STUFFLEBEAM Y SHINKFIELD, 2001: 183).

Una de las características fundamentales de las Universidades Tecnológicas es que estas nacen vinculadas con el sector empresarias a través de proyectos Vinculación-Empresa, visitas industriales y la Estadía Profesional.

Para la realización de este proyecto nos enfocaremos a la Estadía profesional, la cual se define como: “Periodo durante el cual el alumno desarrolla un programa de actividades encaminadas a la ayuda o solución de alguna problemática del sector, o bien se incorporan a un proyecto previamente establecido por la Universidad y el sector. En ambos casos, deberá mediar la celebración de un convenio” (UTTEC, 2002).

La primera experiencia profesional ejerce un efecto importantísimo en las prácticas futuras. Al momento de iniciarse profesionalmente, quienes tuvieron una mala experiencia señalan como objetivo prioritario aspectos de orden formativo, mientras que quienes tuvieron una experiencia exitosa, se focalizan en aspectos de orden intelectual (Pasmanik, 2001).

El individuo es capaz de ejecutar habilidades prácticas y tomar decisiones sin desligarse de la fundamentación teórica. Por ejemplo, no basta con saber aplicar una prueba de evaluación, sino que es necesario comprender el modelo conceptual en el que se basa, saber si hay otros estudios de validación de dicha prueba o tomar decisiones sobre si el modelo conceptual que la sustenta es coherente con las finalidades de la evaluación profesional. A nivel de investigación supone, avanzar en el conocimiento y potenciación de la investigación académica y la profesional como elementos complementarios de conocimiento, colaboración y respeto mutuo entre académicos y profesionales (De la fuente, 2003).

La investigación en curso se inserta en una línea de comprensión de la práctica entendida como el resultado de acciones, decisiones, actitudes, creencias y comportamientos individuales; elementos que se articulan entre sí para producir ‘buenas razones’ , es decir, motivaciones y mecanismos por los cuales se dan puntos de apoyo a partir de los que objetivos

y modalidades de la acción pueden ser legitimados a los ojos de los actores sociales; y que, dichas 'buenas razones' constituyen las bases para que los actores piensen lo que piensan, crean lo que creen y hagan lo que hacen (Boudon, 2003).

Tradicionalmente, la investigación ha sido concebida como algo paralelo a la función docente y, a su vez, alejado del currículo y de las programaciones docentes de las universidades. Sin embargo, se ha demostrado que la integración de la investigación en el currículo –es decir, aprender haciendo– posibilita que los alumnos puedan contar con oportunidades activas y aplicadas de aprendizaje que motivan y facilitan tanto el aprendizaje, como el interés general por la materia y la ciencia (Kinkead, 2003).

Un ejemplo lo constituye el programa The Undergraduate Research Opportunities Program (UROP) Model, un modelo de innovación que permite que los estudiantes desarrollen, junto con un profesor de la universidad o mentor que guía y apoya al investigador novato en el desarrollo de su propio proyecto de investigación, un trabajo original e inédito (Merkel, 2002).

Hasta el momento, la evaluación ha sido entendida como una calificación final del alumnado derivada de una prueba, en nuestro contexto el examen, realizada al final de la asignatura, de manera que ésta adquiere una enorme trascendencia externa y se convierte en el patrón que orienta los procesos de aprendizaje del alumnado. “El resultado suele ser la creación de una circularidad en que se enseña y se estudia para los exámenes, convirtiéndose la evaluación en la dueña de la enseñanza y el aprendizaje, en vez de ser una instrumento que impulse a aprender y enseñar mejor, ajustando el currículo a lo que puede ser trabajado con interés y provecho.” (Martínez Torregrosa, Gil y Martínez Sebastián, 2003)

La práctica profesional permite asimilar el saber instrumental indispensable para desplegar los aprendizajes teóricos y científicos que requiere y demanda una profesión. Cada disciplina exige un tiempo de maduración emocional, individual, social, ética y cultural según los campos en que se inserta o puede situarse el profesionista, es decir, un habitus que lo moldea. El aprendizaje de una profesión conlleva vivencias condicionadas por un lenguaje específico, por los modos de control, producción y medición de los saberes. Por eso en la práctica profesional no existen caminos únicos. Las comunidades científicas y profesionales están en continuo movimiento y, por tanto, permanentemente están obligadas a definir su papel y su ubicación en el marco social y cultural, así como sus políticas de formación profesional.

(UNACO 2004).

Metodología

Entendemos que la metodología que se requirió para dicho trabajo de investigación es de tipo cualitativo, dado que consideramos fundamental tener en cuenta la evaluación del desarrollo natural de los sucesos en este caso los practicantes. La investigación cualitativa coloca en primer lugar al proceso y no a los resultados, observa la realidad mediada por su contexto, y toma en consideración los casos particulares en su desenvolvimiento. El acceso al objeto de estudio a través de técnicas de corte cualitativo nos permitirá la búsqueda de significados que residen en las prácticas. Consideramos que es un tipo de estudio descriptivo explicativo, que pretende dar un panorama a cerca de un fenómeno determinado, como es en nuestro caso en el impacto de los alumnos.

La técnica que nos sirvió de sustento fundamental para el análisis es la entrevista, ya que nos permitirá realizar análisis de los alumnos y de igual forma conocerlos, conocer sus percepciones e iniciativa.

Las entrevistas son de forma semiestructurada o abiertas en las cuales se da lugar a la anécdota y experiencia particular de los entrevistados a su vez, las entrevistas en profundidad permiten dar cuenta del sentido que los alumnos le asignan a las diferentes problemáticas a partir de propuestas de temas y cuestiones bastantes generales. Esta perspectiva metodológica nos permitirá comprender las dinámicas de interacción de esta experiencia.

En este diagnostico se basa en tres fases, la primera es recopilación de información exploratoria, Entrevistas y Experiencias o anécdotas.

En la primera fase se trabajo con el rastreo de fuentes primarias y secundarias. Aquí fue de vital importancia toda la información brindada por el CIDETS, tanto en lo referente a su organismo en particular, como a las características y antecedentes de la actividad. También se recolecto mucha información a través de Internet, de donde se pudieron bajar varios artículos, conferencias y seminarios a cerca de las estadías profesionales.

A su vez, tomamos en consideración un informante clave para nuestra investigación, el Maestro Ernesto Ponce Hernández, líder de la academia de turismo y líder de Tour operadora Itson. En su doble rol de miembro dirigente nos ha asesorado ampliamente en la realización de la investigación.

Posteriormente, se realizó una segunda fase de relevamiento de información, donde se trabajó con entrevistas semiestructuradas, en las que se plantearon temas y subtemas con preguntas amplias que permiten que el entrevistado pueda desarrollar una conexión entre ellos. Otra de las herramientas que utilizamos en esta fase fue la historia de vida, que deja lugar a la anécdota y experiencia personal.

En la última fase, se utilizó la observación participante que nos permitió la aproximación al ámbito y proporciona un acceso de primera mano a la construcción cotidiana en las estadías en el Centro de Investigación de Desarrollo de Turismo Sustentable. Es decir, en este último recorrido de la investigación técnicamente se determina las competencias en que el alumno adquirió durante el proceso de sus prácticas en las que se enriquece en su desarrollo profesional.

Resultados

El principal interés por lo que se tomó este tema, es con el fin de conocer si el alumno al realizar sus estadías en el Centro de Investigación de Desarrollo de Turístico Sustentable ha desarrollado sus competencias que le permiten observar, diagnosticar, sistematizar información contextual así como la toma de decisiones eficaces que, a la par que adquiere elementos teóricos y metodológicos para diseñar diferentes proyectos de intervención de acuerdo al contenido del CIDETS.

Por otro lado, la obtención de esta información nos permitirá dar a conocer si el CIDETS es una empresa apta para la realización de dichas prácticas para los alumnos, que de igual forma esto nos ayudara a obtener información sobre las herramientas que fueron implementados hacia los practicantes.

Los principales beneficiarios de esta investigación serían básicamente para los departamentos de responsables de Licenciados de administración de empresas turísticas, coordinadores y cuerpos académicos institucionales quienes tendrían un interés sobre la participación y desarrollo del alumno en dichas estancias.

Los resultados obtenidos servirán de base para futuras investigaciones relacionadas con evaluaciones e impacto de estancia profesional y sobre todo conocer el nivel de crecimiento y desarrollo académico. También nos servirá como base para considerar a futuro para la toma de proyecciones de atención y solución.

Conclusión

El análisis realizado en este diagnóstico sobre el impacto en las estancias profesionales realizadas por los alumnos de Licenciados en Administración de Empresas Turísticas en el Centro de Investigación de Desarrollo de Turismo Sustentable nos está suministrando un esquema de actuación que nos va a permitir continuar poniéndolo en práctica, detectando nuevos elementos de desarrollo profesional. Por tanto, al compartir las características y antecedentes así como su involucramiento con el sector público, privado e institucional el alumno será capaz de tener las decisiones correctas ante un problema que se presente.

Otros de los puntos importantes es si realmente los alumnos reúnen el perfil, la mayoría de los casos el alumno no reúne dicho perfil y esto consta desde la actitud y aptitud basándose en disciplinas o rutinas como son ejercicio físico en la que este se proyecta y aplica en investigación de área de campo, así como, la preparación mental y alimentaria. Por otro lado, el conocimiento de antes y el después al realizar las estadías en el Centro de Investigación de Desarrollo de turismo Sustentable nos orienta a proporcionar los conocimientos previos, las habilidades y destrezas necesarios para desempeñarse en el área laboral complementándolo con su formación como personal laboral así como en lo social.

Referencias bibliográficas

- Javier Damián Simón y Eusebio Montes Pauda, (2011) Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa. Volumen 4 Numero 1, Eficacia del Programa Educativo de Técnico Superior Universitario en Administración. Un Autodiagnóstico a través del Modelo CIPP, http://www.rinace.net/riee/numeros/vol4-num1/art9_hm.html, 2011.
- Jordá, J.D.; Martínez –Espinoza, R.M.; Reyes Labarta, J.A; Conesa , J.A.; Mancheño , B Grané N.; (S.f.). Evaluación de las prácticas en empresas instituciones públicas y privadas, de la facultad de ciencias de la universidad de alicante. Facultad de ciencias, Decanato. Universidad de Alicante.
- Hernández, Sampieri R., Hernández, Collado C. & Baptista, L. (2008). *Metodología de la investigación.*, México D.F.; McGraw- Hill Interamericana; cuarta edición, p. 8.
- López Barrios, J. & Luna Gahona, J. A. (S. f.). *Estudio de la competitividad de las MiPyMEs en el municipio de Tecámac para el diseño de un programa de capacitación a través de la estadía profesional*, http://octi.guanajuato.gob.mx/sinnco/formulario/MT/MT2009/MT5/SESSION2/MT52_JLOPEZ_086.pdf,2009.
- Obando Salas, M. & Oyarzún Moya, A. (2006). Universidad Austral de Chile.
- OIT Orientación y Formación Profesional. Disponible en: <http://www.ilo.org/global/Standards/subjects-covered-by-international-labour-estándards/vocational-guidance-and-training/lang--es/index.htm>, 2011.

DIAGNOSTICO DE LA PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES DEL PUERTO DE GUAYMAS, SOBRE ATRACTIVOS HISTÓRICOS UBICADOS EN LA LOCALIDAD.

Luz María Cañedo Blanco

Resumen

El presente documento es un estudio exploratorio que buscó detectar los conocimientos de los habitantes del puerto de Guaymas, Sonora, a los cuales les fue impartido el “City Tour” en el segundo Congreso Internacional de Negocios y Desarrollo Sustentable sobre la oferta turística de la ciudad, en especial de los atractivos históricos, para identificar si las personas que tomaron el recorrido tienen conocimiento de los sitios visitados y observar si estos le dan la suficiente importancia a cada uno de estos sitios.

La metodología de investigación que fue utilizada es un proceso de orden lógico que ayudó a descubrir la percepción y conocimientos históricos que tienen los habitantes de la ciudad acerca de cinco principales puntos visitados en el centro histórico de la ciudad, estos fueron: placa conmemorativa al Conde Gastón Raousset de Boulbon, monumento “El Pescador”, plaza de “Los Tres Presidentes”, monumento al General José María Yáñez Carrillo y por último el Palacio Municipal.

Como resultado de la presente investigación se pudo observar si la ciudadanía tiene o no los conocimientos suficientes acerca de la gran cantidad de patrimonio histórico y cultural que resultan de los hechos y eventos sucedidos en el pasado; así mismo, se podrá apreciar con base a eso los efectos que tienen los conocimientos de la historia de la ciudad en la imagen que proyecta el puerto.

Palabras clave: percepción, conocimiento, habitantes, atractivos históricos, diagnóstico.

Introducción

En los últimos años se ha trabajado por lograr hacer de Guaymas un destino turístico, que atraiga a un mercado capaz de apreciar y admirar la naturaleza y la historia que envuelve al puerto, y para esto se encuentran trabajando en conjunto el H. Ayuntamiento de Guaymas y demás organizaciones del sector turismo como Instituciones de Educación Superior (IES) y Centros de Investigación (CI).

Cada una de las organizaciones realiza actividades propias del giro y mercado al que se dirija, y como ejemplo de esto se encuentran los recorridos que imparte la Tour Operadora “Xplora Sonora”, el cual es parte de un proyecto de una IPES en donde se ofertan paquetes y recorridos tanto culturales como ecológicos, con fines científicos o recreativos, donde principalmente se atiende la demanda del turismo alternativo, sin dejar de lado el segmento educativo.

Como parte de la oferta de la Tour Operadora “Xplora Sonora” se encuentra un recorrido por la ciudad “City Tour”, el cual incluye un paseo que inicia por los alrededores de la ciudad, para llegar al centro histórico y comenzar la narración de la historia de los monumentos, plazas y edificios que ahí se encuentran.

Durante el segundo Congreso Internacional de Negocios y Desarrollo Sustentable

(CINYDES) llevado a cabo el día viernes 6 de mayo de 2011 en punto de las 3 de la tarde se le dio oportunidad a 3 guías de la Tour Operadora "Xplora Sonora" de impartir el ya mencionado recorrido a los participantes del Congreso.

Al llevarse a cabo la impartición del recorrido del centro histórico a un grupo de estudiantes, investigadores y maestros surgió la problemática que impulsó esta investigación, puesto que se logró apreciar cómo a pesar de que las personas son habitantes, estos se encontraban sorprendidos por las historias que se les narraban del mismo centro de su ciudad.

Esta situación conllevó a preguntarse si es que pasará lo mismo con el resto de los habitantes, y si realmente todos tendrán el mismo vago conocimiento de los puntos turísticos de la ciudad y toda la riqueza con que estos cuentan, o será que es simplemente una aversión a la historia y resulta que los habitantes si tienen mayor conocimiento sobre otros tipos de atractivos como naturales, culturales, etc.

El objetivo general que se desarrolló para fines de esta investigación es el siguiente: Diagnosticar la percepción y conocimientos con los que cuentan los habitantes del puerto de Guaymas, Sonora, sobre los atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad, y su relación con el turismo a través de la impartición del recorrido "City Tour".

Por lo tanto, esta serie de planteamientos conllevan a una pregunta general ¿Cuál es la percepción que tiene la población del puerto de Guaymas a cerca de los 5 principales puntos históricos de la localidad que son visitados durante el recorrido "City Tour"?

Fundamentación teórica

Marco Conceptual

Para fines de esta investigación se citarán dos fuentes distintas y la elaboración de un concepto propio para las palabras: percepción, conocimiento, patrimonio turístico, atractivo turístico, recurso turístico y conciencia turística, los cuales propiciarán un mayor entendimiento del tema.

La percepción según la Programación Neurolingüística (PNL), es la capacidad de recibir estímulos del medio ambiente por medio de los sentidos: la vista, el oído, el tacto, el gusto y el olfato; y de las sensaciones internas; y el cerebro es el que procesa esta información en función a nuestra forma de pensar, experiencias, intereses y preocupaciones; filtros que modifican la realidad y entorpecen y dificultan la comunicación y por otro lado se encuentra

David Hume quien llama percepción a todo acto o contenido de la mente, es decir, todo lo que podemos sentir, desear, pensar e imaginar son percepciones. Entonces para entendimiento de este trabajo se llamara percepción, a todas esas series de estímulos, sensaciones, conocimientos y experiencias que llevan a formar una idea o imagen sobre algo.

El conocimiento puede definirse como una determinación del sujeto por el objeto según J. E. Mendoza, (2006) y para Muñoz Seca y Riverola (1997) como la capacidad de resolver un determinado conjunto de problemas con una efectividad determinada, por lo tanto se considerará como el saber que tiene un sujeto sobre un objeto.

Según la OMT (1998) se denomina patrimonio al conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre; y Sergio Calderón Rivera (2009) complementa el concepto diciendo que el patrimonio se compone de espacios culturales que su atracción puede representar la primera materia potencial sobre la que se habrá que realizar una intervención por parte de los responsables del desarrollo turístico para convertirlos en recursos turísticos. Entonces, se entenderá al patrimonio como los bienes y espacios con los que se cuentan para ser utilizados para fines turísticos.

El concepto de atractivo turístico según la OMT (1998) se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio; y por otro lado se dice que los atractivos turísticos son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista” Jiménez (1991); por lo que un atractivo turístico serán esos elementos que poseen la capacidad de influir en un turista atrayéndolo hasta este.

Leno Cerro, (1993) considera que un recurso solo es tal cuando contribuye a satisfacer una necesidad humana; en el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, y según la OMT (1978), cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual será considerado como recurso turístico. Por lo tanto se considerará a los

recursos turísticos como todos aquellos elementos, bienes y/o servicios que motiven el desplazamiento de turistas a realizar alguna actividad o satisfacer alguna de sus necesidades.

Según Romero, (1988).La conciencia turística es la actitud mental que debe normar nuestros actos con los turistas, siempre tratando de ayudar, nunca burlándonos del desconocimiento de nuestro idioma y costumbres. Nunca alterando precios para darles más caro a los turistas. Tratando de recabar la información que sabemos que ellos necesitarán; y la SECTUR (2011) insiste en considerarla como un estado mental positivo, orientado a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, vecinos, compañeros de trabajo). Para fines de esta investigación la conciencia turística será considerada como el conjunto de actitudes y actividades enfocadas a cuidar y preservar la comunicación con los turistas y el entorno en el que se lleve a cabo el turismo.

Marco teórico

La percepción está matizada y restringida por las demarcaciones sociales que determinan rangos de sensaciones, sobre el margen de posibilidades físico-corporales; así, la habilidad perceptual real queda subjetivamente orientada hacia lo que socialmente está “permitido” percibir. A este respecto, Hall comenta que la percepción comprende también a los elementos perceptuales excluidos, y proporciona el siguiente ejemplo: Las personas que se han criado en diferentes culturas aprenden de niños, sin que jamás se den cuenta de ello, a excluir cierto tipo de información, al mismo tiempo que atienden cuidadosamente a información de otra clase. Una vez instituidas, esas normas de percepción parecen seguir perfectamente invariables toda la vida. (Hall, 1983)

“Los seres humanos al interactuar con un ambiente particular, formamos impresiones de los elementos físicos que observamos a diario, desde un edificio, un espacio o hasta una ciudad. Sin embargo, esta percepción que tenemos de nuestro alrededor, no sólo se forma por lo que vemos. En el medio ambiente de la ciudad, hay otros estímulos y connotaciones como olores, recuerdos, experiencias vividas, lugares simbólicos, que afectan a cada persona de acuerdo a sus predilecciones y características personales” (Paul D. Spreiregen, 1981), por lo que la percepción que tenga cada uno afectará directamente a las acciones sobre los atractivos de la ciudad.

Según la OMT (2001) “para que el turismo se desarrolle de una forma sostenible, se requiere un marco físico, normativo, fiscal y social apropiado, algo que, por supuesto, solo los gobiernos o las autoridades del sector público pueden proporcionar. A menudo ofrecen asimismo la infraestructura básica necesaria para el turismo, como carreteras, aeropuertos y comunicaciones, y crean el marco jurídico en el que opera la industria”, y partiendo de esta afirmación en donde como elemento clave se refiere a la sociedad, el desarrollo turístico del mismo sitio no podrá ser dado si la comunidad no tiene la percepción correcta de los atractivos con que se cuentan, y en consecuencia se estarían perjudicando a ellos mismos; entonces, porque los habitantes no se interesan lo suficiente en conocer los puntos de mayor valor en la ciudad.

Para comprender un poco más sobre los porqués de las acciones de los residentes nos encontramos en el estudio de la teoría del intercambio social en donde “los seres humanos actúan con otros seres humanos en el pleno reconocimiento de que sus actos serán de alguna manera recompensados” (Thibaut y Kelley, 1952); esta teoría podría ser aplicada en que la población no ve los beneficios de tener conocimiento de los atractivos con los que se cuentan, y mucho menos en cuidarlos o conservarlos si los únicos beneficiados serán el gobierno y las organizaciones que comercien directamente con ellos; así mismo la cultura general del resto de la población encaminados a no conocer, como ya se mencionó perjudica a los mismo habitantes, pues no les genera un entusiasmo por lo que se tiene.

Marco referencial

En el año 2010 se desarrollo un estudio sobre la imagen en la actividad turística sobre una ciudad en específico, centrándose en la percepción de los pobladores locales, esta ciudad es Belo Horizonte, Brasil, cuyo caso en particular es que ésta no dispone de los suficientes atractivos naturales deseados por los brasileños (sol y mar).

La investigación se realizó a un total de 430 pobladores para saber cómo estos conciben la ciudad en términos de atraktividad turística para contribuir a fomentar y orientar inversiones, los resultados arrojaron que los habitantes si entienden a la capital como un posible destino turístico, pero que la falta de lugares para eventos y la insuficiencia de difusión la están limitando.

En el mismo año 2010 se realizó otra investigación pero ahora en la ciudad Manzanillo, Colima, México, en donde se intentó valorar el posicionamiento de la ciudad como destino turístico según la percepción de los habitantes, visitantes y trabajadores del destino; también se evaluó la posición del lugar en relación con otros destinos en términos de los principales indicadores estadísticos del turismo.

Como resultado se obtuvo que su posición competitiva es baja, ya que es el penúltimo destino en cuanto a los principales indicadores turísticos, pues tiene muy poca participación en el mercado, y en cuanto a los prestadores de servicios turísticos, habitantes y turistas se observó que lo perciben como un destino de descanso, tranquilo y seguro.

Un par de años anteriores en el 2008 se llevó a cabo una investigación exploratoria que pretendía prospectar la percepción de los habitantes de la ciudad de Santiago, Chile, sobre la oferta turística de la Región del Maule.

Para el documento se realizó una revisión bibliográfica y se preparó una investigación exploratoria aplicada en dos etapas. La primera parte consistió en la organización y ejecución de siete grupos foco a residentes en Santiago que pertenecen a los grupos socioeconómicos y la segunda parte consistió en 18 entrevistas en profundidad a una muestra por conveniencia de tour operadores.

Los principales resultados del estudio exploratorio fueron que la Región del Maule es escasamente conocida por los santiaguinos, y que en opinión de tour operadores, los medios de promoción actualmente utilizados tanto por los empresarios como autoridades municipales y gubernamentales no han sido eficaces en informar a la población.

La gran mayoría de los operadores turísticos desconocen la oferta turística de la Región, y aquéllos que sí la conocen, perciben que la calidad de servicios y nivel de la infraestructura es inadecuada para su clientela. Las condiciones para que estas comercializadoras de servicios turísticos pudiesen promover la Región del Maule como destino turístico requieren mejorar sustancialmente la información y la calidad de servicio e infraestructura.

Método

Para la elaboración de esta investigación se desarrollaron tres fases, la primera

consintió en una investigación documental y de campo en donde se buscó en fuentes tanto primarias como secundarias información relevante a los lugares a visitar y explicar durante el recorrido, para mantener la información que fue brindada a los excursionistas actualizada.

La segunda fase fue la realización del recorrido en la cual fue impartido el recorrido a las personas que acudieron al 2do. CINYDES por parte de los guías turísticos de la TO “Xplora Sonora”.

Y la tercera etapa consistió en realizar entrevistas informales donde se realizaron pláticas informales con los asistentes para conocer su opinión de la forma en que fue impartido el recorrido por los guías y conocer su punto de vista sobre los lugares visitados y explicados en el transcurso de este.

| Actividades | Días | | | | |
|---------------------------|------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Investigación documental | X | X | | | |
| Investigación de campo | | | X | X | |
| Realización del recorrido | | | | | X |
| Entrevistas informales | | | | | X |

Materiales

Para cumplir con las 3 fases planteadas en la metodología se utilizaron los materiales que a continuación se explicarán, así como también los usos que se les dieron. El Sistema de Información Geográfica (SIG) sirvió para tomar imágenes de satélite y mapas utilizando Google como buscador principal que permitió ver imágenes a escala de un lugar en específico del puerto de Guaymas, Sonora, para uso de este trabajo se identificaron los lugares a visitar en el recorrido.

Así mismo, se utilizó una suite ofimática la cual consta de programas que facilitaron y permitieron el desarrollo del presente trabajo investigativo debido a sus funciones de: Procesador de texto, diseño de publicidad, hoja de cálculos, bases de datos, creador de formas y gráficos, presentaciones multimedia y administrador de tareas y correo electrónico.

El transporte fue una pieza clave pues actuó como el traslado del lugar de trabajo Tour Operadora “Xplora Sonora” a las locaciones en donde se llevó a cabo el recorrido, y también como área en el que fue impartida la información a los habitantes que contrataron el “City

Tour”.

Por último pero no menos importante se utilizó una computadora, la cual funcionó principalmente para simplificar y acelerar las operaciones que fueron necesarias como introducir, almacenar, procesar, automatizar, ordenar, clasificar, corregir, externar, etc. los datos e información que le fueron proporcionados.

Resultados y discusión

En la actualidad, Guaymas, se encuentra en un constante desarrollo para hacer del puerto un cotizado punto turístico, por lo que los Gobiernos han estado implementando nuevas estrategias administrativas y proyectos sustentables para lograrlo, y aunque las dependencias de turismo, empresas privadas y Gobierno lleven a cabo estas actividades, se ha percatado que los habitantes de la ciudad no tienen los conocimientos necesarios para lograr este objetivo, lo cual podría resultar un gran obstáculo para el desarrollo turístico de Guaymas.

Por lo tanto tras la metodología llevada a cabo, se detectó que a nivel local, la comunidad no percibe al Puerto de Guaymas y sus atractivos históricos principales con la importancia que estos tienen y merecen por el valor histórico que estos albergan, ya que los mismos habitantes no tienen los conocimientos necesarios para el cuidado que estos atractivos ameritan, ser participes en su difusión y mucho menos pueden hacer el uso correcto de ellos, puesto que no existe según las pláticas informales realizadas la información de los sitios a su alrededor.

Como resultado final tras el desarrollo de la presente investigación se tiene una interrogante de los conocimientos históricos de los demás ciudadanos, por lo que en el periodo agosto – diciembre 2011 se realizará un estudio profundo cuyo nombre será: “Percepción de los habitantes del puerto de Guaymas, Sonora, sobre atractivos históricos ubicados en la localidad”.

Conclusiones

El turismo actúa como una fuente importante para el desarrollo económico del lugar donde se fomenta, debido a que aumenta la cantidad de ingresos que son percibidos y los múltiples empleos que producen, siendo un motor para el desarrollo de las regiones.

Por lo que a nivel local se ha generando una problemática, ya que, al no conocer la población la historia detrás de sus atractivos, no se procurará el bienestar de estos, afectando

a nivel general a la ciudad en la apreciación que los demás turistas tengan de esta, e incluso los mismos habitantes.

La Tour Operadora “Xplora Sonora”, el cual es una de las organizaciones que se encarga de difundir los diferentes atractivos que tiene el puerto, mostrando a personas tanto locales como foráneos la riqueza cultural, histórica, natural, etc., que se tiene, tiene que trabajar más para lograr difundir el mensaje a la ciudadanía, para que estos sean capaces de dar la correcta bienvenida a los esfuerzos que realizan las organizaciones, y a los visitantes que se interesan por la riqueza del puerto.

Para finalizar el presente se llegó a la conclusión de que era de interés y necesidad realizar un estudio más profundo en el cual se refleje los conocimientos de una muestra más grande de los habitantes del Puerto de Guaymas, y así saber dirigir los esfuerzos de gobierno, escuelas y organizaciones privadas.

Referencias bibliográficas

- Filosofía de Hume. (S. f.). *Percepción*. Consultado el día 23 de mayo de 2011 en: <http://cibernous.com/autores/hume/teoria/conocimiento/conoc.html#1>
- Malena. La Percepción según la PNL (Programación Neurolingüística). (S. f.). Publicado el 23 de marzo de 2011 y consultado el día 31 de mayo de 2011 en: <http://psicologia.laguia2000.com/psicologia-cognitiva/la-percepcion-segun-la-pnlprogramacion-neurolinguistica>
- Spreiregen, P. D. (1981). *Urban Design: The Architecture of Towns and Cities*. McGraw-Hill Company, pag. 50-51.
- Thibaut & Kelley. (S. f.). *Teoría del Intercambio Social*. Publicado en el año 2010 y consultado el día 8 de junio de 2011 en: <http://www.slideshare.net/Oskr88/teora-del-intercambio-social>.
- Vargas Mendoza, J. E. (2006) *Teoría del conocimiento*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. Consultado el día 30 de mayo de 2011.

PROPUESTA DE UNA AGENCIA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA DE ITSON, COMO PROMOTORA DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN EN LOS CORREDORES DE TURISMO ALTERNATIVO DEL SUR DE SONORA

Yesenia Clark Mendivil, Irma Guadalupe Esparza García & Nora Edith González Navarro

Resumen

A nivel mundial, México ocupa el décimo sitio en captación de turistas internacionales y en captación de divisas. En relación con las exportaciones de servicios, el turismo representa el 30% del total de ingresos. Las cifras de viajes al extranjero se han triplicado desde 1971 (de 179 millones a 613 millones) y la Organización Mundial del Turismo pronostica un índice de crecimiento anual de 4,3% hasta el año 2020. Con base en lo anterior y dando frente a las nuevas necesidades que la sociedad se está enfrentando para generar un desarrollo regional, en el 2006 el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) definió dentro de sus líneas estratégicas de Investigación y desarrollo el "Ecoturismo y Desarrollo Sustentable", una iniciativa estratégica denominada "Corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora" por eso que para el óptimo funcionamiento de los mismos, se determinó que es necesaria la incubación de una nueva empresa de manera particular del sector turismo que se encargue de organizar, integrar y promover toda estrategia de comercialización, venta y posicionamiento de las empresas comunitarias que conforman los corredores, con el fin de apoyar el desarrollo regional. Es por ello que surge la siguiente interrogante: ¿qué documento permitirá evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de una Agencia Comercializadora Turística que comercialice los servicios de las empresas comunitarias pertenecientes a los Corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora? Por lo que el objetivo de la investigación se centra en desarrollar un documento que incluya el plan de negocios de una Agencia Comercializadora turística, con los procesos estandarizados que permita a los servicios de turismo alternativo ofrecidos por las empresas comunitarias, promocionarse y posicionarse con éxito en los mercados nacionales e internacionales e implementando actividades de animación en los destinos para retener a los visitantes.

Introducción

A nivel mundial, México ocupa el décimo lugar sitio en captación de turistas internacionales y el 10° en captación de divisas. En relación con las exportaciones de servicios, el turismo representa el 30% del total de ingresos. Las cifras de viajes al extranjero se han triplicado desde 1971 (de 179 millones a 613 millones) y la Organización Mundial del Turismo pronostica un índice de crecimiento anual de 4,3% hasta el año 2020.

Por lo que el turismo se ha convertido en un sector fundamental para la economía del país por los altos ingresos que se reciben de los miles de visitantes que viene a conocer México, a su vez esto ha generado empleos.

Considerando esa tendencia Sonora no es excepción en la llegada de turistas por la cercanía con el vecino país Americano de Arizona, además de ser una tierra privilegiada que tiene al interior una variedad de ecosistemas caracterizado por su desierto, su flora, su fauna, hermosas playas vírgenes, actividades recreativas para todas las edades, y un sin fin de atractivos naturales y culturales algunos aprovechados en mayor y menor media distribuidos a lo largo y ancho del Estado.

En especial el Sur de Sonora, contiene muchos de esos atractivos naturales y

culturales que no han sido aprovechados desde el punto de vista para un desarrollo turístico sustentable, además no solo eso, sino que la escasa oferta de un empleo bien remunerado a dado origen a que algunas comunidades se estén quedando solas, por ejemplo en Sonora en el año 2000, el promedio de migrantes anual fue de 13, 676 de los cuales 8,596 son hombres y 5,080 son mujeres, para el 2005 salieron 44, 487 personas para radicar en otra entidad, colocando a Cajeme en el lugar 64 de 153 con índice de migración datos proporcionados por INEGI.

Los principales factores de estas estadísticas como se mencionó anteriormente son la falta de trabajo y la búsqueda de una mejor calidad de vida. En especial en comunidades donde su principal actividad económica se ha visto afectada y no cuenta con los ingresos necesarios para poder subsistir, esto ha orillado a los habitantes a abandonar su lugar de origen por la situación económica que atraviesan, ocasionando con ello la desintegración de familias y la pérdida de valiosas culturas y tradiciones al convertirse en comunidades desoladas en búsqueda de una mejor vida, a pesar de que este sector cuenta con una extensa variedad de atractivos naturales y culturales dignos de ser visitados y aprovechados para el beneficio de sus habitantes.

Con base en lo anterior y dando frente a las nuevas necesidades que la sociedad se está enfrentando para generar un desarrollo regional, en el 2006 el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) definió dentro de sus líneas estratégicas de Investigación y desarrollo el “Ecoturismo y Desarrollo Sustentable”, una iniciativa estratégica denominada “Corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora”, la cual busca generar un desarrollo turístico sostenible y justo desde el punto de vista económico, socio – cultural y medioambiental con la finalidad de que la actividad de ecoturismo beneficie directa o indirectamente a las comunidades involucradas. Así mismo formar líderes capaces de diseñar, ejecutar y promover proyectos integrales de turismo sustentable para las regiones identificadas con alto potencial turístico en el sur del estado de Sonora, además generar modelos de estructura innovadores, participación conjunta, administración, tecnología y logística, organizando circuitos con actividades o productos turísticos pensados para diferentes mercados en las regiones o comunidades rurales, a la par de habilitar y capacitar a las comunidades articular a prestadores de servicios turísticos como son: empresarios de hoteles, restaurantes y transporte que darán

soporte a las actividades que operarán las comunidades rurales, que son nuevas oportunidades de negocios para la inversión en el Estado. Por último planificar nuevas áreas turísticas bajo controles metodológicos *que favorezcan la sostenibilidad del ambiente y la cultura*, por lo que la iniciativa impactará con indicadores sociales y organizacionales traducidos a incrementar el nivel de ingreso promedio de la población, la incubación de empresas comunitarias, promover la equidad de género al interior de las mismas, fomentar el cuidado del medio ambiente donde tenga influencia y alfabetizar tecnológicamente a las comunidades que realicen la actividad turística.

Dicha iniciativa está alineada al plan de desarrollo Nacional 2006-2012 El en el eje número dos de ECONOMIA COMPETITIVA Y GENERADORA DE EMPLEOS donde considera al Turismo, prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento, para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos siendo su objetivo 12 hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos.

De igual manera México Visión 2030 establece dentro de sus líneas de desarrollo incrementar el nivel de Ingreso, empleo, competitividad, desarrollo tecnológico, infraestructura para el desarrollo y específicamente en turismo considera aprovechar al máximo la vocación turística y traduciéndola en mejores empleos y mayores ingresos, indicando que durante el 2006 ingresaron a México 21.4 millones de turistas extranjeros, generando un ingreso de divisas de 9,560 millones de dólares aproximadamente, teniendo una meta para el 2030 que 46 millones de turistas internacionales visiten México cada año y que genere un ingreso anual de divisas de \$39 mil millones de dólares.

El Gobierno del Estado de Sonora dentro en el plan de desarrollo estatal 2009-2015 EJE RECTOR 4. Sonora competitivo y sustentable con su estrategia 4.6. pretende consolidar a Sonora como destino turístico y de inversiones, mediante un nuevo modelo de diversificación y articulación, dándole una importante promoción a sus productos, para lo cual creó los siguientes objetivos estratégicos: Impulsar una cultura de atención al turista, consolidar una plataforma de proveedores y comercializadores sonorenses, crear el desarrollo de rutas turísticas, promover la coordinación institucional permanente de los actores del sector turismo, diseñar estrategias de inversión, promover el desarrollo de nuevos productos de Sonora entre

otros.

Es por ello que se desarrollaron productos turísticos en algunas comunidades de la región en el sur de Sonora en el Municipio de Álamos las comunidades de la Sierrita, la Aduana, en el Municipio de Huatabampo las comunidades de Yavaros y Moroncàrit, y en el Municipio de Cajeme con las comunidades de Buenavista, Cocorit y Hornos, aprovechando los recursos naturales con los que cuentan, con el fin de generar otra fuente de ingresos y mejorar la calidad de vida para sus habitantes, evitando de esta manera la emigración de sus pobladores.

Las personas de las comunidades fueron capacitadas como guías de turistas y para realizar las actividades de Turismo Alternativo, mismos que ya están operando y reciben turistas, sin embargo no los suficientes para que su actividad sea rentable

Es por ello que surge la siguiente interrogante: ¿qué documento permitirá evaluar la viabilidad de mercado, administrativa, técnica y financiera de una Agencia Comercializadora Turística que comercialice los servicios de las empresas comunitarias pertenecientes a los Corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora?

Los términos “emprendedor” y “microempresario” han resonado mucho en los últimos años, y se han puesto de moda, tal vez esto se deba al apoyo que ha manifestado el gobierno federal a través de la Secretaría de Economía, o por la compacta infraestructura que se está pronunciando a través de algunas universidades privadas y públicas para incubar ideas de negocios.

Las incubadoras de negocio son sedes de apoyo a personas o emprendedores con una idea de negocio; éstas, abren sus puertas a cualquier tipo de persona, donde esa idea puede convertirse en una empresa u organización mediante servicios integrales y acompañamiento empresarial que provee la misma incubadora; su finalidad es el desarrollo de un plan de negocios para evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de esa nueva idea a desarrollar.

Es por eso que para el óptimo funcionamiento de los corredores de turismo Alternativo en el Sur de Sonora, se determinó que es necesaria la incubación de una nueva empresa de manera particular del sector turismo que se encargue de organizar, integrar y promover toda estrategia de comercialización, venta y posicionamiento de las empresas comunitarias que

conforman los corredores, con el fin de apoyar el desarrollo regional. Los beneficios esperados se centran en económicos, culturales, sociales y ambientales. Se sustenta lo anterior ya que como un elemento básico y primordial la Agencia Comercializadora Turística proveerá de viajes a las comunidades y con ello se garantizará el flujo constantes de visitantes a las zonas y no de manera aleatoria con ello se garantizan los empleos bien remunerados y así se evita la migración en busca de oportunidades.

La institución y la población de las comunidades con las que se está trabajando, serán los principales beneficiados con esta investigación. Los primeros debido a que continuarán con el desarrollo de los proyectos, ayudando en la sustentabilidad de estas comunidades, así como proveer a los alumnos de la institución un escenario de prácticas donde puedan aplicar los conocimientos, generando con ello experiencia al momento de egresar y la generación de competencias profesionales.

Por otra parte los habitantes de las comunidades debido a que tendrán otra fuente de trabajo diferente a las actividades que usualmente están acostumbrados obteniendo mejores ingresos, desarrollándose en el área de turismo aprovechando las riquezas con las que cuentan en sus comunidades, logrando con ellos evitar la migración a otras regiones.

Como las comunidades están preparadas para recibir a los turistas es importante que se defina cual es el proceso estandarizado que les permitirá que los servicios de turismo alternativo ofrecidos por las empresas comunitarias, se promocionen de manera que logren posicionarse con éxito en los mercados y estos proyectos logren su objetivo.

Otros beneficiados serán los hoteles, restaurantes y empresas de transporte, debido a que se utilizarán como servicios complementarios, y al tener mayor afluencia de turistas a la zona ellos incrementarán sus ventas.

Es por eso que el objetivo de ésta investigación es desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la viabilidad de mercado, administrativa, técnica y financiera para la puesta en marcha de una Agencia Comercializadora Turística y vender los servicios de turismo alternativo ofrecidos por las empresas comunitarias que integran los corredores de Turismo Alternativo del Sur de Sonora y promueva actividades de animación

Fundamentación teórica

Para darle sustento a la investigación se definirán algunos conceptos que se utilizarán a lo

largo de la investigación.

Según Macintosh (2008) el turismo es la combinación de ciertos factores como los son la interacción de turistas, los proveedores de negocios, el gobierno y las comunidades anfitrionas dan como resultado el turismo. Dentro de estas relaciones se incluyen aspectos como transporte, alojamiento, establecimientos de alimentos y bebidas, entre otros para poder funcionar.

Por otro lado, Boullón (1990) define al turismo de una manera más sencilla y objetiva. Se refiere al hecho de que una persona se traslade de su lugar de origen hacia otro destino y permanezca en este por lo menos 24 horas. Este viaje puede ser por distintas razones, ya sea por estudio, placer, descanso, recreación, etc.

Concepto del turista y/o visitante

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1990), considera las siguientes definiciones de turista y/o visitante

Visitante: es una persona que visita por no más de un año un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia y cuyo motivo principal para la visita es distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita.

A su vez, el concepto de visitante se divide en las siguientes categorías: turista y excursionista.

Turista: visitante como se define anteriormente, que permanece al menos 24 horas, pero no más de un año en el país que visita y cuyos motivos de viaje pueden clasificarse del modo siguiente:

- a) Placer, distracción, vacaciones, deporte;
- b) Negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión.

Excursionista: visitante, como se define anteriormente, que permanece menos de 24 horas en el país que visita (incluidos los pasajeros en cruceros)".

Paquete turístico

Según Raya (2007) un paquete turístico es un Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (Alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Turismo Alternativo

Ponce (2008) menciona que para que un desarrollo turístico tenga éxito a nivel mundial, y para que sea competitivo; es necesario contar con las alternativas suficientes. Como puede ser el caso de ofrecer actividades que vallan más allá de la de “sol y playa”. Es decir, poner al alcance de los visitantes oportunidades de realizar nuevas actividades que posiblemente nunca las hayan hecho, brindándoles toda la seguridad y nuevas experiencias.

Con esto, se está haciendo mención al *turismo alternativo*. El cual queda claro que se puede realizar en todos aquellos espacios, en donde la naturaleza sea uno de los motivos del viaje, así como también, donde las áreas rurales y la valorización de los tipos de estilos de vida pueden ser un atractivo más para los visitantes. Así mismo, el *turismo alternativo*, hace referencia a todas aquellas opciones que se pueden ofertar para que el interesado pueda realizar todo tipo de aventura (Sectur, 2000).

Cada vez hay un mayor número de interesados a viajar a los lugares en donde estén comprometidos con el medio ambiente, en busca de experiencias únicas, acorde a su nueva forma de percibirse ante la dinámica social y de la naturaleza, surgiendo así una nueva tendencia turística llamada Turismo alternativo y entenderemos por éste a “*los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales*”. (Sectur, 2000).

Tomando en cuenta la amplia gama de actividades que pueden desarrollarse dentro de este marco, el turismo alternativo se ha dividido, dependiendo de la finalidad que tiene el turismo al estar en contacto con la naturaleza, en los siguientes tres segmentos: Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Rural.

Ecoturismo

Para la Secretaria de Turismo (SECTUR 2000) el **Ecoturismo** se refiere a aquellos viajes que tienen como fin: realizar actividades recreativas de apreciación y contacto directo con la naturaleza. Y para fines de este estudio, me enfocare a la siguiente concepción: *Aquellos viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación. Tienden a realizarse en áreas poco perturbadas por el hombre y suelen incluir prácticas de entendimiento y*

sensibilización cultural.

Dentro de las actividades turísticas del Ecoturismo según la SECTUR (2006) tenemos las siguientes:

- *Observación de la Flora*
- *Observación de la Fauna*
- *Observación del ecosistema*
- *Observación Geológica*
- *Observación de fenómenos naturales*
- *Observación de fósiles*
- *Observación sideral*
- *Senderismo interpretativo*
- *Safari fotográfico*
- *Proyectos de investigación biológica*
- *Talleres de educación ambiental*
- *Rescate de flora y fauna*

Turismo de Aventura

La Secretaría de Turismo (2006) define al Turismo de Aventura como:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

Actividades de tierra:

- *Cañonismo*
- *Escalada en Roca*
- *Espeleismo*
- *Caminata*
- *Rappel*
- *Cabalgata*
- *Ciclismos de montaña*

- Alpinismo

Actividades de aire:

- Vuelo en globo
- Vuelo con ala delta
- Vuelo con parapente
- Paracaidismo
- Vuelo en Ultraligero.

Actividades de agua:

- Buceo Autónomo
- Buceo Libre
- Espeleobuceo
- Descenso en ríos:
- Kayaquismo
- Pesca Recreativa

Turismo rural

Según la SECTUR (2006) ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

Dentro del turismo rural, tenemos las siguientes actividades:

- Agroturismo
- Preparación y uso de medicina tradicional
- Talleres Gastronómicos
- Fotografía rura
- Eco-Arqueología
- Etnoturismo
- Talleres Artesanales
- Vivencias Místicas

- Aprendizaje de dialectos

Clasificación de las Agencias según el tipo de empresa Comercial

A continuación se describirá las principales características de las agencias de viajes, a partir de su clasificación.

Agencias Mayoristas

Raya (2007) menciona que son empresas mercantiles que proyectan elaboran y organizan toda clase de servicios o paquetes turísticos para ofrecerlos a las agencias de viajes minoristas y que no pueden ofrecer sus productos directamente al consumidor final o usuario. Contratan servicios en grandes cantidades y, por lo tanto a precios más económicos, y los revenden plaza a plaza a través de las agencias minoristas.

En la práctica se confunden los términos tour-operador (término que describiremos a continuación) y agencias de viajes mayoristas, cuyas características son muy similares.

Las agencias mayoristas deben desembolsar un capital de una finanza individual y una póliza de responsabilidad civil para cada uno de los tres bloques siguientes: responsabilidad civil de explotación del negocio; responsabilidad civil indirecta o subsidiaria, y responsabilidad por daños patrimoniales primarios.

Tour-operadores

Raya (2007) menciona que son empresas mercantiles que organizan paquetes turísticos en grandes cantidades y a precios reducidos; pueden prestar ellos mismos todos los servicios o parte de ellos. Hacen reservas masivas de plazas de transporte y hotelería.

A los efectos de capitales y finanzas que se deben desembolsar rigen los mismos criterios que para las agencias mayoristas.

La comercialización de los servicios de los Tour-operadores puede llevarse a cabo por tres canales distintos:

- Organizan viajes y los venden a través de canales propios exclusivamente.
- Organizan viajes y los venden por doble vía: sus propios canales de venta minoristas y a través de las agencias minoristas en aquellos lugares en los que no poseen sucursales.
- Organizan viajes, dejando las ventas minoristas o detallistas, con lo cual llegan incluso a suprimir sus propias oficinas al público y realizan los trámites a través de Internet.

Agencias Minoristas

Raya (2007) menciona que son empresas mercantiles que o bien comercializan el producto de las agencias de viajes mayoristas, proporcionándolo directamente al consumidor, o bien proyectan, elaboran, organizan y suministran toda clase de servicios tanto sueltos como combinados directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias. Son empresas pequeñas cuya función principal es la medición de servicios turísticos sueltos o de paquetes elaborados por las agencias mayoristas.

Las agencias minoristas deben desembolsar un capital mínimo y depositar una fianza individual de proporcionalmente la mitad de los desembolsado por una agencia mayorista y suscribir una póliza de seguro de iguales características a las agencias mayoristas.

Agencias mayoristas-minoristas

El mismo autor anterior menciona que son empresas mercantiles que simultanean las actividades de los minoristas y las mayoristas. Pueden actuar como asesoras, mediadoras y productoras de un paquete turístico que pueden vender directamente al consumidor final, o bien distribuirlos entre otras agencias de viajes aunque no pertenezcan a su propia red.

Es muy frecuente que estas nazcan como minoristas, extiendan su número de sucursales y creen productos propios que distribuyan inicialmente sólo por su propia red.

Servicios Turísticos

Según Fernández (1995) menciona que es la actividad realizada por una persona física o moral, publica, privada o comunitaria, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por la corriente turística; o bien a la *oferta alternativa* de un centro turístico.

Por otro lado (Ponce 2008) menciona que en la actualidad, se viene ofreciendo un sin fin de servicios dirigidos al turismo (empresas comunitarias, vendedores ambulantes, etc.); donde muchos de estos, no cuentan con una constitución clara, por lo tanto su regulación es casi imposible. Pero hay que tener claro que por el simple hecho de que se ofrezca al visitante, ya estamos hablando de un servicio turístico.

Animación

Según (Monteagudo 2010) menciona que la Animación turística es una especialidad joven dentro de la hotelería, lleva dentro de si la gran responsabilidad de desarrollar

habilidades que transforman valores y aptitudes hacia los que la ejercen y la disfrutan, su objetivo fundamental está basado en lograr un disfrute y esparcimiento placentero hacia clientes y personas que necesitan ocupar su tiempo de ocio, por lo que , aquellos encargados de realizar esta actividad deben poseer cualidades que además de entretener logren del cliente nuevas formas de socialización.

Producto turístico

Un producto turístico se define como una serie de prestaciones, ya sean materiales o inmateriales que se ponen a disposición del consumidor con el fin de satisfacer sus necesidades, deseos y expectativas (Acerenza, 1990).

Acerenza y Cárdenas (1986) coinciden en el concepto de producto turístico; sin embargo, el segundo agrega tres elementos:

1. Atractivos:

Se refiere a los atractivos naturales; como montañas, planicies, cavernas, parques nacionales, entre otros, artificiales; tales como museos, ruinas, ferias, artesanías, etc., y finalmente humanos, el cual se centra específicamente en la hospitalidad, como el buen trato, precios moderados, limpieza y buena presentación.

2. Facilidades:

En éste elemento se incluye el alojamiento en cualquiera de sus formas; a la industria de alimentos y bebidas, al entretenimiento y diversión, a las agencias de viajes, a las arrendadoras de carros y especialmente a la capacitación del personal para atender al turista adecuadamente.

3. Accesibilidad:

El último elemento es el acceso al producto turístico, el cual puede ser marítimo, terrestre y aéreo.

Es importante que un producto turístico cuente con los tres elementos antes mencionados; de lo contrario es como si no existiera, ya que no constituye un producto para la venta (Cárdenas, 1986).

Un producto turístico diseñado correctamente es un medio excelente para atraer el turismo y sobresalir en relación a la competencia; por tanto, es de suma importancia poner considerable atención al momento de plantearlo.

Plan de Negocios

Greg Balanko-Dickson (2008) lo define como un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplea cuando se solicita créditos empresariales.

Por lo tanto el plan de negocios contiene objetivos estratégicos como tácticos, y puede ser informal o formal.

Análisis de Mercado

Greg Balanko-Dickson (2008) menciona que el análisis del mercado, la estrategia de marketing y el plan financiero son tres de las partes más importantes en un plan de negocios. El análisis del mercado proporcionará el conocimiento de la estructura y tamaño del mercado así como la información concerniente al ambiente que influye en él. Debe responder a estas preguntas:

¿Qué quieren comprar los clientes? ¿Cómo quieren comprarlo? ¿Cuándo quieren comprarlo?

¿Cuáles son sus preferencias, comportamiento de compra y percepciones?

¿En dónde está localizado el mercado?

¿Cuál es el tamaño del mercado o el número total de los compradores potenciales de sus servicios o productos?

¿Cuáles son los factores externos que influyen en la actividad del negocio de este mercado? Su análisis debe incluir factores sociales, económicos y ambientales tales como el ambiente legal, gubernamental y competitivo que controla el mercado.

¿Cuáles son las percepciones que moldean la actividad del negocio en este mercado? ¿Cuál es el nivel de sensibilidad del mercado ante los cambios de grandes patrones que reducen la plantilla, cuando está dominado por una industria que sufre un empeoramiento, un incremento del desempleo o cambios demográficos?

¿Cuál es el ingreso promedio en el área de su mercado? ¿Está el precio de sus productos y

servicios alineado con el ingreso, estilo de vida y demografía de su segmento de mercado?

¿Cuál es el principal nicho (s) de mercado que planea atender con su empresa? ¿Cuáles son las tendencias actuales que influyen sobre este nicho?

¿Alguna de las tendencias identificadas en el análisis de la industria tiene efecto en su mercado local? Si así es, ¿cómo enfoca estos asuntos en su plan de negocios?

¿Cómo se compara el mercado local con la industria como un todo?

¿Qué tendencias pueden alterar el mercado durante el periodo cubierto por el plan de negocios?

¿Cuál es la tasa de crecimiento anticipada de las ventas e las utilidades de su mercado?

¿Qué sabe acerca de sus clientes y el mercado?

¿Qué productos y servicios competidores para participar en este mercado? ¿Cómo se toman en consideración servicio, precio, posicionamiento, calidad o productos exclusivos en la decisión de los compradores?

¿En dónde existe una oportunidad para innovar y competir en un nuevo nivel?

Análisis de la competencia

Una vez que usted ha descrito a sus rivales directos, indirectos, sustitutos o potenciales y los ha identificado por nombre, es tiempo de realizar un concienzudo análisis de la competencia.

Reúna la siguiente información acerca de sus competidores:

FORTALEZAS: ¿Qué es lo que ellos dicen que es su principal ventaja competitiva (en su publicidad, páginas en la red, etc.)? Identifique su mercado, participación, volumen y rentabilidad. ¿Son ellos más grandes o más pequeños que usted?

DEBILIDADES: ¿En dónde son débiles? ¿Qué podrían mejorar? ¿Qué está faltando?

COMO COMPITEN: Describa sus características, estrategias y métodos de operación. Por ejemplo:

¿En qué aspectos es diferente su modelo de negocios?

¿Cómo están posicionados respecto del precio?

Estudio técnico

Hernández (2007) menciona que con la información derivada por el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en torno al proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado.

Para ello sus áreas de análisis se concentrarán en seis campos:

1. localización (macro y micro).
2. Programa arquitectónico.
3. Dimensionamiento.
4. Diseño.
5. Costeo de obras.
6. Calendarización de inversiones en activos fijos.

Metodología

La metodología implementada en la investigación se basó en una metodología Híbrida de los Autores Kaufmann, Greg Balanko-Dickson (2008) y Hernández (2008).

Objeto de estudio

Los productos turísticos que ofertan las empresas comunitarias que integran los corredores de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora como la Aduana, La Sierrita, Buenavista, Cócorit y Yavaros que requieren de una cadena de comercialización para vender sus productos mismos que dieron los insumos para la realización y sustentación de esta investigación.

Materiales

Para el levantamiento de datos se implementó un formato de elaboración propia donde se estandarizó el proceso de presentación de los productos turísticos que ofertan las empresas comunitarias (Ver anexo 1).

Procedimiento

El procedimiento que se siguió para el desarrollo del plan de negocios se muestra a continuación:

1.-Planeación estratégica de la empresa: Se realizó la planeación donde se detectaron las necesidades o problemáticas a atender, para ello fue necesario generar indicadores que permitan evaluar la viabilidad y pertinencia del trabajo emprendido, en ese sentido la ACTUR a identificado dentro de su proceso de planeación algunas brechas que atender para general niveles de bienestar, autosuficiencia y calidad de vida, en basadas en el proceso de planeación del autor Kaufman (2000).

2.- Análisis estructural del sector de la industria turística: describe las tendencias, perspectivas de demanda, barreras al acceso y crecimiento, efecto de la innovación y de la tecnología, efecto de la economía, papel del gobierno y salud financiera de la industria, Indicadores del sector turismo, Estadísticas de Turistas Extranjeros y nacionales a Sonora (Procedencia turismo extranjero y nacional, Propósitos del viaje a Sonora del turismo extranjero y nacional Turistas Extranjeros y nacionales, Derrama económica en el Estado de Sonora, Gasto promedio en el Estado de Sonora en el año 2008, Productos y Servicios del Sector Turismo para Sonora, Actividades Ecoturísticas en el Estado De Sonora, Aeropuertos e Infraestructura.

3.- Análisis del mercado: identifica las tendencias que prevalecen en el mercado, tamaño de éste, análisis de la competencia, participación de mercado proyectada y cómo tomará las decisiones respecto a los productos y servicios que ofrecerá.

4.- Productos y Servicios: define los insumos, mezcla de ventas, costos y ganancias, ampliación de servicios, posicionamiento de producto y ciclo de vida del producto/servicio.

5-Descripción de negocio: describe la empresa, lo cual incluye su marca, identidad, visión, misión, ética, metas y estructura legal.

6.- Estudio técnico: incluye la Macro y micro localización, distribución de la planta (Actual y propuesto), con sus especificaciones, diagrama de procedimiento, procesos claves de la ACTUR, descripción de los activos fijos a adquirir, cédula de depreciación, materias primas o Insumos necesario.

7. Estudio Administrativo: Análisis FODA, Definición de Objetivos y metas, Cadena de Valor, Organigrama y definición de funciones de la cadena de Valor, Identificación de las normas en materia fiscal, laboral y ecológica.

8. Estudio Financiero: Determinación de la Inversión Inicial, Premisas de Planeación y Evaluación económica y financiera.

Resultados

Estudio de Mercado

Descripción de Productos

El principal producto ofrecido por la ACTUR es la prestación del servicio de contacto, organización y logística de los recorridos en los destinos del corredor de turismo alternativo, de tal manera que sirva de vínculo entre los turistas y las empresas comunitarias prestadoras de servicios.

En la siguiente tabla se muestran los tipos de productos ofrecidas por las empresas comunitarias y que ACTUR comercializa.

| Nombre del Producto | Comunidad que lo oferta | Clasificación | Precio |
|----------------------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|
| Aventura Vertical | La Aduana, Sonora | Aventura | \$380 |
| Caleidoscopio Marino | Yavaros, Sonora | Aventura-Naturaleza | \$400 |
| Pescando Una Experiencia | Buenavista, Sonora | Aventura-Naturaleza-Cultural | \$280 |
| Travesía Cultural | Cocorit, Sonora | Cultural | \$170 |
| Rancho escénico | La Sierrita, Álamos Sonora | Naturaleza-Cultural | \$400 |

Ver Apéndice 1 para más información de los productos, Precios Sujetos a cambios.

Recorridos de naturaleza: Contempla Circuitos y visitas a zonas de sierra y mar donde el turista entra en contacto directo con la naturaleza y donde existe apreciación de flora y fauna nativa y en algunos casos endémica.

Recorridos de aventura: Se incluyen paseos a sitios de naturaleza o creados por el hombre en donde se pueden realizar actividades que requieren cierto nivel de esfuerzo físico, además

de guías especializados en la prestación del servicio, como rappel, kayak, paseo en lancha, carretas y cabalgatas.

Recorridos Culturales: Contempla visitas a sitios que son representativos de la región, además eventos, ceremonias de las etnias del sur del estado, talleres gastronomicos.

Estimación de la Demanda: Son personas hombres y Mujeres entre los 15 y 60 años, y familias con niños de 3 a 10 años que busquen recreación y esparcimiento mediante la realización de actividades culturales, de aventura y de apreciación de la naturaleza para ser desarrolladas en el sur de Sonora, y con un poder adquisitivo. El mercado internacional se encuentra ubicado en Estados Unidos y Canadá, el nacional en estados como Chihuahua, Sinaloa, Baja California Sur, Baja California Norte, México y Sonora, en Guaymas, Cajeme y Navjoa se encuentra el mercado local.

El motivo de compra es la búsqueda de recreación y esparcimiento mediante la realización de actividades que estén en contacto con la naturaleza, aventura y cultura local.

Los clientes pertenecen a la clase alta, clase media superior, clase media inferior. Turistas hombres y Mujeres entre los 15 y 60 años, y familias con niños menores de 10 años, siendo estos estudiantes, trabajadores y jubilados, con un ingreso mínimo de \$3,500.00 mensuales.

El mercado local solicita estos servicios seis veces por año, considerando las vacaciones (semana santa, verano y épocas decembrinas, así como cuatro fines de semanas durante todo el año). En cambio el mercado nacional requiere los servicios de la ACTUR tres veces al año por las temporadas vacacionales (semana santa, verano y época decembrina), y el mercado internacional viaja normalmente de febrero a marzo por la temporada de caza y de octubre a noviembre por la época de migración de aves a destinos más cálidos.

Se identificarán nuevos mercados a través de sinergias con otros operadores a nivel nacional e internacional que busquen destinos cálidos, con actividades de naturaleza, aventura y cultura propia local, además a través de medios de difusión como programas de televisión que es uno de los medios que más influye para decidir donde vacacionar, aunque el canal

informal de la recomendación de amigos y familiares tiene también una elevada importancia al momento de decidir.

Como la agencia aun no ha iniciado operaciones formalmente, se realizan prueba piloto grupos de alumnos y maestros de la localidad, de edades entre los 15 y 40 años, es por ello que la obtención de los cliente es de manera directa por el canal de productor, agentes y consumidor, de tal forma que el productor seria las comunidades que brindan los servicios, el agente la agencia comercializadora turística ya que se encargará de promocionar y difundir los servicios que ofrecen las comunidades y el consumidor el turista que requiera de los servicios y a futuro se pretende que sea por medio de por medio del uso de la tecnología mediante una página de Internet.

Las ganancias que obtendrá la organización serán por medio de comisiones proporcionadas por las ventas de los paquetes y servicios vendidos.

Las habilidades y capacidades que hacen única a la empresa, es que es la única organización que realiza sinergia con las comunidades para la prestación de sus servicios, y por su capacidad para trabajar en la sensibilización con las personas de la comunidad, así como diseñar nuevos productos turístico, también se tiene contemplado a futuro realizar alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, contar con experiencia en el diseño de nuevos productos y actividades en zonas vírgenes con potencial turístico generando valor a la sociedad.

Competencia y productos sustitutos o bienes relacionados

Los principales competidores directos con los que se enfrenta la agencia comercializadora en el mercado local, regional e internacional son: Las agencias de viajes en obregón como promotora turística de karmen, viajes Sahuaro Servitur de Cajeme, Sonora travel, Sonotur y tour del noroeste siendo la competencia local; En el Nacional se encuentran la operadora turística 2000, la operadora de servicios turísticos en nuevo león y tequila adventure; y por último la competencia internacional Let`s talk colorado.

La participación que tendrá la empresa será contribuir eficazmente al desarrollo de las comunidades y la intensificación de las corrientes turísticas dentro del estado, aplicar sanciones por faltas cometidas por los miembros de la organización y prestadores de servicios dejando claras la ética profesional, capacitar a los prestadores de servicio para brindar

servicios de calidad, mantener las mejores relaciones con las autoridades correspondientes y mantener una constante difusión y promoción de los servicios para alcanzar el éxito.

La ventaja competitiva con la que cuentan las otras agencias tiene que ver con la experiencia en la prestación de los servicios, así como una extensa variedad en los mismos, tiene un gran alcance territorial para la proporcionar los servicios, sus guías son bilingües, y parte del personal se encuentra acreditado por la SECTUR como guías.

Se puede mencionar que un obstáculo que tendrán el resto de las agencias es que las empresas del corredor de turismo alternativo tendrán una alianza con la agencia comercializadora turística, de tal manera que no podrán ofrecer los servicios a otras agencias directamente si no que tendrán que ser mediante la ACTUR.

Si se habla del poder de negociación entre el cliente y la empresa se puede decir que en este caso la empresa es la que tiene el poder debido a que conoce el margen que tiene para negociar, de acuerdo con los servicios requerido por el cliente, es decir, cuales son las exigencias, descuentos, número del grupo, tiempo y los requerimientos de los clientes, de tal forma que la empresa realice un análisis de los costos y beneficios que obtendrá para ofrecer el servicio, de acuerdo a lo requerido y obtener las utilidades adecuadas.

Distribución

El radio de influencia que tendrá la Agencia Comercializadora Turística comprende todo el Sur de Sonora ofreciendo servicios de calidad a los visitantes, con miras en el 2013 a ofertar los servicios en el estado de sonora.

Precios y políticas para determinarlos

El precio estará determinado principalmente por dos variables:

- a) Costos del servicio: Estos se determinarán principalmente al considerar los gastos de transportación y personal requerido en cada uno de los servicios prestados.

Variables para la determinación del Costo del Servicio

| |
|--------------------------|
| Combustible |
| Lubricante |
| Desgaste de Vehículo |
| Sueldo del Guía |
| Seguro de gastos médicos |

mayores

b) Margen de utilidad: En el caso del margen de utilidad este estará determinado considerando las categorías de los recorridos según la distancia.

| | |
|--------------------|-----------------|
| Recorrido tipo "A" | De 0 a 40 Km. |
| Recorrido tipo "B" | De 41 a 80 Km. |
| Recorrido tipo "C" | De 81 a 120 Km. |

De esta forma una vez determinado el tipo de recorrido que se ofrecerá al turista y el número de personas incluidas para el paseo se determinará un sobreprecio del 15% sobre el precio ofrecido por el proveedor del servicio (empresas comunitarias).

Segmento de mercado al que van dirigidos los productos

Políticas de Venta que se utilizan

- Se requiere de 5 días hábiles, para reservar un destino dentro del corredor.
- Deberá depositar o en su caso pagar en efectivo el 50% al momento de hacer la reservación, el resto deberá hacerlo cuando se llegue la fecha.
- En caso de clientes que paguen con tarjetas de crédito podrán liquidar el 100% al momento de solicitar el servicio.
- En caso de cancelación solo se regresará el 25% del monto total del paquete, siempre y cuando lo haga con 3 días de anticipación al mismo, de lo contrario no podrá recuperar el monto previo hecho.

Proveedores

- Cuando se requieran los servicios turísticos de hospedaje, alimentación y transporte, se seleccionarán los que generen mejores tarifas y que cumplan con las normas que el corredor realiza para garantizar una estancia placentera a los visitantes.
- En caso de que alguno de los proveedores, incurra en incumplimiento de lo establecido en el acuerdo, no se solicitarán nuevamente sus servicios.
- El pago a proveedores de servicios turísticos se realizará en un plazo no mayor a 3 días naturales.

- Se debe de dar atención a cualquier persona o empresa que lo solicite, independientemente de su actividad.

Estudio Técnico

Macro localización

El proyecto se encuentra ubicado en México, en el Estado de Sonora.

Micro localización

La Agencia Comercializadora Turística, está ubicada en Cd. Obregón Sonora México al interior del Instituto Tecnológico de Sonora ubicado por la calle 5 de febrero 818 sur.

Distribución de la planta (Actual y propuesta), con sus especificaciones.

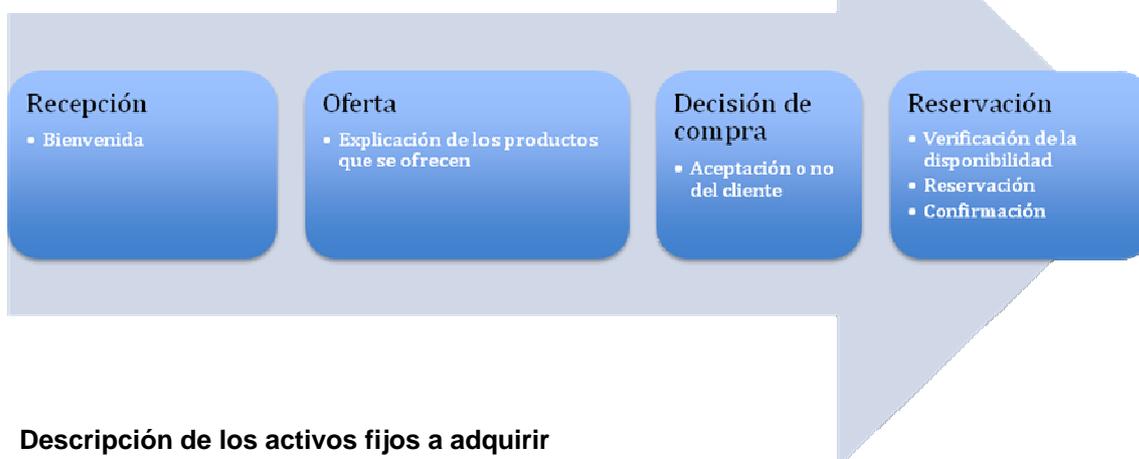
Es una empresa que aun no inicia operaciones pero contará con un espacio de 10Mts. Por 15Mts. Con tres oficinas, área de recepción y un baño.

Diagrama de procedimiento

Procesos Claves de la ACTUR

La unidad de negocio que compone el corredor de Turismo Alternativo en el Sur de Sonora, cuyo proceso se desglosa como se muestra a continuación.

Definición de procesos



Descripción de los activos fijos a adquirir

La inversión inicial se dividió en fija, diferida y capital de trabajo, considerando esta inversión para la operación de la Agencia Comercializadora turística (ACTUR),

| AGENCIA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA | | | |
|-------------------------------------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| INVERSIÓN INICIAL | | | |
| CÉDULA DE INVERSIÓN | | | |
| | CONCEPTO | Costo unitario | Costo Total |
| Cantidad | Fijos | | |
| 2 | Aire acondicionado | 6,000.00 | 12,000.00 |
| 3 | Computadoras | 8,000.00 | 24,000.00 |
| 3 | Escritorios | 2,000.00 | 6,000.00 |
| 4 | Sillas | 300 | 1200 |
| 3 | Libreros | 500 | 1,500.00 |
| 10 | Sillas de visitas | 500 | 5,000.00 |
| 1 | Línea telefónica | 1,000.00 | 1,000.00 |
| 2 | Automóviles Minivan | 350,000.00 | 700,000.00 |
| 6 | Botiquines | 200 | 1200 |
| 6 | Binoculares | 750 | 4,500.00 |
| 6 | Brújulas | 500 | 3,000.00 |
| 6 | Silbatos | 50 | 300 |
| 2 | Dispositivos GPS | 2,000.00 | 4,000.00 |
| 20 | Chalecos salvavidas | 250 | 5,000.00 |
| 4 | Equipo completos de rappel | 4,000.00 | 16,000.00 |
| 3 | Cañones | 15,000.00 | 45,000.00 |
| 3 | Mesas para Juntas | 1,500.00 | 4,500.00 |
| 20 | Sillas para juntas | 400 | 8,000.00 |
| 1 | Televisión | 15,000.00 | 15,000.00 |
| 1 | DVD | 2,000.00 | 2,000.00 |
| | Total Activos Fijos | 859,100.00 | |
| | Diferidos | | |
| | Gastos legales | 15,000.00 | |
| | Capital de trabajo | 200,000.00 | |
| | Inversión total | 1,074,100.00 | |

Cédula de depreciación Basados en la ley del ISR

| Activos Fijos y Diferidos | | | |
|----------------------------------|------------------|-----------|--------------------------------|
| Fijos | Vida años | en | % de depreciación anual |
| Aire acondicionado | 10 | | 10% |
| Computadoras | 10 | | 10% |

| | | |
|----------------------------|---------------------|--------------------------------|
| Escritorios | 10 | 10% |
| Sillas | 10 | 10% |
| Libreros | 10 | 10% |
| sillas de visitas | 10 | 10% |
| Línea telefónica | 5 | 20% |
| Automóviles Minivan | 5 | 20% |
| Botiquines | 1 | 100% |
| Binoculares | 5 | 20% |
| Brújulas | 5 | 20% |
| Silbatos | 1 | 100% |
| Dispositivos GPS | 5 | 20% |
| Chalecos salvavidas | 5 | 20% |
| Equipo completos de rappel | 5 | 20% |
| Cañones | 5 | 20% |
| Mesas para Juntas | 10 | 10% |
| Sillas para juntas | 10 | 10% |
| Televisión | 5 | 20% |
| DVD | 5 | 20% |
| Diferidos | Vida en años | % de depreciación anual |
| Gastos Legales | 10 | 10% |

Materias primas o Insumos Necesarios

Cabe mencionar que es una empresa de servicios por lo que solo requiere de algunos insumos para iniciar operaciones y poder habilitar la Agencia Comercializadora Turística como lo son los activos que se mencionaron en la cedula de inversión anterior y de los acuerdos de las empresas comunitarias que representará para posicionar sus productos y/o servicios.

Estudio Administrativo

Análisis FODA

| Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) | Fortalezas: F | Debilidades: D |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Recorridos competitivos diseñados. 2. Apoyo del ITSON 3. Trato personalizado al cliente. 4. Diversificación de la oferta. 5. Versatilidad en el uso de las instalaciones. 6. Precios competitivos. 7. Accesibilidad. 8. Integración de los miembros. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura deficiente. 2. Escasez de recursos económicos. 3. Actores locales en proceso de profesionalización. 4. Se carece de medios de comercialización. 5. El negocio se limita al turista aleatorio. 6. No hay controles internos. 7. Excesiva dependencia de instancias gubernamentales 8. Asesoría limitada. |
| Oportunidades: O | Estrategias FO | Estrategias DO |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de ventas en el sector de turismo alternativo. 2. Posibilidad de acceso a programas de apoyo gubernamental. 3. Seguimiento del ITSON 4. Vecinos americanos = turistas sensibilizados. 5. Mercados emergentes. 6. Los turistas buscan experiencias originales en la naturaleza y con la comunidad. 7. Área activa en el aspecto comercial. | <ul style="list-style-type: none"> • Preservar la belleza natural a través de la aplicación de ecotecnias y de la experiencia del medio rural para ofrecer productos de turismo sustentable más competitivos. • Diseñar productos turísticos diferenciados a precios justos que sean accesibles para los públicos meta. | <ul style="list-style-type: none"> • Obtener recursos económicos de los programas gubernamentales para mejorar la infraestructura y obtener capacitación. • Implementación de señalética adecuada. |
| Amenazas: A | Estrategias FA | Estrategias DA |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Degradación del entorno natural. 2. Experiencia y organización en red de la competencia. 3. Transporte público irregular. 4. Trámites engorrosos para obtención de recursos. 5. Inseguridad. 6. Condiciones climáticas extremas. 7. Entorno natural sujeto a depredación y contaminación excesiva en costa. 8. Falta de cohesión entre empresarios rurales al no tener ingreso fijo. 9. Mercado regional limitado. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la experiencia en trabajo rural de los miembros de la empresa para llevar a cabo acciones de preservación del entorno (brechas corta fuego, limpia del bosque, reforestación, etc.). 2. Incrementar la cohesión de los miembros de la empresa para facilitar el acceso a los apoyos ofrecidos por diversas instancias de gobierno (CDI, CONAFOR, CONANP, SE). 3. Diversificar las actividades ofrecidas a los visitantes en el entorno natural, para obligar a las autoridades, comunidad y visitantes a la preservación del mismo. 4. Incluir los atractivos culturales de la demarcación para diversificar la oferta y evitar que el crecimiento de la mancha urbana borre los valores culturales. 5. Desarrollar actividades especiales para cada temporada del año (época de secas, lluvia, cielos despejados, etc). | <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la participación en el mercado para obtener mayores recursos y beneficios que permitan emprender acciones de conservación del entorno natural e incrementar la vigilancia constante. • Trabajar de manera coordinada con otros prestadores de servicios para ofrecer servicios complementarios y evitar la competencia directa. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Definición de Objetivos y metas

- Promocionar y comercializar los servicios ofrecidos por las empresas comunitarias.
- Integrar y en su caso operar paquetes para acceder a nuevos mercados (nacional, internacional).
- Coordinar toda logística y servicio necesario a la operación de los paquetes diseñados (transporte, entradas a sitios específicos, reservas en hoteles, guía acompañante o intérprete, etc.).
- Promover al interior de las comunidades agremiadas el desarrollo e instrumentación de criterios economía solidaria y mercado justo.
- Promover la artesanía o producción local.

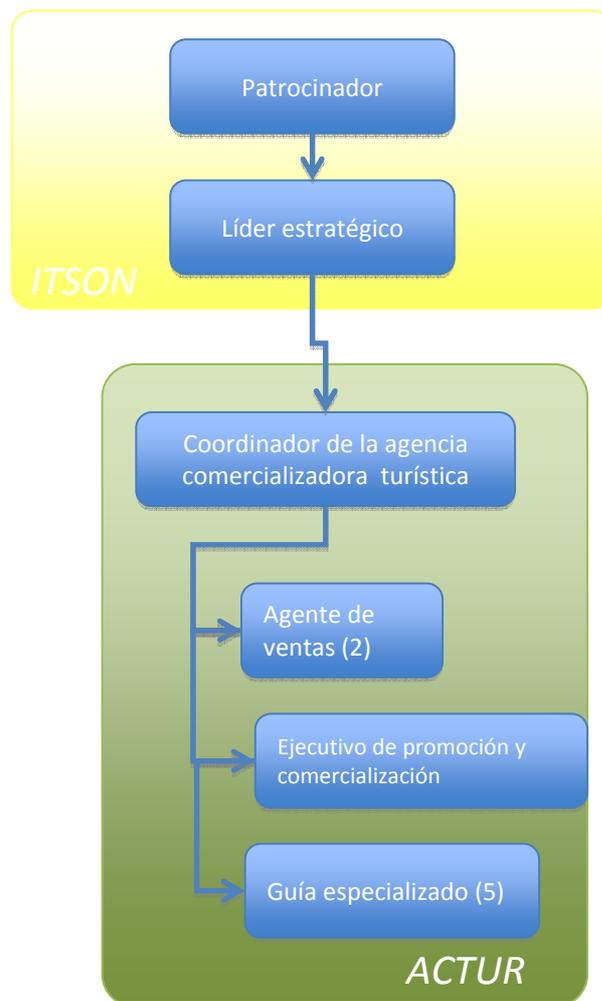
- Editar, publicar y difundir todo material relacionado al turismo, ecología y conexos.
- Organizar toda clase de eventos para recaudar recursos económicos y cumplir con sus fines de promoción y posicionamiento.
- Establecer y fortalecer alianzas con ONG's y dependencias a nivel federal, estatal y municipal que tengan presencia en la zona de influencia y operación.

Organigrama y definición de funciones

A continuación se muestra del organigrama para la Agencia Comercializadora Turística (ACTUR).

Descripción de las funciones de los puestos de la ACTUR.

Análisis Estructural



| FUNCIÓN | FUNCIONES | INDICADORES DE MEDICIÓN DE ACTIVIDADES |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| COORDINADOR DE LA AGENCIA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA | <ul style="list-style-type: none"> • Comercializar los servicios turísticos a nivel nacional e internacional, ofrecidos en el Centro de Reservas. • Gestionar planes de mejora para el centro de reservas. • Administrar los recursos otorgados para gastos de operación. • Administrar los ingresos por concepto de ventas. • Atiende de manera integral las quejas o problemáticas que tengan los clientes. • Deberá lanzar convocatorias en caso de que haya vacantes. | <ul style="list-style-type: none"> • Número de contactos establecidos. • Numero de planes de mejora en las reservas. • Número de ventas realizadas por concepto de paquetes. |
| AGENTE DE VENTAS | <ul style="list-style-type: none"> • Ofrece información a los turistas que se interesen por algún servicio. • Hace las reservas en Hoteles, restaurantes y empresas de transporte cuando se concrete una venta. • Hace los pagos correspondientes en las diferentes reservas. • Elaborar reportes mensuales del nivel de satisfacción del cliente. • Visita escuelas y empresas para ofrecer los servicios que vende la ACTUR. • Elaborar informe de visitas diarias (Procedencia, motivo de viaje, edad). • Llevar un registro con datos de los visitantes. (Solo mail) | <ul style="list-style-type: none"> • Mayor número de clientes. • Número de clientes satisfechos. • Número de visitantes • Número de reservas con empresas del sector turismo. |
| EJECUTIVO DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN | <ul style="list-style-type: none"> • Representar a los socios en ferias, exposiciones y congresos. • Diseña paquetes de venta para distintos mercados. • Elabora la planeación anual de los eventos que se organizaran para promocionar la ACTUR. • Organiza un evento mensual | <ul style="list-style-type: none"> • Número de participaciones en eventos del sector turístico. • Número de paquetes vendidos. • Números de nuevos clientes |

| | | |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | para promocionar la ACTUR. | |
| GUIA ESPECIALIZADO | <ul style="list-style-type: none"> • Traslada a los grupos de turistas autónomos o en grupo a las comunidades. • Llevar a cabo el rol de guías. • Establecer los horarios de trabajo. • Contacta a los guías en turno cuando se le requiera. • Verifica los eventos del día y de días posteriores, así como todo tipo de eventos relacionados con la operación. • Acompaña al grupo en la visita de algún destino del corredor. • Revisa antes de salir a una aventura su botiquín de primeros auxilios para constatar que se encuentre en óptimas condiciones y con la cantidad de medicamentos indicados. • Brinda la información de los detalles del recorrido. • Está al pendiente de las necesidades y seguridad del turista. • Supervisar el mantenimiento de las áreas y equipo de operación. | <ul style="list-style-type: none"> • Personal altamente capacitado y calificado para este tipo de actividades. |

Identificación de las normas en materia fiscal, laboral y ecológica

Marco Legal Laboral

En los últimos años se ha presentado una creciente aparición de legislaciones y regulaciones referentes a la disminución en la utilización de agentes contaminantes y cuidado del agua.

Según el Instituto Nacional de Ecología existen diferentes leyes y reglamentos en temas ambientales. Actualmente, la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente cuenta con disposiciones reglamentarias en las siguientes materias:

Impacto Ambiental (Nuevo reglamento publicado en el D.O.F. el 30 de mayo de 2000 abrogó al reglamento del 7 de junio de 1988).

Residuos Peligrosos (Publicado en el D.O.F., 25 de noviembre de 1988).

Contaminación Originada por la Emisión del Ruido (Publicado en el D.O.F., 6 de diciembre de 1982).

Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica (Publicada en el D.O.F., 25 de noviembre de 1988).

Prevención y Control de la Contaminación Generada por los Vehículos Automotores que Circulan por el Distrito Federal y los Municipios de su Zona Conurbada (Publicado en el D.O.F., 25 de noviembre 1998).

Para el Transporte Terrestre de Materiales y Residuos Peligrosos. (Publicado en el D.O.F., 7 de abril de 1993).

Áreas Naturales Protegidas (Nuevo reglamento publicado en el D.O.F. de 30 de noviembre de 2000). Auditoría Ambiental (Nuevo reglamento publicado en el D.O.F. de 29 de noviembre de 2000. Como puede notarse, en México se ha tenido un avance legislativo en materia ambiental, y en los últimos años se ha hecho un esfuerzo por renovar el marco jurídico ambiental, mismo que se integra con la legislación sectorial que a continuación se señala:

- Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable que abrogó a la Ley Forestal.
- Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuo
- Ley de Pesca.
- Ley General de Vida Silvestre que abrogó a la Ley Federal de Caza.
- Ley de Aguas Nacionales.
- Ley General de Bienes Nacionales.
- Ley General de Salu
- Ley Federal de Sanidad Vegeta
- Ley Federal del Mar.
- Ley Minera.
- Ley General de Asentamientos Humanos.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Nuevo Reglamento Interior de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Antes Sedue, Sedesol, Semarnap hoy Semarnat D.O.F. 21 de enero de 2003).

En este contexto, la materia ambiental presenta un desarrollo importante dentro del Sistema Jurídico Mexicano y aunque debe seguirse trabajando más en este sentido lo expuesto

anteriormente es una evidencia contundente de la importancia que reviste al tema medioambiental.

A continuación se presentan algunas normas mexicanas aplicables al desarrollo del proyecto.

NOM-022-SEMARNAT: Que establece las especificaciones para la preservación, conservación, aprovechamiento sustentable y restauración de los humedales costeros en zonas de manglar.

NOM- 059 SEMARNAT-2001: Objetivo de la cual es identificar las especies de flora y fauna silvestre en riesgo, como el establecimiento de criterios para cambio de categoría, mediante un método de evaluación de su riesgo de extinción, el cual es aplicable para personas físicas y morales.

NOM-059-ECOL-1994: que determina las especies y subespecies de flora y fauna silvestres terrestres y acuáticas en peligro de extinción, amenazadas, raras y sujetas a protección especial, y que establece especificaciones para su protección.

NOM-113-ECOL-1998: que establece las especificaciones de protección ambiental para la planeación, diseño, construcción, operación y mantenimiento de subestaciones eléctricas de potencia o de distribución que se pretendan ubicar en áreas urbanas, suburbanas, rurales, agropecuarias.

NOM-001-ECOL-1997: que establece los límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales en aguas y bienes nacionales.

NOM-002-ECOL-1998: que establece los límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales a los sistemas de alcantarillado urbano y municipal.

NOM-114-ECOL-1998: que establece las especificaciones de protección ambiental para la planeación, diseño, construcción, operación y mantenimiento de líneas de transmisión y

subtransmisión eléctrica que se pretendan ubicar en áreas urbanas, suburbanas, rurales, agropecuarias.

Los artículos que aplican según la Ley Federal del Turismo:

Artículo 1.- La presente Ley es de interés público y observancia general en toda la República, correspondiendo su aplicación e interpretación en el ámbito administrativo, al Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Turismo.

Artículo 2.- Esta Ley tiene por objeto:

- I. Programar la actividad turística;
- II. Elevar el nivel de vida económico, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística;
- III. Establecer la coordinación con las entidades federativas y los municipios, para la aplicación y cumplimiento de los objetivos de esta Ley;
- IV. Determinar los mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejoramiento, protección, promoción y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el equilibrio ecológico y social de los lugares de que se trate;
- V. Orientar y auxiliar a los turistas nacionales y extranjeros;
- VI. Optimizar la calidad de los servicios turísticos;
- VII. Fomentar la inversión en esta materia, de capitales nacionales y extranjeros;
- VIII. Propiciar los mecanismos para la participación del sector privado y social en el cumplimiento de los objetivos de esta Ley; y
- IX. Promover el turismo social, así como fortalecer el patrimonio histórico y cultural de cada región del país.
- X. Garantizar a las personas con discapacidad la igualdad de oportunidades dentro de los programas de desarrollo del sector turismo.

Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos

- Inscribirse y actualizar sus datos en el Registro Nacional de Turismo.
- Ajustar su publicidad en precios, calidad y cobertura del servicio ofrecido y pactado.
- Cumplir las normas que rigen la actividad turística.

- Ejercer su actividad profesional dentro de las pautas de una sana competencia y lealtad para con el turista y los otros prestadores de servicios turísticos.
- Cumplir con los servicios a los turistas respetando los términos ofrecidos y pactados.
- Suministrar la información y documentación que le sean requeridos por el Ministerio de Desarrollo Económico.

Estudio Financiero

La evaluación del proyecto de la Agencia Comercializadora Turística, se realizó en un horizonte de cinco años, tomando en consideración la siguiente información para la evaluación.

Determinación de la inversión inicial

La inversión inicial se dividió en fija, diferida y capital de trabajo, considerando esta inversión según las necesidades de operación para la puesta en marcha de la Agencia Comercializadora turística y considerando los servicios que ofertara al público, como se mencionó en el estudio Técnico además se sustenta lo anterior derivado de las pruebas piloto realizadas a las comunidades.

| AGENCIA COMERCIALIZADORA TURISTICA | | |
|-------------------------------------------|------------------------|---------------------|
| | Inversión total | 1,074,100.00 |

Fuentes de financiamientos

Para el financiamiento del proyecto se determinó una partida de 65 y 35 donde el 35% es aportado por el Instituto tecnológico de Sonora, y el resto a deuda donde se determinó para evaluar la viabilidad financiera una tasa de interés de 10% considerando una tasa CETES mas una tasa de riesgo al 30 de mayo de 2010, se tomó una tasa de riesgo de 6 puntos para el financiamiento y 2 puntos para la aportación de los socios.

Determinación de las premisas de planeación

Para la ACTUR se tomó en consideración la venta de 25 paquetes turísticos diarios, esto en base a la experiencia en el proyecto y la población objetivo, cada grupo de 25 personas promedio, y el costo del paquete es de 400 pesos por persona.

Para darle más claridad a los ingresos se presenta el siguiente desglose de las ventas estimadas:

- Se estima que serán en promedio mensual de flujo de visitantes como se aprecia en la

tabla de Venta de paquetes Turísticos los meses de Marzo, Abril, Mayo Junio y Julio como temporada alta (100%), los meses de Febrero, Marzo Mayo y Octubre con una ocupación de su capacidad instalada del 61%, el resto de los meses, son de temporada baja y se puede apreciar en el número de visitantes estimados.

- Los días que estarán disponibles para el público será de Jueves a Domingo, es decir 4 días de operación.
- Se estima que se tendrá una capacidad instalada de operación con la adquisición de las vans de 25 personas y como mínimo 16.

Indicadores Financieros

Los indicadores financieros que se evaluaron en el proyecto son VPN, TIR, IR, PE, PRI, los cuales se resumen en la siguiente tabla.

Valor presente neto

| Período | Flujos | Calculo a VP | Flujo Acumulado |
|-------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|
| 0 | | | |
| 2010 | \$ 733,852.00 | \$ 687,127.34 | \$ 687,127.34 |
| 2011 | \$ 646,245.44 | \$ 566,571.84 | \$ 1,253,699.18 |
| 2012 | \$ 757,956.51 | \$ 622,200.75 | \$ 1,875,899.93 |
| 2012 | \$ 880,467.58 | \$ 676,750.15 | \$ 2,552,650.08 |
| 2014 | \$1,255,558.66 | \$ 903,609.41 | \$ 3,456,259.49 |
| Suma Flujo a VP | | \$ 3,456,259.49 | |
| Inversión Inicial | | | \$1,074,100.00 |
| VPN= | \$2,382,159.49 | | |

El valor presente neto del proyecto cubriendo la inversión realizada es de \$2,382,159.49 es decir se tiene este margen de beneficio generado por el proyecto.

Valor presente neto

| Período | Flujos | Calculo a VP | Flujo Acumulado |
|-------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|
| 0 | | | |
| 2010 | \$ 733,852.00 | \$ 687,127.34 | \$ 687,127.34 |
| 2011 | \$ 646,245.44 | \$ 566,571.84 | \$ 1,253,699.18 |
| 2012 | \$ 757,956.51 | \$ 622,200.75 | \$ 1,875,899.93 |
| 2012 | \$ 880,467.58 | \$ 676,750.15 | \$ 2,552,650.08 |
| 2014 | \$1,255,558.66 | \$ 903,609.41 | \$ 3,456,259.49 |
| Suma Flujo a VP | | \$ 3,456,259.49 | |
| Inversión Inicial | | | \$1,074,100.00 |
| VPN= | \$2,382,159.49 | | |
| IR= | 3.217819093 | | |
| IR= | 1.6830072 | | |
| PRI= | | | |
| TIR= | 54% | | |

El índice de rendimiento (IR) es de \$3.21 pesos sobre cada uno de los pesos invertidos, este indicador indica que se alcanzan a cubrir los gastos de operación y por cada peso invertido se genera un rendimiento extra de 2.21 pesos.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 1.6830 años por lo que el proyecto es aceptable ya que se recupera en un año, ocho meses, 2 días y ésta dentro del periodo de evaluación.

La tasa interna de retorno (TIR) es del 54% esta tasa alcanza a cubrir el costos del financiamiento que es del 6.8%, generando un beneficio del 47.2% durante el período de evaluación.

Discusión

El escenario planeado puede variar según los aspectos externos que la organización no puede controlar, sin embargo tratará de llevarse a cabo por medio de la planeación realizada.

Por otro lado la animación puede ser una estrategia de desarrollo en el corto plazo, sabiendo aprovechar los recursos naturales y culturales propios y autóctonos de cada región, así como combinación de las actividades propias del lugar con las tendencias y necesidades que cada segmento de mercado requiera.

Conclusiones

En conclusión este proyecto es rentable financieramente tomando en consideración el escenario planteado, este puede variar al momento de la puesta en marcha. Es de suma importancia generar alianzas estratégicas que puedan apoyar a la realización de este proyecto, participando estos aliados como patrocinadores.

Otro punto importante tomado en consideración es la cadena de valor que conlleva a la formación de la ACTUR, la cual repercutirá de manera positiva en el mercado antes mencionado por su calidad, servicio y valor agregado de la empresa. Lo cual permitirá a la realización de sinergias entre la agencia comercializadora turística, instituciones gubernamentales, particulares y educativas.

Con lo anterior mencionado, se puede decir que el modelo de incubación así como el plan de negocios ayudará a estructurar y definir las estrategias que se llevarán a cabo para poder posicionar en el mercado a la agencia comercializadora, además de presenta las los

recursos necesarios, para poder alcanzar el objetivo del mismo.

Por otro lado es importante que exista una evaluación periódica de las actividades desarrolladas donde se reflejen los indicadores planeados, para que ayuden a la toma de decisiones de futuras estrategias a implementar.

Por otro lado es importante que la organización siempre se mantenga actualizada en todos sus procesos para que este al nivel de la competencia.

Asimismo la capacitación permanente preventiva y correctiva del personal que dirige a la organización para brindar un mejor servicio de calidad.

Por último esta investigación será el parte agua de muchos otros procesos que se tendrían que documentar una vez en su operación.

Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. (1991). *Administración del turismo. Conceptualización y organización*. 4ª edición Trillas, México.
- Acerenza, M. (1991). *Agencias de viajes: organización y operación*. 1ª edición, Trillas, México.
- Boullón, R. (1990). *Las actividades turísticas recreacionales: el hombre como protagonista* 3ª edición, Trillas, México.
- Cárdenas, F. (1986). *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño* 2ª edición, Trillas, México.
- Chiavenato (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Mc Graw Hill. Colombia.
- Greg Balanko-Dickson. (2008). *Como preparar un plan de Negocios Exitoso*. Primera edición McGraw-Hill México.
- Hernández Díaz Edgar Alfonso. (2008). *Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación*. 2da edición, México trillas, 1990 (reimp.).
- INEGI. (2000). *XII Censo General de Población y Vivienda 2000*. Base de datos de la muestra censal. <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?t=mdemo67&s=est&c=23638>
- Kaufman R. (2004). *Planificación Mega: Herramientas prácticas para el éxito organizacional*. España. Universidad de Jaume I.
- Koontz & Wehrich (2004). *Administración. Una perspectiva global*. 12ª edición. Mc Graw Hill. México.
- Malott M. E. (2001). *Paradoja de cambio organizacional: Estrategias Efectivas*. Trillas.
- Mercado (2001). *Administración aplicada*. Primera parte. Limusa. México.
- Morrissey (1996). *Planeación táctica*. Produciendo resultados a corto plazo. Prentice Hall. México.
- Münch y García (2002). *Fundamentos de administración*. Trillas. México.
- Porter E. Michael & Kramer R. Mark (S.f.). *The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. *Strategy & Society*. Harvard Business Review.
- Raya José M. (S.f.). *Turismo Hotelería y Restaurantes*. Tomo 2 Lexus Editores, Lima Peru.

ESTUDIO DE NECESIDADES DE APRENDIZAJE DEL INGLÉS EN LOS ESTUDIANTES DE TURISMO DURANTE EL EJERCICIO DE SUS PRÁCTICAS PROFESIONALES EN HOTELES DE GRAN TURISMO: CASO UNIDAD ACADÉMICA DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT

Antonio Saldaña Salazar, Martha Alicia González Bueno & María Enriqueta Martínez Guevara.

Resumen.

La actividad turística como parte del desarrollo económico de cualquier país representa una importante fuente de ingresos, con un efecto multiplicador en la generación de empleos que impacta en la economía de los pueblos. Es por ello que resulta de vital importancia que los futuros profesionales de turismo cuenten con las suficientes competencias profesionales para el mejor desempeño de sus actividades en el contexto laboral.

El propósito del presente estudio es evidenciar a través de la investigación documental y de campo, el tipo de necesidades de aprendizaje del inglés que los estudiantes del programa de licenciatura en turismo de la Unidad Academia de Turismo (UAT) de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) tienen, en función al contexto ocupacional donde realizan sus prácticas profesionales.

Los resultados de este estudio indican que el nivel de competencia comunicativa que los estudiantes de turismo de la UAT tienen no es suficiente para resolver sus necesidades de comunicación en inglés, durante el ejercicio de sus prácticas profesionales en hoteles de gran turismo. Por tanto, los autores recomiendan una serie de acciones enfocadas a resolver esta problemática educativa, que parece ser un problema común en la mayoría de las IES.

Palabras claves: competencia comunicativa, prácticas profesionales, necesidades de aprendizaje.

Introducción

La actividad turística como parte del desarrollo económico de cualquier país representa una importante fuente de ingresos, con un efecto multiplicador en la generación de empleos que impacta en la economía de los pueblos.

Las divisas generadas por el dinamismo de la actividad turística en México han superado en gran medida a otros rubros de la economía, obteniendo de este modo el primer lugar en América Latina como el país más visitado por los extranjeros. A pesar de una serie de eventos económicos y sociales que de alguna u otra manera han afectado la economía del mundo (e.g., recesiones económicas tanto en Europa como en EEUU, esparcimiento de enfermedades contagiosas, inseguridad, fenómenos climáticos, entre otros) en los últimos cinco años, México ha sostenido un incremento de turistas internacionales.

En este contexto, México se presenta al mundo como un país con un enorme potencial turístico de primer nivel, donde el turista puede encontrar una gran variedad de opciones para el descanso, negocios, conocimiento del medio natural, cultural, histórico, deportivo, religioso, entre otras muchas opciones más. Es, por tanto, una actividad que requiere de profesionales en turismo competentes en ofrecer el mejor servicio posible para proveer calidad y calidez a

nuestros visitantes.

El presente estudio se ubica justamente en este contexto del servicio turístico, específicamente, en el sector hotelero de gran turismo donde el turista internacional requiere comunicarse en una lengua extranjera –comúnmente en inglés, dado al carácter y estatus de uso de esta lengua a nivel mundial por el gran número de hablantes tanto de los nativos como por los no nativos, y cuya característica la define como una *lingua franca*.

Por lo tanto, conviene reconocer la importancia que tiene el inglés en el turismo, particularmente en la formación de los futuros profesionales. En este sentido, en congruencia con los estándares internacionales de formación de recursos humanos (UNESCO, 1998) y documentos rectores sobre el aprendizaje y dominio de lenguas extranjeras inscritos en el Marco Común Europeo de Aprendizaje de Lenguas Extranjeras (ver: anexo 2), el nuevo profesionista del siglo XXI está obligado a contar con competencias lingüísticas, específicamente en el dominio del inglés, que le permitan comunicarse de manera eficiente con personas de habla inglesa.

En particular, en nuestro país, la Secretaría de Educación Pública ha normado los criterios a seguir para el aprendizaje del inglés y, en consecuencia, se han inscrito en un marco regulatorio de recomendaciones realizadas a instituciones de educación superior (IES) a fin de mejorar las competencias comunicativas del inglés del estudiante egresado de cualquier programa académico universitario (SEP, 2006). Con ello, se pretende que el profesionista sea capaz de responder eficazmente a las demandas planteadas en el mercado laboral.

Derivado de lo anterior, organismos académicos evaluadores y acreditadores a nivel nacional (CIEES y COPAES, respectivamente) norman los parámetros a seguir para medir la calidad de los programas educativos (PE) de las IES mexicanas. Concretamente, en el caso de la enseñanza turística en México, el organismo acreditador reconocido por COPAES es el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística (CONAET), que se encarga de evaluar la calidad en la enseñanza turística de todos los programas de turismo en el país, tanto de instituciones educativas públicas como privadas.

Por lo anterior, en concordancia con la relevancia del uso de inglés en el ámbito turístico, no es sorprendente que uno de los criterios de evaluación de los programas de turismo sea precisamente contar con la competencia para comunicarse en inglés. Hoy en día,

ya no es tan solo la necesidad imperante de dominar una segunda lengua, sino también cumplir con los estándares internacionales y nacionales a efectos de ser reconocidos y certificados, con base a las normas educativas que invariablemente impactan no tan solo en la buena imagen y reputación de las instituciones educativas sino en la misma calidad del PE en cuestión.

Los criterios de evaluación aplicados a programas de turismo a nivel nacional son regulados por CONAET a través de un marco general de recomendaciones que indican los parámetros de calidad docente, investigación, diseño curricular, apoyo de tutorías, asesorías, titulación, prácticas profesionales, y demás aspectos relevantes en la formación de profesionales en turismo.

De ahí que, en lo concerniente al aprendizaje del inglés, CONAET ha dado a conocer la siguiente declaración sobre la pertinencia del aprendizaje del idioma inglés como parte de la educación turística y que además está señalado en el criterio 34 del auto-estudio para el proceso de evaluación: “requiere explicitarse el mecanismo de acreditación del inglés, equivalente al nivel IV, utilizando cualquiera de los instrumentos oficiales (CEF, ALTE, Cambridge, IELTS, TOEFL, TOEIC, OXFORD, por ejemplo), que permita al alumno comunicarse profesionalmente en forma verbal y escrita, fundamental para la profesión turística y gastronómica” (CONAET 2012).

Preguntas de investigación

Las preguntas a resolver en el desarrollo del presente estudio son:

1. ¿Qué competencias lingüísticas del inglés requiere el estudiante de turismo para realizar sus prácticas profesionales en hotelería?
2. ¿Es suficiente el nivel de inglés que obtienen los estudiantes de turismo al momento de la realización de las prácticas profesionales?
3. ¿Cuál es el tipo de vocabulario especializado que el estudiante de turismo de la UAT debe manejar para ser hábil y competente en el desarrollo de sus prácticas profesionales?

Metodología

La metodología empleada en este estudio es de tipo cualitativo e interpretativo, basada en la investigación documental y en los testimonios de los sujetos de estudios, los cuales estuvieron comprendidos por: a) Organismo evaluador externo sobre la calidad del programa educativo (e.g., CONAET), b) un grupo de 6 estudiantes de turismo quienes realizaron sus prácticas en la región de la Riviera Nayarit, ubicados específicamente en hoteles de gran turismo en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. En cuanto al grupo de estudiantes, se les realizaron entrevistas sobre la experiencia adquirida durante el desarrollo de sus prácticas profesionales, a fin de conocer el nivel de inglés que requerían para el mejor desempeño de sus actividades; así como el tipo de vocabulario que necesitan de acuerdo al área de la empresa donde son asignados (ver: anexo 1).

Por lo que respecta a la investigación documental, esta se llevo a cabo a través de la revisión de estudios e investigaciones referentes al uso del inglés en el contexto turístico, con la finalidad de sustentar los hallazgos obtenidos en el presente estudio.

Problemática.

En particular, en el caso de la UAT, los estudiantes de turismo cuentan con distintas formas de evaluación para el aprendizaje del inglés, cuyos contenidos, enfoque, validez y criterios de confiabilidad son evaluados por distintas entidades académicas dentro y fuera de la propia institución (e.g., Centro de Idiomas de la UAT, Coordinación de Idiomas de la UAT, Coordinación EXACRI –Examen de Acreditación de Inglés en la UAN, entre otros). Sin embargo, existe un notorio rezago en el aprendizaje del inglés, ya que los estudiantes de turismo de la UAT no cuentan con un seguimiento preciso y permanente de su avance ni por parte de la institución ni por ellos mismos (expedientes tutorías de la UAT, 2010). Por lo que, con el objeto de abatir esta problemática la coordinación de idiomas de la UAT ha optado por ofrecer cursos inter-semestrales (cf. cursos intensivos), con una duración de 40 horas, los cuales pretenden resarcir el rezago académico en el área de inglés.

Por otra parte, aun cuando existe una variedad de mecanismos para evaluar el aprendizaje de los estudiantes de la UAT, se carece de un estudio de equivalencias en el dominio del inglés con respecto a los estándares internacionales, cuyo puntaje determine el nivel de competencia comunicativa que el estudiante de la UAT ha adquirido a lo largo de su

formación profesional, lo cual desafortunadamente es común en la mayoría de escuelas públicas, inclusive es el caso de instituciones educativas publicas en países latinoamericanos (Martínez, 2009).

Otro aspecto que aun se presenta es el estatus de la unidad de aprendizaje de inglés como curricular; lo cual ha impedido la descentralización de mecanismos de evaluación que hasta al momento siguen administrándose por la propia UAT. De ahí que los estudiantes son evaluados por profesores de idiomas de la UAT, quienes en su mayoría no aplican los criterios de evaluación basados en los estándares internacionales (por ejemplo, se percibe una seria deficiencia en la competencia comunicativa por parte de los estudiantes al final de la carrera).

Desafortunadamente, esta problemática parece ser generalizada en otros programas académicos de la UAN, inclusive en otras Instituciones de Educación Superior (IES) del país, cuyo nivel de dominio del inglés es deficiente (Lemus y otros, 2008; Zorrilla y Langford, 2006).

El panorama antes descrito refleja sin duda la situación que la mayoría de los estudiantes de la UAT enfrentan en el campo de trabajo; es particular, aquellos egresados de turismo que intentan conseguir un empleo en el sector turístico con atención directa a angloparlantes (e.g., hotelería, restaurantes, guías de turistas, entre otros).

Resultados y discusión

Como se evidencio en el apartado anterior, correspondiente a la problemática que prevalece en la UAT respecto al aprendizaje y evaluación del inglés, este presenta características multi-causales, lo cual muestra algunas de las razones por las cuales los estudiantes de turismo carecen de las competencias lingüísticas en el dominio del inglés como egresados de la carrera. Aunado a esto, a continuación se presentan los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los estudiantes de turismo en el ejercicio de sus prácticas profesionales en hotelería de gran turismo, durante el periodo Agosto-Diciembre 2010 (ver: anexo 1).

En general, el grupo de estudiantes de turismo reporto que difícilmente entablaban un dialogo con los turistas extranjeros dado que sus principales limitaciones en comunicación eran: la fluidez requerida para armar diálogos, pronunciación, escaso conocimiento de vocabulario en situaciones específicas (atención en bar, procedimiento en la preparación de alimentos y bebidas, reglas de servicio en áreas de servicio del hotel).

Por otra parte, más de la mitad de los estudiantes reportaron que durante las clases de inglés que habían tomado, en ninguno de los casos el profesor de la clase promueve el uso de habilidades orales ya sea a través de conversaciones o actividades comunicativas (por ejemplo, con el uso de material auténtico) vinculadas con la actividad turística. El tipo de aprendizaje de inglés que generalmente reciben –según comentaron, va más orientado al inglés estructural, con aprendizaje memorizado de diálogos y vocabulario aislado que no necesariamente están ligados al contexto turístico.

Por otra parte, los estudiantes reportaron que una vez que se familiarizaron con los procedimientos de operación en sus puestos de trabajo y con el apoyo de otros compañeros (e.g. personal de planta del hotel) tuvieron un ligero éxito en la comunicación con los turistas extranjeros hablantes del inglés. Esto indica, por un lado, que el nivel de entendimiento fue incrementándose a medida que los estudiantes fueron conociendo vocabulario propio del área de atención, y por otra parte, su comprensión auditiva fue mejorando debido probablemente a la alta frecuencia de expresiones técnicas que suelen concurrir en un ambiente lingüístico determinado.

En este sentido, expertos en el área de la enseñanza de *English for Specific Purposes*² (Ellis y Johnson, 1994; Dudley-Evans y Jo St John, 1998; Donna, 2000) afirman que es fundamental introducir áreas temáticas especializadas en cada disciplina (e.g., turismo, medicina, ingenierías, negocios, astronomía, arquitectura, etc.) a los programas de inglés general, dado que proporciona al futuro profesional en determinada área de estudio las habilidades y destrezas necesarias para la comunicación oral y escrita a un nivel óptimo (Ellis y Johnson, 1994; Donna, 2000; Dudley-Evans y Jo St. John, 1998).

En la revisión del estado del arte, en términos del diseño de cursos ESP, según Donna (2000), la adaptación de materiales didácticos para la enseñanza del inglés puede ser de gran utilidad al grado que estaríamos realmente atendiendo las necesidades de aprendizaje de nuestros estudiantes (ver: anexo 1). Esto significa diseñar e implementar cursos ESP; por ejemplo, un curso de inglés enfocado al turismo alternativo, que responda a las exigencias de comunicación real a las cuales el futuro profesional del turismo se enfrentará en un contexto laboral determinado. Lo anterior adquiere mayor relevancia en un mundo de constantes

² (ESP –English for Specific Purposes- por sus siglas en inglés, Inglés para fines específicos),

cambios políticos y económicos donde las empresas demandan competencias profesionales específicas que se ajusten directamente a sus necesidades.

De acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio, con la experiencia que los autores del presente estudio tienen en el diseño, investigación e impartición de cursos ESP (Saldaña, 2011; Martínez, 2011), y el sustento teórico del estado del arte que hemos revisado (Donna, 2000; Delfin, 2007; Martínez, 2009; Saldaña y González, 2009), podemos afirmar que los estudiantes de turismo en el ejercicio de sus prácticas profesionales podrían estar en mejores condiciones para responder con éxito a sus necesidades de comunicación en inglés durante su estancia en la empresa turística, siempre y cuando sean capacitados previamente en el área de servicio que atenderán por profesores certificados en ESP.

Lo anterior tiene dos vertientes: la primera está relacionada con el diseño, elaboración e implementación del curso ESP enfocado al discurso oral turístico de hotelería. La segunda está vinculada con el perfil profesional y certificación del profesorado a cargo de la capacitación. Enseguida presentamos algunas pautas a seguir en la planeación de cursos especializados en turismo, lo cual de ninguna manera limita a que el profesor encargado del curso aplique un diagnóstico de necesidades de aprendizaje al inicio del curso, con el objeto de conocer con precisión el nivel de conocimientos de los participantes, así como las necesidades específicas de comunicación que requieren de acuerdo a las metas planteadas por la empresa turística.

Según (Ellis y Johnson, 1994), algunas de las habilidades y destrezas esenciales en el aprendizaje del inglés para fines específicos (ESP), los cuales deben estar enfocados al desarrollo de funciones comunicativas, son las siguientes.

Producción oral: hacer presentaciones formales e informales, dar instrucciones, hacer presentaciones acerca de un trabajo, dar explicaciones o descripciones.

Interacción: visitar una empresa o recibir visitantes en la propia, mostrar las instalaciones, entretener o ser entretenido, participar en debates o discusiones, moderar reuniones, entrevistar, negociar, hablar por teléfono.

Comprensión oral: seguir presentaciones, conferencias o charlas, instrucciones, explicaciones, descripciones, sesiones de información.

Comprensión escrita: redactar documentos (e-mails, memorándums, cartas, reportes, faxes, contratos, documentos legales, especificaciones técnicas, reglamentos, manuales, etc.), y destrezas para leer rápido, encontrar información específica, detallada, leer entre líneas, etc.

Con relación a la segunda vertiente, la profesionalización del docente resulta de vital importancia para la formación de estudiantes de turismo, dado que evidencia las competencias lingüísticas, profesionales y pedagógicas que el docente posee para impartir su clase. Por ello, es fundamental que el maestro de inglés sea competente en la articulación creativa de los distintos tipos de saberes cuando planifica, promueve, conduce, y evalúa los procesos de aprendizaje.

Conclusiones

Con base a la investigación documental realizada en otras IES, con respecto al nivel de competencia lingüística de inglés que los estudiantes de turismo presentan al egresar de sus estudios universitarios, queda claro que la problemática identificada en este estudio no es privativa de un estado o región en nuestro país, sino que es una problemática que probablemente se enfrenta en todo México. Por lo tanto, las acciones que se deben emprender para mejorar el nivel de inglés de los egresados de programas de turismo y afines deben estar enfocadas a resolver esencialmente el dominio de la competencia comunicativa tanto en aquellas habilidades orales como escritas. Particularmente en el caso de estudiantes de turismo, se recomienda realizar evaluaciones con pruebas estandarizadas que permitan comparar y corroborar los resultados obtenidos por los estudiantes, ya que de este modo se facilita la movilidad estudiantil y se hace mayor consciencia sobre la equivalencia de los criterios de competencia lingüística de inglés.

Por otra parte, existen otros aspectos no menos importantes que los anteriores, los cuales son determinantes en el mejoramiento de la enseñanza y aprendizaje del inglés en las IES, cuyos alcances e impactos son más o menos similares en la mayoría de los programas de turismo, tales como: perfil profesional del docente de inglés, uso adecuado de material didáctico, realización de trabajo de academia, aplicación de criterios de evaluación, planeación didáctica y dosificación del programa, aplicación de los factores de consistencia, validez, y confiabilidad en la evaluación de los aprendizajes, entre otros aspectos.

Las respuestas a las preguntas de investigación:

1. ¿Qué competencias lingüísticas del inglés requiere el estudiante de turismo para realizar sus prácticas profesionales en hotelería?

Básicamente, el estudiante de turismo requiere del dominio de habilidades orales (desarrollo de la competencia comunicativa), que le permitan comunicarse eficientemente con los huéspedes en cualquier área del hotel (e.g., recepción, botones, bar, restaurante, actividades recreativas, eventos especiales, etc.)

2. ¿Es suficiente el nivel de inglés que obtienen los estudiantes de turismo al momento de la realización de las prácticas profesionales?

Definitivamente no es suficiente. Por lo que la mayoría de los estudiantes de turismo de la UAT ingresan a áreas de servicio hotelero donde no es necesaria la comunicación directa con el huésped o turista de habla inglesa (por ejemplo, cocina, lavaplatos, oficina, bus boy, entre otros puestos).

3. ¿Cuál es el tipo de vocabulario especializado que el estudiante de turismo de la UAT debe manejar para ser hábil y competente en el desarrollo de sus prácticas profesionales?

El vocabulario especializado que el estudiante de turismo debe manejar está enfocado en desarrollar y utilizar correctamente expresiones técnicas del área hotelera que funcionen como base en la interacción comunicativa con el huésped. Algunas de las cuales fueron ya mencionadas en el apartado anterior y propuestas por Ellis y Johnson (1994).

Es importante señalar que la muestra tomada para el presente estudio fue relativamente pequeña por lo que no es posible hacer generalizaciones que nos lleven a aseverar situaciones uniformes y constantes en todos los programas de turismo; no obstante, de acuerdo con la investigación documental realizada y la revisión del estado de arte, podemos afirmar que existen diversos factores que inciden en que los estudiantes de turismo presenten escaso dominio del inglés en el desarrollo de sus prácticas profesionales, siendo uno de los más notorios: la deficiente producción oral y escrita en inglés que el estudiante presenta al final de su carrera profesional. Esto quizá originado por la práctica docente comúnmente basada en

el enfoque tradicional de enseñanza del inglés (e.g., enfoque gramatical) que se sigue en la mayoría de los cursos impartidos, según revelaron los encuestados.

Es justamente a través de las técnicas de enseñanza del inglés utilizadas por los profesores en clase que podemos percatarnos del tipo de enfoque de enseñanza que estos aplican, por lo que en este caso, los profesores utilizan actividades que no privilegian la fluidez en el lenguaje meta por medio de funciones comunicativas (por ejemplo, ofrecer ayuda a los turistas, dar información turística sobre el lugar, describir el procedimiento de preparación de ciertos alimentos o bebidas, etc.). En consecuencia, los estudiantes carecen de la competencia comunicativa necesaria para realizar diálogos o interacción social con hablantes del inglés.

En resumen, el mejoramiento del nivel de competencia lingüística en inglés que los estudiantes de turismo puedan alcanzar en determinado momento no está limitado solo a su propia capacidad o motivación por aprender el idioma objetivo, sino en gran medida está supeditado al uso adecuado de recursos tecnológicos educativos y al desempeño docente del profesor a cargo del grupo. De acuerdo a Martínez (2007) “potenciar que el aprendizaje este centrado en el alumno implica un cambio en el papel del profesor y una adecuación de las metodologías docentes [...]. Por ello, es fundamental diseñar e implementar estrategias de desarrollo docente y formación continua cuyos objetivos se centren en mejorar la calidad educativa de los programas académicos a través de la profesionalización docente (Martínez, 2006; Ladrón de Guevara, 2008).

Referencias bibliográficas

- CONAET. (2012). *Marco General de Evaluación*. Recuperado en la página de internet: www.conaet.net (Consultado el 3 de Enero de 2012).
- Delfin, B. (2007). *Actitud de los estudiantes universitarios hacia el aprendizaje del inglés*. Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social. Edición no. 2. Año 2.
- Donna, S. (2000). *Teach Business English*. Cambridge University Press.
- Duddley-Evans, T. y Jo St. John, M. (1998). *Developments in English for Specific Purposes*. Cambridge University Press.
- Ellis, M. y Johnson, C. (1994). *Teaching Business English*. Oxford University Press.
- Estadísticas del Turismo en México. (2012). Documento disponible en internet.
- Expedientes de Tutorías de la UAT. (2010). *Minutas de reportes de tutorías registradas en el ciclo escolar: Agosto-Diciembre 2010*. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Estadisticas-Del-Turismo-En-M%C3%A8xico/2804425.html> (consultado el 20 de Abril de 2012).
- Ladrón de Guevara, G. (2008). *Formación y profesionalización del profesor de lenguas*. Memorias del IV Foro Nacional de Estudios en Lenguas –FONAEL. Universidad de Quintana Roo. Departamento de Lengua y Educación.
- Lemus, H. & otros. (2008). *El Nivel de inglés y su Problemática en tres Universidades de México, geográficamente distantes*. Memorias del IV Foro Nacional de Estudios en Lenguas –FONAEL. Universidad de Quintana Roo. Departamento de Lengua y Educación.
- Martínez, M. (2006). *Las competencias profesionales de los docentes de lengua*. Departamento de Lenguas Modernas. ITESM. Campus Monterrey.
- Martínez, M. (2007). *El nuevo papel del profesor universitario de lenguas extranjeras en el proceso de convergencia europea y su relación con la interacción, la tutoría y el aprendizaje autónomo*. Porta Linguarum, no. 7, pp. 31-43. Universidad de Alicante. Departamento de Filología Inglesa.
- Martínez, M. E. (2011). *Identificación del vocabulario académico más frecuentemente encontrado en un corpus de proyectos turísticos en inglés*. Memorias del Congreso Internacional de Políticas Educativas. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martínez, N. (2009). *¿Por qué los estudiantes de escuelas públicas no aprenden inglés?* Revista de Educación *Diálogos*. Instituto de Investigación y Formación Pedagógica. Universidad Don Bosco. Revista Semestral. Año 3, No. 4. Pp 39-55. Julio 2009. San Salvador, El Salvador. C.A.
- Saldaña, A. (2011). *Designing an EGBP course: needs analysis as a key determinant*. 1ras. Jornadas de Lenguas en Contacto. Universidad Autónoma de Nayarit.
- Saldaña, A. & González, M. (2009). *Formación y Certificación Docente: el desarrollo de competencias profesionales del maestro de inglés en el contexto universitario*. Noveno Congreso Internacional de la Universidad “Retos y Expectativas”. Instituto Politécnico Nacional.
- Secretaría de Educación Pública. (2006). *Documento de Recomendaciones. Normatividad sobre el aprendizaje de lenguas extranjeras en México*. Estándares de dominio del Idioma Inglés para estudiantes universitarios.

UNESCO. (1998). *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La Educación Superior en el Siglo XXI: visión y acción*. Paris, Francia.

Zorrilla, M. & Langford, R. (2006). *Competencia lingüística en inglés de Estudiantes de Primer Ingreso a las Instituciones de Educación Superior de Aguascalientes. Resultados generales*.

Anexo 1

Guión de Entrevista. Experiencias obtenidas por Estudiantes de la UAT de la UAN durante sus prácticas profesionales. Diseñada y realizada por Antonio Saldaña Salazar. Periodo Agosto-Diciembre de 2010, en el Hotel Mayan Palace, ubicado en la Riviera Nayarit, Nuevo Vallarta, Nayarit.

Presentación del entrevistador (investigador):

La intención de llevar a cabo esta entrevista es para conocer los resultados de tus prácticas profesionales realizadas en el Hotel Mayan Palace de Nuevo Vallarta, Nayarit. La idea es que nos compartas tus experiencias que tuviste en el puesto de trabajo encomendado. Esta información será utilizada para fines de investigación en el contexto turístico.

Nombre _____ del _____ Alumno:

Grado _____ que _____ cursos:

Puesto _____ de _____ trabajo _____ en _____ el _____ hotel:

Actividad _____ principal:

Horario _____ de _____ trabajo:

Descripción _____ detallada _____ de _____ las _____ actividades _____ encomendadas:

Nivel _____ de _____ inglés _____ mínimo _____ necesario _____ para _____ realizar _____ tus _____ actividades:

Procedencia _____ del _____ turismo _____ extranjero _____ que _____ atendías:

Otras _____ actividades _____ realizadas _____ durante _____ tu _____ estancia _____ de _____ prácticas:

¿Cómo calificas tu experiencia en el hotel?

Excelente ____ muy buena ____ regular ____ pobre ____

¿Por qué?

¿Qué tipo de expresiones en inglés o vocabulario especializado requieras saber en tu puesto de trabajo?

¿Se te facilitó la comunicación en inglés? Si ___ No ___ Mas o menos _____ ¿Por qué?

¿Cómo crees que puedas mejorar tu competencia comunicativa en inglés?

¿El nivel de inglés que te has obtenido por parte de tu escuela, ha sido suficiente? Si ___ No ___ ¿Por qué?

¿Qué les recomendarías a tus compañeros que un futuro que soliciten hacer sus prácticas en el mismo hotel, de manera que su experiencia sea más útil?

Anexo 2

INDICADORES DEL MARCO COMUN EUROPEO DE REFERENCIA PARA EL APRENDIZAJE, ENSEÑANZA Y EVALUACIÓN DE IDIOMAS

| A USUARIO BASICO | | B USUARIO INDEPENDIENTE | | C USUARIO EFICIENTE | |
|---------------------|------------|----------------------------|----------|---------------------------|----------|
| A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2 |
| Acceso | Plataforma | Umbral | Avanzado | Dominado operativo eficaz | Maestría |

Fuente: información simplificada tomada del documento de recomendaciones de la SEP (2006), que establece los niveles lingüísticos exigidos por los exámenes y programas de evaluación que se sugieren utilizar a fin de facilitar las comparaciones (homologaciones) entre los distintos sistemas de certificados.

VIABILIDAD ECOTURÍSTICA DE LA ZONA COSTERA DEL PUERTO DE GUAYMAS

Jesús Antonio Mendoza Valenzuela

Resumen

La falta de espacios recreativos en el puerto de Guaymas ha tenido como consecuencia la reducción de visitantes a la localidad y la movilización de sus habitantes hacia otros sitios de interés general al contar con pocos lugares para el desarrollo de actividades de esparcimiento que se encuentren abiertos al público; por lo tanto, es necesario tomar en cuenta los recursos que se tienen en la región para impulsar un proyecto viable para la sociedad pero también sustentable en un sitio natural para poder implementar un proyecto que tiene como fin la implementación de un centro ecoturístico como complemento a la oferta turística en el puerto.

La zona costera de Guaymas, cuenta con tres principales atractivos naturales que son el mar, las montañas y el desierto, los cuales en conjunto denotan el paisaje característico que lo distinguen. Por lo tanto, el sitio ideal para la implementación de un centro ecoturístico es aquel en el que se encuentren estos tres atractivos que son parte para el desarrollo de gran variedad de actividades (desde practicar snorkeling, paseo en moto hasta alpinismo), en distintas áreas (mar, desierto y montañas) en una misma zona en particular, cumpliendo con la expectativa de su oferta turística; y principalmente impulsando a que se constituya un nuevo patrimonio turístico para la región.

Guaymas, es catalogado como uno de los lugares con mayor interés comercial y marítimo; así como turístico (en los últimos años) para el estado de Sonora ya que su excelente ubicación geográfica, facilita la comercialización hacia el sur de los Estados Unidos de América y el norte de México.

Posee grandes riquezas naturales, su cercanía con el mar de cortés contrasta con espectaculares paisajes, donde el mar, el desierto y las montañas se concentran en un mismo lugar, además de un gran patrimonio histórico que lo hace único.

Por tal motivo, se encuentran varios escenarios naturales que pueden ser importantes atractivos con fines turísticos, lo cual es necesario que se detecten para llevar a cabo un estudio detallado donde se diagnostique aquellos sitios con mayor diversidad de recursos; para que estos sean parte fundamental para la proyección de un centro ecoturístico que tiene como base principal el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales al efectuar actividades para sus habitantes que fomenten el sano entretenimiento y la participación en equipo, en la implementación de deportes como el alpinismo, ciclismo, snorkeling, boleyball, entre otros. Así como la recreación y esparcimiento para las familias guaymenses y sus visitantes.

Se tiene como principal factor el entretenimiento de la oferta turística tanto de la región como de turistas nacionales y extranjeros; lo cual asegure la viabilidad del proyecto al ser lo suficientemente rentable, y primordialmente, los recursos sean manejados de forma sostenible para la preservación de las áreas ecoturísticas.

Palabras claves: Ecoturismo, sostenible, preservación, recursos naturales, puerto de Guaymas, implementación, proyecto, centro ecoturístico, viabilidad.

Introducción

El término de ecoturismo y su definición preliminar, fueron acuñados en 1983 por el Arq. Héctor Ceballos-Lascuráin, como lo reconocen los principales manuales en su uso, aunque la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN, por sus siglas en Inglés), define al ecoturismo como "aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbios con el fin de disfrutar, apreciar y

estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres), de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado), que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Para llevar a cabo la práctica del ecoturismo en el puerto de Guaymas, se requiere asimismo de investigaciones a fondo, tanto de carácter regional como a nivel de sitio específico, sobre los impactos ambientales y socioeconómico del ecoturismo, el desarrollo de estrategias a nivel nacional o regional, la definición de itinerarios y circuitos ecoturísticos, así como el establecimiento, monitoreo y evaluación de proyectos piloto hábilmente seleccionados con el fin de que se consideren viables para su implementación.

Guaymas es un municipio que posee un enorme patrimonio tanto natural como cultural, el cual debe ser conservado para sus generaciones posteriores, el cual, a su vez, puede constituirse, a través de su aprovechamiento racional y sostenido, en un importante factor de desarrollo socioeconómico a los niveles local y regional. Por otra parte, Guaymas posee infraestructura para cubrir las necesidades básicas para sus visitantes.

Por tal motivo, es importante considerar principalmente aquellas zonas prístinas con las que todavía cuenta el puerto, y las cuales no se han sabido aprovechar adecuadamente para el bienestar tanto de los habitantes de la localidad como de foráneos, donde exista un lugar de diversión y entretenimiento en contacto con el medio ambiente.

Con el objeto de “detectar nuevas áreas de oportunidad en el puerto de Guaymas, que impulse el desarrollo ecoturístico, mediante un diagnóstico previo que permita evaluar las alternativas que sean viables para el aprovechamiento, de forma sustentable, de esta zona”.

Metodología

Para llevar a cabo la investigación del tema a estudiar se requiere de técnicas que ayuden a facilitar la información y a demostrar datos confiables para el protocolo. Tales técnicas son:

- Crear una lista de los sitios naturales existentes en el puerto de Guaymas.
- Ficha de recopilación de datos para información del inventario de recursos turísticos.

- Visita de campo a los sitios naturales (Playa el carrizito, faro de Guaymas, bahía santa catalina, playa la centinela), para analizar los recursos con los que cuenta y determinar el impacto ecológico que tienen tales sitios.
- Estudio de capacidad de carga en cada sitio.
- Estudio de límite de visitantes.
- Estudio de límite de cambio aceptable.

Ya todo esto llevado a cabo, se generará un informe donde se determine las áreas más viables para la implementación de un centro ecoturístico en el puerto de Guaymas.

De tal forma, se puede determinar con mayor exactitud la viabilidad del proyecto; de tal forma que se logre un equilibrio entre la población, los recursos naturales y la derrama económica que dejen los sitios evaluados, tratando de evitar que alguno de estos tres aspectos sea impactado negativamente.

Resultados y discusión

Con la metodología que se implementó para evaluar la viabilidad que tendría un proyecto ecoturístico en la zona costera de Guaymas, se obtuvo como deducción que los sitios visitados tienen una gran diversidad biológica y que son prístinos y poco visitados por los habitantes locales, al ser lugares con difícil acceso para llegar.

Este último punto, es significativo considerarlo ya que permitió que los sitios visitados fueran más interesantes al analizarlos y al arrojarlos mejores datos que se utilizarán para llevarlos a cabo en el desarrollo de un centro turístico, ya sea en alguno de los sitios concurridos (Playa el carrizito, faro de Guaymas, bahía santa catalina, playa la centinela). Por lo que con la metodología utilizada para determinar el proyecto, nos arrojó como resultado que los sitios más viables son “bahía catalina y playa el carrizito” ya que tienen más recursos naturales y gran diversidad de paisajes, haciendo a estos sitios los más atractivos para un centro ecoturístico.

Sin embargo, por ser sitios que tienen mayor cantidad de atractivos, también los vuelven sitios con mayor diversidad biológica; por lo tanto tienden a tener un equilibrio ecológico muy delicado, porque un ejemplo muy claro, es el carrizito, el cual por ser una playa que está a mar abierto, es sitio donde se reproducen gran cantidad de especies marinas como el cochito, mantaraya, y hasta el tiburón, los cuales al no llevarse un verdadero control (de

visitantes o de cualquier otra índole), podrían ser perturbados de esta zona y alterar su patrón de vida. Por lo que una proyección con bases bien planeadas, aseguraría el verdadero cuidado y protección de tal lugar.

Conclusiones y recomendaciones

Haber llevado a cabo una investigación de tal ende, en la que se evalúa la viabilidad de centros ecoturísticos en la zona costera del puerto de Guaymas, permite desarrollar un panorama con mayor amplitud sobre lo que abarca el hecho de llevar a cabo un proyecto sustentable de forma planificada, donde se pretende el bienestar tanto social como económico y ambiental, al ser zonas pocos conocidas por los habitantes de la localidad (prístinas).

Por lo que se logró detectar aquellas zonas con mayor viabilidad para la creación de un centro ecoturístico (Playa el carrizito, Bahía Santa Catalina) que cuente con la infraestructura adecuada para brindar los servicios necesarios a los visitantes, por lo que con los métodos aplicados como el límite de visitantes y la capacidad de carga, se logro determinar estudios que permiten el control y cuidado del equilibrio ecológico de estos sitios.

Sin embargo, es importante que se tomen en consideración los estudios y análisis previos realizados, ya que si no se manejan de forma planificada algún sitio el impacto ambiental como social pueden ser irreversibles al no aprovecharse de forma sustentable y no tomar en cuenta a la población.

Referencias

- Bahadur Gurung, D. & W Scholz, R. (2008). *Community-based ecotourism in Bhutan: Expert evaluation of stakeholder-based scenarios*. International Journal of Sustainable Development and World Ecology; 15, 5.
- Casasola, L. (2006). *Turismo y Ambiente*. Editorial Trillas. México, D.F.
- Ceballos Lascuráin, H. (1998). *Ecoturismo: naturaleza y desarrollo sostenible*. Editorial Diana. México, D.F.
- Gutiérrez Roa, J., Trejo López, O., Camacho Navarrete, S., Cruz Ruiz, S., Castañeda Gutiérrez J. & Nava Chaparro, S. (2001). *SONORA Educación ecológica y ambiental*. Editorial Limusa, S.A. de C.V. México D.F.
- Cervantes, M. (2011). *Guía Ecológico Del Estero El Soldado*. México. Conservación y desarrollo sustentable de los humedales en México, A.C.
- Chavez de la peña, J. (2007). *Ecoturismo TAP, Metodología para un Turismo Ambientalmente Planificado*. Editorial Trillas. México, D.F.
- Dimoska, T. & Kocevski, J. (2006). *Creating Eco-Tourism Product. Tourism & Hospitality Management 2010, Conference Proceedings*. pp. 877-889.
- Gutiérrez Cuevas, M. H. (2008). *Evaluación de la capacidad de carga recreativa e implicancias de las actividades ecoturísticas en la zona de uso intensivo de la reserva nacional radal siete tazas, VII Región*. Chile. Memoria para optar al Título Profesional de Ingeniero Forestal en la Universidad de Chile.
- Gutiérrez Roa, J., Trejo López, O., Camacho Navarrete, S., Cruz Ruiz, S., Castañeda Gutiérrez J. & Nava Chaparro, S. (2001). *SONORA Educación ecológica y ambiental*. México. Editorial Limusa.
- Cervantes, M. (2011). *Guía Ecológico Del Estero El Soldado*. México. Conservación y desarrollo sustentable de los humedales en México, A.C.
- Muñoz Pedreros, A. & Quintana, J. (2010). *Evaluación de fauna silvestre para uso ecoturístico en humedales del Río Cruces, sitio Ramsar*. Chile. Interciencia. Vol. 35 N° 10.
- Pardella de Blas, X. & Padín Fabeiro, C. (2004). *Una propuesta de turismo sostenible para el municipio de caldas de rey (Pontevedra)*. Cuadernos de turismo, enero-junio, número 13, pp. 107-125.
- Sundström, S. (2003). *El Ecoturismo como instrumento para desarrollo sostenible: Un estudio comparativo de campo entre Suecia y Ecuador*. Institutionen för Kultur och kommunikation.
- Zamorano Casal, F. M. (2009). *Turismo alternativo: Servicios turísticos diferenciados*. Editorial Trillas. México, D.F.

“Estudios de Turismo y Competitividad en México” se terminó de editar en el Instituto Tecnológico de Sonora en Junio de 2012.

El tiraje fue de 30 ejemplares electrónicos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender