



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**División de Ciencias Sociales y Económicas
Administrativas**

**"Bacalar y su desarrollo turístico en el
municipio de Othón P. Blanco, y su actividad
turística enfocada al turista mexicano".**

**Trabajo de Tesis
Para obtener el grado de:**

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

Presenta:

Miguel Ángel Garrido Salazar

Supervisores:

M.C. Diane Karen Eaton

Lic. José Luis Zapata Sánchez

M.C. Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Chetumal, Quintana Roo, México, 2008

Ø49993

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



Trabajo de tesis elaborado bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

DIRECTOR:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DK Eaton', written over a horizontal line.

M.C. Diane Karen Eaton.

SUPERVISOR:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'José Luis Zapata Sánchez', written over a horizontal line.

Lic. José Luis Zapata Sánchez.

SUPERVISOR:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Edgar Alfonso Sansores Guerrero', written over a horizontal line.

M.C. Edgar Alfonso Sansores Guerrero.

Chetumal, Quintana Roo, México, 2008



CONTENIDO	PAG
Introducción	6
I.-Planteamiento del Problema	8
II.- Objetivo general	9
III.- Objetivos específicos	9
IV.- Hipótesis	9
V.- Breve Descripción del Contenido de la Tesis	10
Capítulo I Fundamentos Teóricos	11
1.1 Introducción	12
1.2 Conceptualización del turismo	12
1.3 Historia del turismo	13
1.3.1 Edad Antigua	13
1.3.2 Edad Media	14
1.3.3 Edad Moderna	15
1.3.4 Edad Contemporánea	16
1.4 Concepto Turista	20
1.5 Promoción Turística	21
1.6 Mezcla de promoción	22
1.6.1 Objetivos de la Promoción	23
1.7 Marca	25
1.7.1 Identidad de Marca	26
1.7.2 Objetivos de la marca	26
1.7.3 Características de la marca	26
1.7.4 Clasificación de la marca	27



1.7.5 Tipos de marca	27
1.8 Tipos de Turismo en México	28
1.8.1 Turismo colonial	28
1.8.2 Turismo de sol y playa	29
1.8.3 Turismo gastronómico	30
1.8.4 Turismo deportivo	31
1.8.5 Ecoturismo	32
1.8.6 Turismo Rural	33
1.8.7 Turismo de Aventura	33
1.9 Tipos de turismo viables a desarrollarse en Bacalar	34
1.9.1 Ecoturismo	34
1.9.1.1 Orígenes del ecoturismo	35
1.9.1.2 Elementos que integran el ecoturismo	36
1.9.1.3 Actividades Ecoturísticas	37
1.9.1.4 Infraestructura Ecoturísticas	37
1.9.1.5 Ecotransporte	38
1.9.2 Turismo rural	39
1.9.2.1 El turismo rural es posible en “Bacalar” porque:	41
1.9.2.2 Objetivos del desarrollo del turismo rural.	41
1.9.2.3 Condiciones para el desarrollo del turismo rural.	41
1.9.2.4 Características del turismo rural.	42
1.9.2.5 Promoción y marketing del turismo rural.	43
1.9.3 Turismo de aventura	46
Capítulo 2 Antecedentes Othón P. Blanco y Bacalar	48



2.1 Introducción	50
2.2 Othón P. Blanco	50
2.2.1 Cronología	50
2.2.2 Historia	50
2.2.3 Localización	52
2.2.4 Extensión y división territorial	52
2.2.5 Clima	53
2.2.6 Principales Ecosistemas	53
2.2.7 Litorales	54
2.2.8 Hidrografía	54
2.2.9 Relieve	55
2.2.10 Suelos	56
2.2.11 Flora y Fauna	59
2.2.12 Vías de comunicación	59
2.2.13 Actividad económica	60
2.3 Bacalar	63
2.3.1 Historia de Bacalar	63
2.3.2.- Suelos	67
2.3.3 Clima	68
2.3.4 Fauna	69
2.3.5 Flora	69
2.3.6 Habitantes	70
2.3.7 Cultura	71
2.3.8 Vivienda	72



2.3.9 Vías y medios de comunicación	72
2.3.10 Salud	73
2.3.11 Educación	73
2.3.12 Estructura urbana	73
2.3.13 Equipamientos y servicios	74
2.3.14 Imagen urbana	74
2.3.15 Espacio público	75
2.3.16 Turismo	76
2.3.17 Gasto Promedio del Turismo	76
2.3.18 Instalaciones Turísticas en Bacalar	77
2.3.19 Atractivos turísticos de Bacalar	78
2.4 Bacalar: Como Pueblo Mágico.	81
2.4.1 Objetivos de los "Pueblos Mágicos"	82
2.4.2 Requisitos para obtener el nombramiento de "Pueblo Mágico"	83
Capítulo 3 Evidencia Empírica	87
3.1 Introducción	88
3.2 Metodología	88
3.2.1 Determinación de la muestra	89
3.3 Datos estadísticos	89
3.4 Resultados	92
Capítulo 4 Conclusiones y recomendaciones	95
4.1 Conclusión de la situación del turismo en México y Bacalar	96
4.2 Conclusión de los datos obtenidos por medio de la encuesta	98
4.3 Recomendaciones	100



Bibliografía	103
Paginas Web consultadas	105
Anexos	106

Índice de Tablas y Figuras

Tabla 1.- Equipamientos y servicios	74
Tabla 2.- Hoteles y cuartos en Bacalar en 2001	77
Tabla 3: Afluencia Turística	90
Tabla 4: Gasto Promedio por visitante	91
Figura 1: Grafico de Afluencia Turística	90
Figura 2: Grafico de Gasto Promedio por visitante	91



Introducción



Como se sabe el Estado de Quintana Roo tiene un gran potencial turístico para el país, ya que cuenta con una variedad de recursos naturales y culturales que le han ayudado a su desarrollo económico y turístico.

En este caso hablaremos del municipio de Othón P. Blanco y mas específico del "Pueblo Mágico Bacalar" que consiguió este nombramiento el 9 de octubre de 2006, con ello se espera gran apoyo del Gobierno Federal y Estatal. La comunidad de Bacalar cuenta con una gran riqueza natural, cultural e histórica, entre los principales atractivos de Bacalar podemos encontrar:

- La laguna de Bacalar
- El fuerte de San Felipe
- Y el cenote Azul

Los cuales se mencionan con más detalle mas adelante, los cuales se proponen como principales atractivos para el desarrollo turístico y económico. En la investigación se hace referencia a los principales tipos de turismo que se manejan y se pretende que se usen principalmente como son el caso del ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural. Todos ellos apoyados con una promoción turística adecuada, podrían resultar favorables para la comunidad de Bacalar.

El fin principal es observar las principales necesidades de los turistas mexicanos, sus características y cual es el medio más recomendable para llegar a ellas e informarlas acerca de Bacalar.



I.- Planteamiento del problema en Turismo.

Esta investigación pretende aportar conocimientos necesarios, para conseguir un avance en el desarrollo turístico del pueblo de Bacalar. Atacando sus puntos débiles como son la escasa promoción turística hacia el poblado, debido a que los métodos utilizados podrían no ser los adecuados y los turistas potenciales no logran captar el mensaje.

Por lo mismo del que turista no logra informarse sobre el poblado de Bacalar, es muy poca la llegada de este. Al mejorar los canales de la información se anularía este problema y se podría elevar el número de visitas.

En cuanto a los recursos naturales, el poblado de Bacalar cuenta con una gran riqueza, sus puntos mas importantes su Laguna y el Cenote Azul. Con un buen manejo de los recursos naturales y proponiendo una inversión hacia ellos, Bacalar podría consolidarse como un centro ecoturístico de gran nivel.

Para poder realizar la investigación y conseguir con satisfacción el desarrollo turístico del punto turístico "Bacalar" localizado en el municipio de Othón P. Blanco, es necesario la ejecución de los siguientes objetivos:



II.- Objetivo general:

Proponer estrategias y técnicas de promoción para impulsar el turismo en Bacalar considerando sus atributos naturales e históricos, para generar mayor afluencia a este sitio y propiciar un beneficio económico a la comunidad.

III.- Objetivos particulares de la investigación:

1. Identificar las características de los visitantes de Bacalar.
2. Conocer el medio de mayor consulta para los turistas para elegir un destino de viaje.
3. Obtener datos suficientes que permitan llegar a la respuesta para mejorar el turismo en Bacalar.

IV.- Hipótesis:

La falta de un sistema de difusión turística adecuado para dar a conocer el centro turístico de Bacalar en el exterior del Estado de Quintana Roo, es causante de una escasa afluencia de visitantes (aproximadamente 1%).



V.- Breve descripción de la tesis

En el capítulo I, se mencionan los fundamentos teóricos más importantes de la investigación, como es el caso de turismo, se explica sobre su evolución con el paso de los años, el desarrollo de nueva tecnología y los cambios que ha sufrido el ser humano en cuanto a su estilo de vida. Se menciona de igual manera los tipos de turismo que podemos encontrar en México como son el turismo de sol y playa, colonial, gastronómico, ecoturismo, turismo rural, entre otros. Y para el poblado de Bacalar específicamente se menciona los tipos de turismo de mayor importancia, como son el ecoturismo, el turismo rural y el de aventura.

Continuando con el segundo capítulo, hace referencia a los antecedentes del municipio de Othón P. Blanco y de Bacalar respectivamente. Se indica sus acontecimientos históricos, sus principales características como su flora y fauna, su hidrografía, sus actividades económicas y sus principales atractivos turísticos. Para Bacalar se menciona el ¿Cuándo?, ¿Cómo? y ¿Por qué? de su nombramiento como "Pueblo Mágico".

En el capítulo III, se detalla el proceso realizado para determinar la muestra a estudiar, además se presentan los resultados obtenidos de acuerdo con las encuestas aplicadas, posteriormente se aborda el análisis de los datos.

En el capítulo IV, se exponen las conclusiones a las que se llegaron durante la realización de este trabajo de investigación y las recomendaciones pertinentes.



Capítulo 1

Fundamentos Teóricos



1.1 Introducción

Uno de los enfoques principales de la investigación es el Turismo, por ello en este capítulo se abordan los distintos conceptos que el turismo ha tenido, además de su historia, su evolución en las distintas etapas del ser humano como en la edad antigua, en la edad media, edad moderna y edad contemporánea. También se explica el concepto de turista, promoción turística y la mezcla de promoción.

Posteriormente se ilustran los principales tipos de turismo que existen en México, tales como turismo colonial, de sol y playa, gastronómico, deportivo, ecoturismo, rural y de aventura. Por último se detallan los tipos de turismo que podrían desarrollarse en Bacalar.

1.2 Conceptualización del turismo

En 1967, la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), definió al turismo como “la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”. Oscar de la Torre Padilla nos dice que “es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural”.

Con este aporte, de la Torre Padilla introduce para el análisis y estudio, elementos como desplazamiento voluntario y temporal; el motivo: recreación, descanso, cultura o salud; la actividad no lucrativa ni remunerada; y las interrelaciones económicas o culturales que se generan. De esta manera el turismo empieza a estudiarse como un factor determinante en el desarrollo



económico, como un redistribuidor del gasto y como un generador de divisas (Cárdenas Cutiño, Gustavo, 2002).

Posteriormente, durante la conferencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT) celebrada en París en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo y se propuso su extensión para incluir todo movimiento de personas sin tomar en cuenta sus motivaciones. Más adelante, en junio de 1991, la OMT, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que "el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros".

Como mencionaban los autores Neil Leiper y John Hunt (1999) con la creación de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en la década de los setenta esta organización define: el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

1.3 Historia del turismo

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.



1.3.1 Edad Antigua

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a las olimpiadas (que tenían lugar cada 4 años en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

1.3.2 Edad Media

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a



todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida (Pavel, 2001).

1.3.3 Edad Moderna

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una peste.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento "in situ" de la grandeza de Roma, Paris o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender como llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales



como por ejemplo en Bath (Inglaterra). También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

1.3.4 Edad Contemporánea

Se puede afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a



precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and son". En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express" que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración.

El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. La crisis del 1929 repercute en el negativamente en el sector turístico limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932. La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector. La recuperación económica, especialmente



de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes. También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima. El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace.

Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo charter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.

No obstante esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).



En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80's el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Tupolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter. En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud) y se aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90's incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo. Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor). Lo anterior trae como consecuencia que el turismo comience a formar parte fundamental de la agenda política de numerosos países, con lo cual se desarrollan



políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización del sector turismo para convertirse en una pieza clave del desarrollo económico, con lo que se pretende alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

También las políticas a nivel internacional favorecen el desarrollo turístico, tales como el Tratado de Maastricht en 1992, donde el objetivo es el libre tráfico de personas y mercancías en la comunidad europea, y el Acuerdo Schengen con el que se busca la supresión gradual de los controles de personas en las fronteras internas entre los países de la Unión Europea. (www.auswaertigesamt.de/diplo/es/WillkommeninD/EinreiseUndAufenthalt/Schengen.html)

1.4 Concepto Turista

Un turista es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico (<http://es.wikipedia.org/wiki/Turista>).

Las características que lo definen como turista no responden a un sólo aspecto, por ejemplo, el cultural. Aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural es turista. Sin embargo, una persona que visita por motivos de salud, puede cumplir con otras características que lo definen como turista, y sin embargo, no visitó un lugar para aumentar su conocimiento, ni para aprender más.

Todo individuo que se moviliza de un lugar a otro es considerado viajero. Entre la figura de "viajero" podemos distinguir al "visitante" de los "otros viajeros". Es visitante el que viaja a un lugar fuera de su entorno habitual y no responde a una actividad remunerada en el destino por residentes.



El carácter lucrativo no es determinante para la clasificación de la actividad como de turismo. De hecho, el turismo de negocios es lucrativo para el individuo considerado turista, y no por ello deja de ser considerado como tal, ni de realizar actividades turísticas (<http://es.wikipedia.org/wiki/Turista>).

Para la identificación del entorno habitual se considera la frecuencia con que se viaja a determinada localidad o región, y la distancia entre el origen y el destino. Sin embargo, frecuencia y distancia no son conceptos exhaustivos, siendo todavía difusos.

En resumen, se puede establecer que turismo es la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos y otras instalaciones para actividades diversas para individuos o grupos que viajan fuera de casa. Por otro lado, turista y turismo son dos conceptos estrechamente relacionados. En México La Ley Federal de Turismo define al turista como “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley”. La misma ley señala que servicios turísticos son los que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, subagencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentren ubicados en los establecimientos de hospedaje, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos (Cárdenas Cutiño, Gustavo, 2002).



1.5 Promoción Turística

Un punto importante en la investigación es el concepto de promoción, por que va ser el principal elemento con el cual se pretende, informar al turista sobre Bacalar resaltando sus atractivos naturales e históricos.

Para Kotler (2002), autor del libro "Dirección de Marketing", la promoción es "la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren. Menciona que la promoción turística es promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística.

La SGM (Subdirección General de Mercadotecnia) en México desarrolla la oferta turística mexicana y la presenta a la demanda nacional e internacional de cada una de las siete categorías de producto turístico:

1. Sol & Playa
2. Cultural
3. Naturaleza
4. Premium
5. Congresos & Convenciones
6. Segmentos Especiales
7. Turismo Recreacional

Los objetivos generales que persiguen los planes de la SGM (Subdirección General de Mercadotecnia) en México son:

- Incrementar el gasto y estadía de los turistas



- Incrementar el número de turistas que nos visitan y nuestra participación de mercado a nivel mundial.
- Diversificar la oferta que presenta al turista potencial, tanto en términos de actividades como de destinos posibles (http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/CPTM_Mercadotecnia).

1.6 Mezcla de promoción

Dentro de la promoción existen otro tipo de herramientas como la publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo, para lograr metas específicas a favor de la empresa. Pero en este caso específico nos servirá de apoyo para Bacalar.

- Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- Venta Personal: Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.
- Promoción de Ventas: Consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: Muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.
- Relaciones Públicas: Consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc...) de una empresa u organización.
- Marketing Directo: Consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata.



1.6.1 Objetivos de la Promoción

Existen tres tipos principales de objetivos que se tienen que tomar en cuenta durante el diseño de un Programa de Promoción.

A. Objetivo Global de la Promoción:

Según McCarthy y Perreault, el objetivo global de la promoción es influir en el comportamiento del cliente. Menciona que las empresas con la promoción esperan conseguir que la audiencia prevista o grupo de posibles compradores a quienes va dirigido el programa de promoción, prefieran y adquieran el producto que ofrecen. Para ello, necesitan influir en su comportamiento, lo cual, no es algo fácil de lograr, y es por ello, que éste es precisamente el objetivo global de la promoción.

B. Objetivos Básicos o Fundamentales de la Promoción:

Para intentar influir en el comportamiento de los consumidores, los mercadólogos deben considerar tres objetivos básicos o fundamentales: Informar, persuadir o recordar.

- **Informar:** Es decir, dar a conocer al grupo de posibles compradores la existencia del producto, los beneficios que éste brinda, el cómo funciona, el dónde adquirirlo, entre otros. Según Stanton, Etzel y Walker, el producto más útil fracasa si nadie sabe de su existencia.
- **Persuadir:** Es decir, inducir o mover con razones al grupo de posibles compradores a que realicen una compra o una determinada acción. Según McCarthy y Perreault, un objetivo de persuasión significa que la empresa intentará crear un conjunto de actitudes favorables para que los consumidores compren y sigan comprando su producto.



- Recordar: Es decir, mantener el producto y el nombre de la marca en la mente del público. Según Stanton, Etzel y Walker, dada la intensa competencia para atraer la atención de los consumidores, hasta una firma establecida debe recordar constantemente a la gente sobre su marca para conservar un lugar en sus mentes.

C. Objetivos Específicos de la Promoción:

A un nivel más de detalle, la promoción tiene objetivos específicos que lograr. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- Generar conciencia: O capacidad en la audiencia prevista de reconocer o recordar el producto o marca.
- Obtener el interés: O aumento en el deseo (en la audiencia prevista) de informarse acerca de algunas características del producto o marca.
- Conseguir la prueba: O la primera compra real del producto o marca y el uso o consumo del mismo.
- Lograr la adopción: Es decir, que luego de que los clientes tuvieron una experiencia favorable en la primera prueba, se debe conseguir la compra y usos recurrentes del producto o marca por parte del consumidor.

1.7 Marca

Philip Kotler (2002) considera que la marca ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo u otro símbolo, una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios.

049993



1.7.1 Identidad de Marca

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

- A. Nombre o fonotipo: Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.
- B. Logotipo: Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.
- C. Isotipo: Es la representación grafica de un objeto, que es un signo-
icono.
- D. Diseño grafico: Son los dibujos, ilustraciones, no pronunciables, que forma parte de la identidad visual de marca

1.7.2 Objetivos de la marca

- Ser un signo de garantía y de calidad para el producto.
- Dar prestigio y seriedad a la empresa fabricante.
- Ayudar a que se venda el producto mediante la promoción.

1.7.3 Características de la marca

- El nombre debe de ser corto
- El nombre debe de ser fácil de recordar
- El sentido del nombre debe ser agradable a la vista
- Debe ser adaptable a cualquier medio de publicidad
- Debe reunir los requisitos indispensables para su registro y así quedar protegido por la ley (Stanton William, 2004).



1.7.4 Clasificación de la marca

- Marca de familia: Es la que se utiliza para todos los artículos de una empresa.
- Marca individual: Se refiere al nombre que el fabricante da al producto independientemente de la firma que lo produce y de los demás artículos que fabrica (Stanton William, 2004).

1.7.5 Tipos de marca

- Marcas nominativas: Las nominativas, son las marcas que identifican un producto o servicio a partir de una palabra o un conjunto de palabras. No deben tener semejanza fonética con marcas que pertenezcan a productos o servicios de su misma especie o clase.
- Marcas innominadas: Las marcas innominadas, son figuras o logotipos que diferencian visualmente a una marca. Es decir, son figuras distintivas que no pueden reconocerse fonéticamente, sólo visualmente.
- Marcas mixtas: Las marcas mixtas, son el resultado de la combinación de tipos definidos en los párrafos anteriores. En la mayoría de los casos son combinaciones de palabras con diseños o logotipos (Stanton William, 2004).



1.8 Tipos de Turismo en México

1.8.1 Turismo colonial

El México colonial es una de las diversas caras de México. La huella colonial está presente en todo el país, desde el Río Grande hasta Chiapas y desde las costas del Pacífico a las del Caribe. Por todo el país abundan catedrales, que provienen de estilo barroco español, como la de Guadalajara.

En Taxco se encuentra la iglesia barroca más bella de México, la de Santa Prisca y todavía se puede comprar plata al peso, en lingotes o en láminas, igual que en Guanajuato, que es tan hispana que aún celebra anualmente un festival cervantino en el que se representan entremeses y autos sacramentales en sus plazas y calles que recuerdan a las de Salamanca.

El estado de Yucatán es el mejor ejemplo de la presencia colonial, donde se encuentra la ciudad de Mérida, que tiene una plaza muy pintoresca y que hace alusión a las plazas de provincias españolas. Mérida es llamada la "Ciudad Blanca" por el color de sus casas. La ciudad fue fundada en el siglo XVI, en el lugar mismo donde estuvo la ciudad maya de Tihó. Entre los lugares de interés que pueden visitarse están el Museo de Arqueología, el Palacio de Gobierno, la Casa y Paseo de Montejo con sus antiguas y fastuosas residencias y la Casa de la cultura. Entre sus atractivos se encuentran sus calles, sus mercados y las viejas haciendas de los alrededores que en otros tiempos vivieron de la explotación del henequén.

Otra ciudad colonial es Puebla, tal vez la más española de todas las ciudades mexicanas, fundada en 1531 en una zona en la que apenas vivía gente. Entre los atractivos de Puebla se encuentran la Catedral (una de las más grandes del país), la Biblioteca Palafoxiana del siglo XVI (considerada como la mejor de hispanoamérica en libros antiguos), la iglesia de San Francisco (cuya fachada



cubierta de azulejos hechos según la técnica toledana). También podemos encontrar otras ciudades coloniales como Morelia, Cuernavaca y Querétaro, capitales del plateresco y el barroco exuberante y mestizo.

Guanajuato es otro claro ejemplo de ciudades coloniales, en donde se encuentra el Museo de las Momias, un lugar escalofriante en el que se pueden ver los cuerpos de muchos habitantes de la ciudad, enterrados en un cementerio cuyo suelo 'momifica' de forma natural. En Zacatecas destaca la catedral, una de las obras maestras coloniales, y la mina El Edén, que se puede recorrer en un pequeño tren. (<http://www.visitingmexico.com.mx/turismo-en-mexico/turismo-colonial.php>).

1.8.2 Turismo de sol y playa

El Sol y Playa es un tipo de turismo, que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves (de 25 a 30 °C). Este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en las que el clima es lluviosos o nublado durante gran parte del año y/o con temperaturas bajas. También se da en personas que no tienen playas cercas de sus lugares de residencia (http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sol_y_playa).

En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles, y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

A lo largo de la costa mexicana se han identificado cerca de 440 playas donde es posible disfrutar de paradisíacos lugares en contacto con el mar, la arena, el sol y naturaleza. La arena de la mayoría de las playas tiene la particularidad de ser fina y blanca por su origen de coral. Su mar de aguas



transparentes posee una variedad de azules impresionante, que van del esmeralda al turquesa.

La costa mexicana está llena de zonas de Sol y Playa. Entre los principales destinos se hallan Los Cabos y La Paz en Baja California, Puerto Peñasco en el Mar de Cortes, Mazatlán, Puerto Vallarta, Manzanillo, Zihuatanejo, Acapulco, Puerto Escondido y Huatulco en el litoral del Pacífico, y Cancún, Isla Mujeres, Cozumel y la Riviera Maya en el mar Caribe Veracruz en el golfo de México (<http://www.visitingmexico.com.mx/turismo-en-mexico/turismo-sol-y-playa.php>).

1.8.3 Turismo gastronómico

El turismo Gastronómico es una nueva opción de aventura, no solo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets, más bien esta enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias ([//es.wikipedia.org/wiki/Turismogastron%C3%B3mico](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismogastron%C3%B3mico)).

La gastronomía mexicana, con su gran variedad de platillos tradicionales regionales, es rica en gusto, olor y colorido, orgullo del patrimonio cultural de la nación; atributos que atraen por sí solo al turista. Su cocina cuenta con recetas milenarias que han ido pasando de generación en generación y que hoy en día constituyen un atractivo para el denominado Turismo Gastronómico, el cual ha ido incrementando su importancia en el mercado mundial.



El frijol, el maíz y el chile son los ingredientes principales de la cocina mexicana. Entre los típicos platillos mexicanos se encuentran los tamales, que consiste en una masa de maíz rellena de carne, envueltos con hojas de plátanos y cocidas al vapor. Otro platillo típico es el mole, un guiso de carne preparado con una salsa a base de chile, ajonjolí, almendras, pasas, chocolate amargo y otros ingredientes. Pero los platillos más populares de la gastronomía azteca son los antojitos, de los cuales muchos han traspasado las fronteras del país. Las botanas favoritas son los tacos, tortilla de maíz rellena de carne, frijoles o queso, que se acompaña con guacamole (salsa de aguacate); los chilaquiles, tortilla frita con nata y salsa de chile; y las quesadillas, empanada en forma de media luna rellena de queso fundido.

(<http://www.visitingmexico.com.mx/turismo-en-mexico/turismo-gastronomico>).

1.8.4 Turismo deportivo

La definición más aceptada de turismo deportivo es 2todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo2 (Standeven y De Knop, 1999).

México ofrece interesantes actividades deportivas a lo largo del país, entre las que se encuentran las siguientes: pesca, golf, carreras de aventura, triatlón, triatlón todo terreno, maratones, buceo, ciclismo, natación, vuelo extremo, turismo náutico, tenis, cinegético, surf.

Las aguas bravas y caudalosas de los ríos mexicanos son un escenario insuperable para quienes gustan del descenso por corrientes sobre balsas inflables. Existen rápidos para expertos así como para aquellos que por primera vez se enfrentan a esta práctica, ya que es posible encontrar corrientes de clase I



y hasta clase VI, principalmente en los estados de Morelos, Veracruz, San Luis Potosí y Chiapas.

(<http://www.visitingmexico.com.mx/turismo-en-mexico/turismo-deportivo.php>).

1.8.5 Ecoturismo

El ecoturismo, frecuentemente es confundido con los deportes de riesgo, pero en realidad consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios.

El Caribe Mexicano es conocido por su riqueza arqueológica y por algunas de sus playas y arrecifes; sin embargo, es casi desconocido en lo que respecta a la variedad y alto interés científico y turístico de su patrimonio natural. El turismo, profesionalmente organizado y eficazmente orientado por los especialistas en la materia, puede contribuir de forma decisiva a la conservación de tan rico patrimonio, permitiendo al visitante disfrutar de un entorno natural tan variado como atractivo.

En todo lo largo y ancho del país se enumeran zonas con alto contenido de riqueza ecológica. En el norte y noroeste destaca la presencia de magníficos ecosistemas desérticos y bosques de alta montaña, así como regiones costeras ricas en fauna marina. En la parte central se constituyen importantes sistemas montañosos con volcanes de inigualable belleza, acompañados de abundante riqueza floral y faunística y pueblos y ciudades coloniales llenas de tradición y de marcado colorido. En el sur y sureste mexicanos existen zonas con excepcional riqueza arqueológica, selvas y bosques dotados quizás, con la mayor biodiversidad del país. Aunados a estos atributos, se localizan en estas zonas,



extensas playas de singular belleza, así como el sistema arrecifal considerado el segundo a nivel mundial, después del Gran Arrecife en las costas de Australia.

1.8.6 Turismo Rural

Se define al turismo rural como viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, conociendo sus expresiones sociales, culturales y productivas tales como tradiciones, folclor, ferias, fiestas, gastronomía y artesanías (Casola, Luis, 1990).

Otra definición menciona que el Turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios (http://es.wikipedia.org/wiki/Casa_rural).

1.8.7 Turismo de Aventura

El Turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

Este tipo de Turismo también se relaciona directamente con los deportes de riesgo o aventura, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo. El Turismo de Aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza. Es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde se pueden desarrollar los llamados deportes de aventura o Turismo Activo (Casasola, Luis, 1990).



México, sus riquezas naturales, la privilegiada posición geográfica y diversidad biológica, lo hacen un territorio por explorar. Ya sea por medio de un tren, caballo o en bicicleta; a pie, en kayak, en campamentos y ascendiendo montañas, los visitantes quedarán satisfechos con las opciones para admirar paisajes únicos, observar especies endémicas de flora y fauna, y desafiar a la naturaleza.

En Chihuahua, las Barrancas del Cobre brindan a los viajeros un espectáculo impresionante. A través de montañas y desfiladeros, es posible admirar la belleza de la Sierra Madre Occidental. Cañones, mesetas, cascadas y ríos, son ideales para la práctica para del trekking, ciclismo de montaña, cabalgata, caza, escalada en roca y rappel.

En la Riviera Maya se encuentra uno de los ecosistemas más complejo del país y se puede admirar un paisaje habitado por aves, cocodrilos, tortugas, peces, reptiles y gran variedad de flora. Además también se puede bucear, navegar en kayak, pescar, acampar, cabalgar sobre la arena y pasear por la selva. En el Puerto de Ensenada, en Baja California, es posible practicar la pesca, además del avistamiento de ballenas grises, buceo, windsurf, fotografía submarina, viñedos y valles.

1.9 Tipos de turismo viables a desarrollarse en Bacalar

1.9.1 Ecoturismo

El ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística. (Wearing ,1999).



“El “ecoturismo” es una modalidad del desarrollo sustentable, afirmación que, tomada a la ligera, produce confusión y desorienta aún más a quienes tanto en el ámbito académico como en el público y en el nivel de gestión, se encuentran relacionados con esta actividad. Así, al llamado “turismo de aventura” o “turismo de naturaleza”, tantas otras modalidades de la actividad turística, se les considera como “ecoturismo” partiendo de la idea de que el realizar una actividad en contacto con la naturaleza, es suficiente justificación para añadirle el prefijo eco.” (Jorge Chávez, 2004).

El principal tipo de turismo que podemos encontrar en el Poblado de Bacalar es el Ecoturismo debido a sus características y a las distintas actividades que se pueden realizar. Es de gran importancia conocer sus orígenes y elementos del “Ecoturismo” para enfocarlos al centro turístico y tener una mayor aprovechamiento de los recursos que ahí se pueden encontrar.

1.9.1.1 Orígenes del ecoturismo.

En el libro “La guía del ecoturismo” se menciona que no sabe con exactitud los orígenes del ecoturismo y otros autores mencionan que el ecoturismo ha estado ahí siempre, desde el comienzo de la humanidad. También nos dice que el termino “ecoturismo” no apareció en Europa hasta la década de los noventa, lo cierto es que el termino si existía desde hace mas tiempo. La palabra ecoturismo surgió por primera vez en Estados Unidos en un momento del boom de los temas ambientales, donde el prefijo “eco” se colocaba delante de cualquier vocablo. De ahí se fue extendiendo hacia el sur del continente, cruzando el océano hace tan solo un año (Casasola, Luis, 1990).

Este movimiento apareció como tal a finales de la década de 1980, aunque solo muy recientemente ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, como para que la ONU dedicara el año 2002 al turismo ecológico. Basado en el



contacto con la naturaleza y con sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

1.9.1.2 Elementos que integran el ecoturismo

En este subtema mencionare los principales elementos del ecoturismo, los cuales podemos enfocar hacia el Poblado de Bacalar y tener conocimiento de que puntos podemos encontrar en el y cuales podemos adaptar para mejorar el turismo en el sector.

Como primer elemento encontramos a los "Ecoturistas" el Autor Mónica Pérez de las Heras nos menciona que prácticamente todo el mundo es un ecoturista potencial, o lo ha sido alguna vez o lo será en un futuro. Para Bacalar esto es importante ya que se tiene la certeza que el mercado existe, los ecoturistas existen, la tarea mas importante es hacer que se informen acerca de las opciones y en este caso especifico de Bacalar (Casasola, Luis, 1990).

El Autor Kreg Lindberg indica la existencia de 4 tipos de turistas que buscan actividades ecoturísticas:

- Ecoturista ocasional: es el ecoturista que viaja a un centro turístico ya definido y en algún momento de su estadía encuentra una actividad en la cual se involucra con la naturaleza.
- Ecoturista de hitos naturales: Este tipo es aquel que visita ciertos puntos ecoturísticos, para salir de la rutina de sus viajes, en busca de una aventura, un ejemplo seria visitar un safari, con el simple hecho de conocer y adquirir una nueva experiencia.
- Ecoturista interesado y: el interesado es aquel que busca la naturaleza, el que ya no le interesa tanto ir a vacacionar a un ciudad. Anda en busca de aventuras y conocer lugares naturales que llene sus expectativas.



- Ecoturista entregado: es tipo esta abarcado por los científicos e investigadores, los cuales hacen el ecoturismo con el motivo de estudio del medio ambiente o de especies animales.

1.9.1.3 Actividades Ecoturísticas.

Las actividades Ecoturísticas no consisten simplemente, en ir a una selva, ir a encontrar una especie de animales nuevos, si no de estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de los recursos naturales que se encuentran en ella. Como una actividad principal es la observación de los animales en su hábitat natural, su comportamiento y como se desenvuelven en si ecosistema natural.

Al igual existe el de disfrutar de las maravillas de la naturaleza como son el caso de las cataratas, el Gran Cañón, montañas u otras formaciones naturales, que existen en el mundo. Se menciona que el ecoturismo no es solo observación, también existen actividades que sirven para entretener a los turistas en el caso de Bacalar, existen los deportes acuáticos (Casasola, Luis, 1990).

1.9.1.4 Infraestructura Ecoturísticas

Este punto consiste en la infraestructura necesaria que el ecoturista necesita para realizar sus actividades, donde alojarse, medios de transporte etc. En Bacalar existen diferentes opciones para su alojamiento ya sea si quieren algo más moderno o algo más rustico. A continuación se mencionan medidas para desarrollar infraestructuras sostenibles en un centro ecoturístico:

1. Construcciones simples que no rompan la armonía del lugar.
2. Utilización de materiales semejantes, a los que se utilizan en la zona.
3. El estilo de los edificios debe ser similar al de las casas de los habitantes locales.



4. Evitar la construcción en los lugares situados en el curso natural de un río, en pasos de los animales que puedan interrumpir sus migraciones.
5. Construir en los lugares más recónditos y escondidos posibles para pasar desapercibidos para los animales.
6. Las facilidades turísticas deben situarse próximas entre si, mientras que los edificios administrativos deben estar juntos, pero en otro lado, de manera que los ecoturistas tengan claro cual es su zona y cual no.
7. Uso de técnicas de ecodiseño para una mayor sostenibilidad en todos los edificios.

1.9.1.5 Ecotransporte

El transporte de ecoturismo son muchos y muy variados, desde un avión que traslada a los turistas o hasta los medios que se utilizan para llegar a la zona elegida. En el caso de Bacalar, los medios de transporte que existen son muy eficientes, ya que es fácil su acceso para llegar a el, en el caso de los vehículos que seria el principal o por medio de una lancha, viniendo de la Bahía de Chetumal, pasando por el Rio Hondo, hasta llegar a la Laguna de Bacalar (Casasola, Luis, 1990).

Algunos tipos de Ecotransporte o transporte de ecoturismo son los siguientes:

- Elefantes
- Camellos
- Burros
- Caballos
- Carros



Dos son las modalidades del ecoturismo hoy día, reconociendo que estas han ido evolucionando de manera rápida:

- Turismo Rural
- Turismo de Aventura

1.9.2 Turismo rural

El Turismo Rural el cual lo podemos definir como aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto respetuoso con el entorno natural y que tiene interrelación con la población local. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía (Grolleau, Henri, 1990).

Las actividades que se pueden realizar principalmente son:

A. Talleres artesanales

La experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y procedimientos autóctonos. Existen talleres de alfarería, madera, piel, vidrio, barro, papel, juguetes, fibras vegetales, etc. (Grolleau, Henri, 1990).

B. Etnoturismo

Viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.



C. Vivencias místicas

Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.

D. Fotografía rural

Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes del ambiente rural (Grolleau, Henri, 1990).

E. Talleres gastronómicos

Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que ofrecen los anfitriones de los lugares visitados.

F. Preparación y uso de medicina tradicional.

El conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana, que es la preparación y uso de medicina tradicional.

G. Ecoarqueología

Estos viajes a zonas arqueológicas implican interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas, así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental.



1.9.2.1 El turismo rural es posible en “Bacalar” porque:

- Posee atractivos rurales para el turista.
- Se realiza sin dejar de lado las laborales habituales del campo.
- En el mundo entero está creciendo la cantidad de turistas que se interesan por la vida rural.
- Genera otras alternativas de trabajo para la familia campesina y, en especial, para el joven y la mujer rural (Grolleau, Henri, 1990).

1.9.2.2 Objetivos del desarrollo del turismo rural.

El objetivo del desarrollo del turismo rural es promover una estrategia para la lucha contra la pobreza, ya que contribuye a diversificar la oferta turística nacional, a través de la promoción del desarrollo de productos turísticos en el ámbito rural, garantizando la participación de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales, así como la generación de empleo y mejora de ingresos, teniendo como eje fundamental y base sólida la capacitación al prestador del servicio turístico en el ámbito rural.

1.9.2.3 Condiciones para el desarrollo del turismo rural.

- Existencia de actividades agropecuarias, pecuaria, agrícola, cultivos tradicionales, agroecología forestal, agroforestal, manejo de fauna, comunidades, recursos naturales y culturales capaces de generar un interés en el visitante y/o especialista.
- Debe visualizarse como una fuente de ingresos complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; pudiendo convertirse en una actividad principal (Grolleau, Henri, 1990).
- Que exista participación e involucramiento de manera directa e indirecta de la población local en la actividad y su comercialización.
- Presencia de liderazgo en la comunidad.



- La Comunidad debe ser consciente de los cambios potenciales que el turismo trae consigo y debe tener el interés por el desarrollo de la actividad turística.
- La no existencia de peligros evidentes contra el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
- Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
- Servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, actividades de esparcimiento y recreación potenciales o actuales, adecuados al contexto local natural y cultural.
- Los productos que se elaboren deben basarse en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades.
- Que las características del emprendimiento cubran las necesidades reales o potenciales del mercado (Grolleau, Henri, 1990).

1.9.2.4 Características del turismo rural.

- Actividad económica.

El turismo rural brinda la oportunidad de generar ingresos y crear empleos. Por consiguiente, se trata de una actividad que puede fomentar una actividad económica adicional, además de complementar las actividades económicas rurales tradicionales actualmente en decadencia (por ejemplo, la agricultura) y, por lo tanto, frenar la despoblación rural. Para el poblado de "2Bacalar" esto es de gran ayuda, pues como se menciona le ayudaría a generar ingresos y empleos para los pobladores y no tener la necesidad de ir a otros lugares a conseguir empleo, y le sirve de apoyo para promover las actividades culturales de la sociedad.



- Protección del medio ambiente.

Para “Bacalar” el medio ambiente tiene una importancia fundamental ya que es su mayor riqueza y base para el turismo rural. Para garantizar la protección del medio ambiente, es esencial establecer una legislación apropiada, llevar a cabo una planificación equilibrada y adoptar las mejores prácticas para la gestión de las empresas del turismo rural (Casola, Luis, 1990).

- Calidad de vida.

Las llegadas de turistas a Bacalar” puede ayudar a mantener y mejorar la viabilidad de los servicios e infraestructura actuales (por ejemplo, los comercios), contribuyendo de este modo a mejorar la calidad de vida general de la población local.

1.9.2.5 Promoción y marketing del turismo rural.

Los destinos del turismo rural pueden comercializarse a sí mismos de diferentes formas. Cabe destacar los siguientes elementos que deberían figurar en la estrategia de marketing:

- Utilización de una marca.

La creación de una marca o “identidad” puede ayudar a los destinos del turismo rural a tomar posiciones en un mercado cada vez más competitivo. La utilización de una marca también puede servir de garantía para los clientes potenciales. Las marcas pueden utilizarse para apoyar la actividad de marketing principal, pero también deberían figurar en las informaciones proporcionadas a los turistas, la señalización y los artículos en venta (Casola, Luis, 1990).



➤ Tour operadores.

También puede recurrirse a los tour operadores para promover los lugares de alojamiento en los destinos rurales. Para los lugares de alojamiento recientemente establecidos, los tour operadores ofrecen la ventaja de conocer el mercado del turismo. Destinos de turismo rural pueden ser incluidos en itinerarios cuyo producto principal sea otro.

➤ Marketing directo – Internet.

Un número creciente de destinos del turismo rural está adoptando una política de marketing directo para comercializar sus productos. A este respecto, Internet constituye un instrumento ideal para promover los productos del turismo rural (Casola, Luis, 1990).

➤ Iniciativas transfronterizas.

Los destinos del turismo rural lindantes con las fronteras están bien situados para tomar parte en iniciativas transfronterizas, que podrían basarse en la cooperación mutua, la formación o el marketing. Es especialmente importante donde una región geográfica o etnográfica esté dividida por una frontera política. Desde la perspectiva del consumidor, una oferta del turismo rural que combine unas vacaciones en dos países diferentes es extremadamente atractiva.

➤ Canales y métodos convencionales

- Folletos, catálogos, ferias nacionales e internacionales.



➤ El fenómeno "boca a oreja"

Por el cual el turista satisfecho regresa y habla positivamente de su experiencia (Casola, Luis, 1990).

➤ Inversión y financiación

Si bien el turismo rural es una actividad esencialmente del sector privado y de las empresas pequeñas en particular, es necesario invertir en la industria a varios niveles para impulsar el turismo y garantizar a los visitantes una experiencia agradable y de calidad. El turismo rural no sólo requiere inversiones financieras, sino también una inversión considerable en recursos humanos en términos de tiempo y energía (Casola, Luis, 1990).

Los actores principales en materia de inversión y financiación son los siguientes:

➤ Sector privado.

Los particulares deben estar dispuestos a asumir ciertos riesgos para poder tomar parte en el turismo, ya que el sector privado será el que más beneficios obtenga del mismo (Casola, Luis, 1990).

➤ Apoyo estatal

Es improbable que el sector privado invierta en turismo rural, a menos que el Estado ofrezca diversos tipos de apoyo:

- Asistencia técnica
- Desarrollo de la infraestructura (por ejemplo, carreteras, señalización, información al turista)

- Desarrollo de proyectos turísticos “bandera” en lugares estratégicos.
- Concesión de subvenciones para empresas de reciente creación, o de subvenciones o créditos para mejorar las ya establecidas.
- Programas de incentivos fiscales (por ejemplo, reducir los tipos impositivos en las zonas no desarrolladas para atraer a entidades promotoras)
- Apoyo en marketing: inclusión en folletos, sitios web nacionales, etc.

1.9.3 Turismo de aventura

No ha habido concordancia respecto a la definición de turismo de aventura. A continuación se mencionan tres diferentes definiciones que contienen elementos similares:

El turismo activo, o denominado también deportivo y de aventura, es una oferta turística que gana cada año mas adeptos por todo el mundo, de hecho es una de las formas de turismo mas difundidas en Internet, lo que ha potenciado la demanda y fortalecido su crecimiento (Sung, 1996).

Los deportes más frecuentes en el turismo activo deportivo o de aventura son:

- Espeleología (Cuevas),
- Excursiones 4x4
- Kayac (Canoa de río)
- motoacuática,
- Piragua (Canoa de lago)
- Mountain bike (Bicicleta)
- Windsurf (Vela),
- Esquí acuático
- Camping
- Alpinismo



La segunda definición dice que la suma de los fenómenos y de las relaciones que surgen de las interacciones de las actividades turísticas de aventura con el medio ambiente natural, lejos del área de residencia habitual del participante y que contiene elementos de riesgos en el que el resultado o desenlace está influenciado por la participación, escenario y organizador de la experiencia del turista (Sung, 1996).

Por ultimo es una definición compuesta por varios autores que dice: "Toda búsqueda que brinde una experiencia significativa inherentemente humana que se relacione directamente con un medio particular al aire libre: aire, agua, colinas, montañas" (Darst y Armstrong, 1980).



Capitulo 2

Antecedentes: Othón P. Blanco y Bacalar



2.1 Introducción

En este apartado se aborda la historia de Othón P. Blanco, su localización en el espacio, la extensión que abarca y la división territorial, el clima que predomina en el municipio, los principales ecosistemas, su hidrografía, flora y fauna, vías de comunicación y sus principales actividades económicas.

Después se habla de Bacalar, donde se detalla su historia durante las diferentes etapas que ha atravesado, tales como antes y después de la conquista, durante la colonia y la guerra de castas. Seguidamente se describen los tipos de suelos que podemos encontrar, el clima, la flora y fauna existente. Inmediatamente, se presentan las características de la cultura, la vivienda, las vías y redes de comunicación, salud, educación, la estructura urbana del poblado, el equipamiento y servicios, la imagen urbana y el espacio público.

Para finalizar el capítulo se habla sobre un tema medular de este trabajo, el turismo en Bacalar, las instalaciones turísticas, sus atractivos turísticos y por último se da un panorama general sobre el reciente nombramiento de dicho lugar como Pueblo Mágico.



2.2 Othón P. Blanco

2.2.1 Cronología

- 1194 Inicia el período del Mayapán.
- 1544 Cae Chactemal en manos de Pacheco encomendado por Francisco de Montejo.
- 1847 Estalla en esta región la Guerra de Castas.
- 1849 Los yucatecos recuperan Bacalar.
- 1858 Bacalar vuelve a manos de los mayas.
- 1898 Se funda la población de Payo Obispo.
- 1936 Payo Obispo cambia su nombre por el de Chetumal.
- 1955 El huracán Janet destruye casi totalmente a la ciudad de Chetumal.
- 1975 Creación del Municipio de Othón P. Blanco

2.2.2 Historia

Los primeros pobladores del territorio que hoy pertenece al municipio de Othón P. Blanco fueron los mayas. Se tiene noticias de que los mayas itzáes, que penetraron en la península al decaer la civilización Clásica maya (320 a 946 d. C.), dominaron Bacalar y Chetumal hacia el año 950. Durante esa época existió la Confederación de Mayapán; tras la caída de ésta en 1194, comienza el llamado período de Mayapán, siendo la tribu de los putunes los que dominaron la región de Bacalar y Chetumal. Al arribar los conquistadores españoles al actual estado de Quintana Roo, éste se hallaba fragmentado en cuatro cacicazgos: Uaymil (cuyo punto más importante era Bakhalal) y de Chactemal. Los caciques de Chactemal dominaban a los de Uaymil. Chactemal se extendía desde el actual Bacalar hasta New River, en Belice.



Se trataba de una península agrícola que había permitido el crecimiento de la ciudad de Chactemal, a orillas del río Hondo. Cuando el adelantado Francisco de Montejo recorrió el oriente de la península, se dio cuenta que la provincia era lo mejor que había encontrado, dado su desarrollo agrícola. Montejo encomendó a Alonso Dávila la conquista de Chactemal. Dávila comenzó la empresa en 1531, pero fracasó; en 1544 cayó Chactemal al fin, en manos de Pacheco, quien había sido encomendado en 1543, por Montejo para tal empresa. Durante la Colonia, Bacalar fue una de las poblaciones más importantes de la península. La agricultura de Chactemal había desaparecido. Durante el siglo XVIII Bacalar fue fortificada para defenderla de los corsarios ingleses y franceces que dominaban toda la costa oriental de Quintana Roo. También desde allí se defendía al territorio de las incursiones de los ingleses cortadores de palo de tinte. En 1847 estalló en la región la Guerra de Castas, y en 1849 los yucatecos recuperan Bacalar, pero en 1858 vuelve a caer en manos de los mayas. En 1893 Porfirio Díaz resuelve los conflictos fronterizos existentes con Belice a través de la firma del tratado Mariscal Spencer, con lo cual los mayas pierden su fuente de aprovisionamiento de material bélico. En 1898 llegó a Payo Obispo el almirante Othón P. Blanco, comisionado por el Gobierno mexicano para asegurar la frontera.

Con tal fin, funda en la Bahía de Payo Obispo, una ciudad a la que da el mismo nombre, en honor de Fray Payo Enríquez, obispo de Guatemala y posteriormente virrey de la Nueva España, que visitara la zona en la época Colonial. En 1915 Payo Obispo, por decisión de Salvador Alvarado, se convirtió en la capital del territorio. Entre 1931 y 1935, la ciudad sufrió una gran decadencia a causa de la fusión del territorio con las entidades vecinas, pero al reconstruirse éste, la ciudad reanuda su crecimiento, instalándose allí los poderes del gobierno. En 1936 el nombre de Payo Obispo se sustituye por el de Chetumal. La ciudad de Chetumal registra como principal acontecimiento a lo largo de su existencia el embate del ciclón Janet el 27 de septiembre de 1955, que dejó a la ciudad casi totalmente destruida. Actualmente, el municipio de Othón P. Blanco, que sustituyó a partir de 1947 a la delegación de Payo Obispo, basa su economía en el



comercio de zona libre y las actividades administrativas, concentradas en Chetumal, y en la producción agropecuaria, que tiene su máximo desarrollo en la ribera del río Hondo.

2.2.3 Localización

El municipio de Othón P. Blanco se localiza en el sur del Estado de Quintana Roo, entre los 19° 14' y 70° 50' de latitud norte y los 87° 15' y 89° 25' de longitud oeste. Al norte colinda con los municipios de Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos; al este limita con el Mar de las Antillas; al sur hace frontera con Belice y Guatemala, siendo el único municipio del país que posee frontera con dos países; y al oeste colinda con el estado de Campeche. En Othón P. Blanco se encuentran las mayores altitudes que existen en Quintana Roo, que son de alrededor de 300 metros. Es también el municipio más grande del estado, con una extensión de 18,760 kilómetros cuadrados, que representan el 36.9 por ciento de la superficie total de Quintana Roo. La población del municipio habita en 482 localidades, siendo las más importantes Chetumal (cabecera del municipio y capital estatal), Bacalar, Xul-há, Nuevo Álvaro Obregón, Calderitas, Ingenio Álvaro Obregón, Nicolás Bravo, Sergio Buitrón Casas, Nuevo Ucum y Limones.

(<http://www.qroo.gob.mx/qroo/Estado/Othon.php>)

2.2.4 Extensión y división territorial

El municipio cuenta con una extensión de 18,760 km², lo que representa el 36.9% del total de la entidad, y por lo tanto lo convierte en el municipio más extenso del Estado. En este municipio se encuentran las mayores altitudes del Estado, que son alrededor de los 250 metros sobre el nivel del mar. Esta zona elevada está separada de la zona de planicies por bruscos escalones que corresponden a líneas de falla. En la zona de la planicie, la más extensa del municipio, se encuentra un gran número de áreas deprimidas denominadas "bajos" en las que se forman las aguadas. La población del municipio habita en



482 localidades, siendo las mas importantes de Chetumal (cabecera municipal y capital del Estado), Bacalar, Xul-Ha, Nuevo Alvaro Obregon, Calderitas, Nicolas Bravo, Sergio Butron Casas, Ucum y Limones.

2.2.5 Clima

En general el clima del municipio es calido subhumedo con regimen de lluvias en verano, pero las variaciones que existen en las precipitaciones totales anuales en distintos puntos de la superficie municipal hacen que se presente tres tipos de subclimas. El subtipo mas humedo se encuentra en dos zonas aisladas; en la costa y el este del municipio; y a lo largo de la frontera con Guatemala y Belice, en el extremo sur del territorio municipal. Alli la precipitacion llega a los 1,500 milímetros. Existen dos pequeñas porciones del subtipo mas humedo, en donde la precipitacion anual es poco mas de 1,000 milímetros. En el resto del municipio se encuentra el subtipo intermedio, que es el predominante, y cuya precipitacion es de 1,200 y 1,300 milímetros al año. Las temperaturas medias anuales oscilan entre los 25 °C y 27°C. Los vientos predominates son los que provienen del mas de las Antillas , que llegan al continente cargados de humedad (TG155 H47 – 2007).

2.2.6 Principales Ecosistemas

Los diferentes tipos de vegetacion que se encuentran en la entidad, se deben al clima subtropical, suelos con poca tierra vegetal y un manto freatico cercano a la superficie. En el municipio se presentan las siguientes categorias generales: a) Bosque tropical Perennifolio, que incluye un complejo conjunti de asocioaciones vegetales, con especies dominantes como el Ramon y Zapote asi como la presencia de especies trepadoras como lianas y bejucos, tambien se presentan una gran variedad de orquideas. B) Bosque tropical Subcaducifolio se presenta en climas mas secos que el anterior, la altura de loa arboles no pasa de 25 metros y pierden sus hojas una vez al año, tambien se presentan especies



trepadoras y orquideas. C) Bosque espinoso que comprende una serie heterogenea de bosques bajos con un alto contenido de espinas. Abuanda en una franja en el litoral sureste. Y D) Vegetacion acuatica y subacuatica que se presentan en la lagunas salobres y pantanos. (TG155 H47 – 2007).

2.2.7 Litorales

El mar de Quintana Roo es poco profundo, lo que hace que el Estado posea una plataforma muy tendida hacia el norte y noreste: existe en el litoral quintanarroense un gran numero de accidentes geograficos: islas, puntas, bahias, cabos , bancos , cayos, etc. La formacion especial del litoral quintanarroense, determina que presenta condiciones favorables para su utilizacion desde el punto de vista recreativo y comercial.

El litoral principal del municipio de Othon P. Blanco es el que va desde punta pulticu hasta Xcalak, dicho litoral, es una costa plana con vegetación alta; el municipio posee un litoral costero que por sus características geomorfológicas y biológicas es único en todo el país, frente a la costa existe una barrera de arrecifes y acantilados que corre paralela a una distancia de 1 a 1 y media millas, ésta es parte de la que se considera la segunda barrera arrecifal más larga del mundo. Por su parte, el litoral de la bahía de Chetumal corresponde a México desde el paso de Bacalar chico, siguiendo el contorno interior hasta la desembocadura del Río Hondo, la costa se presenta baja cubierta de manglares y pantanos; tiene poca profundidad, el agua es tranquila y turbia por la sedimentacion acarreada por el Río Hondo cuyas aguas con contenidas por la masa marina mientras logran mezclarse. (TH A768 M36, 2002)

2.2.8 Hidrografía

Para muchos países, el agua de los ríos es el elemento primordial en el desarrollo agrícola, de las comunicaciones, la industria y el comercio. La



importancia radica, en el interés real que puedan tener los accidentes hidrológicos para la vida económica.

Sobre el relieve terrestre del municipio no existen corrientes superficiales de agua. El líquido de la lluvia desaparece por absorción, el escurrimiento es nulo y la evaporación es máxima por la elevada temperatura. Al filtrarse el líquido, realiza un desgaste subterráneo; esta erosión ahueca las rocas del subsuelo llevando las partículas a los bajos fondos; provoca derrumbes en los trechos de menor resistencia y forma depósitos llamados cenotes. El único río de importancia es el Hondo que sirve de límite con Belice, se considera que su lecho es el resultado de una falla geológica (TH A768 M36, 2002).

El Río Hondo corre en dirección general al noroeste, partiendo de Dos Bocas, hasta la población de Juan Sarabia y luego hacia el oriente, hasta su desembocadura. Su longitud, tomando el origen de Chetumal, es de 120 kilómetros hasta Dos Bocas. Su anchura es variable, fluctuando entre los 4 y 16 metros y la profundidad va de 6 a 12 metros. Sin embargo, a pesar de no contar con ríos, existen importantes lagunas como Bacalar, San Felipe, Milagros y Guerrero (TH A768 M36, 2002).

2.2.9 Relieve

Entre un 65 y 75 % de la superficie municipal está formada por un sistema de llanura con diferentes fases: al centro y a lo largo del Río Hondo se presentan un piso rocoso e inundable; al este y noroeste un piso rocoso y salino, alrededor de la Bahía de San José zonas inundables; y al norte un piso rocoso. El segundo sistema en importancia es el de lomerío asociado con llanura ubicada al oeste, suroeste y noroeste del municipio, por último, una franja de playa que corre a lo largo del litoral del mar Caribe.



Las características morfológicas del relieve del municipio de Othon P. Blanco son idénticas a las de la península de Yucatán, la cual se define como una masa compacta que carece de fractura con relieve plano irrumpido por pequeñas colinas y numerosas hondonadas con suave declive de norte a sur con una altura media de 10 metros sobre el nivel del mar.

Sin embargo en el municipio se encuentran las mayores altitudes del Estado, las cuales con el cerro del El Charro con una altitud de 230 metros, seguido por el cerro de Nuevo Becar y El Pavo, con altitudes de 180 y 120 metros respectivamente. En la zona planicie, la más extensa del municipio, se encuentra un gran número de áreas deprimidas denominadas "bajos" en las que se forman las aguadas (TH A768 M36, 2002).

2.2.10 Suelos

El suelo es el resultado de la acción del clima, la plantas, los animales y la topografía sobre el sustrato geológico, llamado roca madre, en el caso del municipio de Othon P. Blanco, roca caliza. En el municipio existe una gran variedad de suelos, pero predominan las rendzinas y litosoles, a continuación se realiza una breve descripción de ellos. (TH A768 M36, 2002)

Gleysol. Se le denomina a suelos que se encuentran en casi todos los climas, en zonas donde se acumula y estanca el agua, cuando menos en la época de lluvias, como las lagunas costeras o las partes bajas y planas de los valles y llanuras. Se caracterizan por presentar, en la parte en donde se saturan con agua, colores grises, azulosos o verdosos, que muchas veces al secarse y exponerse al aire se manchan de rojo. La vegetación natural que presentan estos suelos es de pastizal, y en algunos casos en las zonas costeras, de cañaverales o manglar. Muchas veces, estos suelos presentan acumulación de salitre. Se usan en México para la ganadería de bovinos con rendimientos de moderados altos, estos últimos sobre todo en el sureste. En algunos casos se pueden utilizar para la agricultura



con cultivos que toleran la inundación o la necesitan, tales como el arroz o la caña con buenos resultados. Este tipo de suelo se presentan en el oeste del municipio.

Litosol. Son suelos que se encuentran en todos los climas y con diversos tipos de vegetación. Se caracterizan por tener profundidad menor de 10 centímetros hasta la roca. Tienen características muy variables, en función del material que los forma. Pueden ser fértiles o infértiles, arenosos o arcillosos.

El uso de estos suelos depende principalmente de la vegetación que los cubre. En bosques y selvas su utilización es forestal; cuando presentan pastizales o matorrales se puede llevar a cabo algún pastoreo más o menos limitado, y en algunos casos se usan con rendimiento variable para la agricultura, sobre todo de frutales, café y nopal (TH A768 M36, 2002).

Regosol. Son suelos que se pueden encontrar en distintos climas y con diversos tipos de vegetación. En general son claros y se parecen bastante a la roca que los subyace, cuando no son profundos. Se encuentran en las playas, dunas y, en mayor o menor grado, en las laderas de todas las sierras mexicanas, muchas veces acompañado de litosoles y de afloramiento de roca o tepetate.

Frecuentemente son someros, su fertilidad es variable y su uso agrícola está principalmente condicionado a su profundidad y al hecho de que no se presentan pedregosidad. En las regiones costeras se usan algunos regosoles arenosos para cultivar cocoteros y sandía, entre otros frutales, con buenos rendimientos. Estos suelos son de susceptibilidad variable a la erosión. El subtipo presente es: calcario, son suelos ricos en cal y los más fértiles de los regosoles. Se presenta en pequeñas porciones de la zona costera del municipio (TH A768 M36, 2002).



Rendzina. Estos suelos se presentan en climas cálidos o templados con lluvias moderadas o abundantes. Su vegetación natural es matorral, selva o bosque. Se caracterizan por poseer una capa superficial abundante en humus fértil, que descansa sobre roca caliza o algún material rico en cal. No son muy profundos y generalmente arcillosos cuando se encuentran en llanos o lomas suaves se utilizan sobre todo en Tamaulipas o la península de Yucatán, para sembrar henequén con buenos rendimientos, y maíz, con rendimientos bajos o moderados, pero son gran peligro de erosión en las laderas y lomas. El uso forestal de estos suelos depende de la vegetación que presentan, su susceptibilidad a la erosión es moderada. Se localiza en la zona centro y oeste del municipio.

Solonchak. Son suelos que se presentan en diversos climas, en zonas en donde se acumula el salitre, tales como lagunas costeras y lechos de lagos o en las partes más bajas de los valles y llanos de las zonas secas del país. Se caracterizan por presentar un alto contenido de sales en alguna parte del suelo o en todo él. Su vegetación, cuando la hay, está formada por pastizales o por algunas plantas que toleran el exceso de sal. Su uso agrícola se encuentra limitado a cultivos muy resistentes a las sales. En algunos casos es posible eliminar o disminuir su concentración de salitre por medio del lavado, el cual los habilita para la agricultura. Su uso pecuario depende de la vegetación que sostenga, pero cualquier forma, sus rendimientos son bajos. Se presentan en pequeñas porciones de la zona costera municipal (TH A768 M36, 2002).

Vertisol. Son suelos que se presentan en climas templados y cálidos, en zonas en las que hay una marcada estación seca y otra lluviosa. La vegetación natural de estos suelos va desde las selvas bajas hasta los pastizales y matorrales de los climas semisecos. Se caracterizan por las grietas anchas y profundas que aparecen en ellos en la época de sequía. Son suelos muy arcillosos, frecuentemente negros o grises en las zonas del centro y oriente de México y cafés fojizos en el Norte.



Son pegajosos cuando están húmedos y muy duros cuando están secos. A veces son salinos, su utilización agrícola es muy extensa, variada y productiva y casi siempre muy fértiles pero presentan ciertos problemas para su manejo, ya que su drenaje. Estos son los suelos donde se produce la mayor cantidad de la caña de azúcar mexicana, así como el arroz y el sorgo, todos ellos con buenos rendimientos. Se presentan en una porción de regular tamaño en la zona oeste del municipio (TH A768 M36, 2002).

2.2.11 Flora y Fauna

La vegetación que más superficie ocupa en el municipio es la selva mediana subperennifolia, asociación que predomina en el estado, en ésta las especies más importantes son el zapote, el yaaxnik y el ramón. En forma de manchones, alternándose con la selva mediana y con el tular, se presenta la selva baja subperennifolia, cuyos árboles más altos no rebasan los 10 metros de altura. Al suroeste del municipio existe una extensión notable de selva alta subperennifolia, en donde aún hay un número significativo de caobas; se encuentran además zapote y pucté, entre otras especies. Hacia la costa resaltan amplias superficies de tular, y manglar, pero en pequeña cantidad. La fauna está compuesta por una gran diversidad de especies, la mayoría de origen tropical, tales como serpientes y otros reptiles, tortuga, tucán, loro, pavo de monte, gaviota, jaguar, jabalí y muchas especies más (<http://www.qroo.gob.mx/qroo/Estado/Othon.php>).

2.2.12 Vías de comunicación

El total de las comunidades mayores de 50 habitantes cuentan con caminos de acceso, en el municipio existen dos carreteras principales, una que enlaza con el vecino estado de Campeche y otra que atraviesa la entidad hacia el norte, la cual permite el acceso al municipio de Felipe Carrillo Puerto, de esta existe otra más que accede a Yucatán por una vía más corta. Otras carreteras importantes



son la que corre paralela al Río Hondo hasta la frontera con Belice y la carretera Cafetal–mahahual que comunica al litoral del Mar Caribe. Se tiene un aeropuerto internacional y 4 aeropistas, que están localizadas en diversos centros de interés turístico: Kohunlich, Xcalak, Mahahual y Pultikú. Existe una central camionera en la cabecera municipal, así como una central para autobuses que realizan el transporte al interior del municipio y con el vecino país de Belice. Existe una terminal marítima con instalaciones para el atraque de transbordadores en Chetumal y otra terminal para transbordadores en Punta Calentura, cercano a Xcalak; en El Ubero existe un muelle para recepción de cruceros vía tenders, en Xcalac y Mahahual se tienen muelles de madera para pescadores y en Banco Chinchorro una estación de apoyo para actividades de investigación y turísticas.

Se dispone de servicio telefónico particular en las localidades de mayor número de habitantes, así como de telefonía celular y localizadores. Para las localidades rurales existe el servicio de telefonía por caseta. El servicio postal se presta a través de 3 Administraciones en Chetumal, Bacalar y Nicolás Bravo, 6 Sucursales, 13 Agencias y buzones en 7 localidades. El servicio telegráfico se tiene en Chetumal, Bacalar, Xcalac y Nicolás Bravo (www.ieqroo.org.mx/webcapa/Archivos/OPB.doc).

2.2.13 Actividad económica

A) Agricultura

Se practica la agricultura en buena parte de la zona, se tiene una región cañera importante y se cultiva también arroz y productos hortofrutícolas, entre los que destaca el chile jalapeño. Se efectúa en dos ciclos anuales: el de primavera verano y el de otoño – invierno. El principal método de cultivo es conocido como milpa, que se realiza en terrenos de temporal y sin mecanizar, en donde se cultiva principalmente el maíz, frijol y calabaza intercalado con hortalizas como tomate, chile, pepino. En las áreas mecanizadas se cultiva el sorgo, maíz, frijol, cacahuate



y hortalizas. Existen huertos frutícolas dedicados principalmente al cultivo de cítricos.

B) Ganadería

A través del Programa Ganadero Estatal se ha fomentado de 1993 a la fecha el establecimiento de praderas, el rescate de tierras ociosas y la construcción de infraestructura, para esta actividad. También se apoyó la creación de agroasociaciones entre ejidatarios y particulares, se iniciaron programas de mejoramiento genético y de apoyo técnico; de esta forma el hato ganadero se incrementó en forma sustancial y actualmente apoyada por el Rastro TIF y una planta procesadora de leche, la actividad ganadera se cuenta entre las más importantes del municipio.

(www.ieqroo.org.mx/webcapa/Archivos/OPB.doc)

C) Forestal

La actividad forestal es importante en el municipio. En 1997 aportó el 30% de la producción de maderas preciosas y el 23% de maderas duras tropicales; existen alrededor de 16 centros de almacenamiento y transformación de la madera y buena parte de la producción se destina a la exportación. Destaca en este rubro que la explotación forestal se realiza en base a un programa de manejo sustentable y que tres ejidos cuentan con la certificación internacional al respecto.

D) Pesca

Los principales productos pesqueros son: langosta, tiburón, caracol y escama, existen 5 cooperativas pesqueras que operan básicamente en la Costa Maya.



E) Industria

Existe una zona industrial cercana a la capital, que cuenta con algunos establecimientos en operación, sin embargo no se trata de una actividad significativa en el contexto económico municipal.

F) Turismo

Debido a las características y la biodiversidad del municipio se estableció un programa de turismo alternativo, que combina las visitas a las zonas arqueológicas, la práctica de deportes acuáticos y el hospedaje en cabañas construidas con materiales de la región, a éste se le ha denominado programa Ecoturístico de la Zona Sur y contempla también la creación de infraestructura de baja densidad en la llamada Costa Maya, que comprende desde Xcalak hasta Punta Herrero.

(www.ieqroo.org.mx/webcapa/Archivos/OPB.doc)

G) Comercio

Hasta antes de la apertura comercial de nuestro país, Chetumal se consideró como un importante centro comercial de artículos de importación, debido al establecimiento de zona libre, sin embargo actualmente sólo cuenta con el régimen de región fronteriza que le permite ciertos beneficios al comercio. De tal manera, que se registra una actividad comercial importante pero ésta se vincula al comercio de productos nacionales. Se tiene en la capital todo tipo de comercios y las localidades con mayor número de habitantes del municipio, también cuentan con tiendas de diferentes giros que permiten el abasto de los consumidores.



H) Servicios

En la cabecera municipal existe una oferta suficiente de servicios, se tienen restaurantes, hoteles, agencias de viaje, transporte, servicios profesionales, centros de diversión, entre otros (www.ieqroo.org.mx/webcapa/Archivos/OPB.doc).

2.3 Bacalar

2.3.1 Historia de Bacalar

Bacalar se encuentra situada en el sur del Estado de Quintana Roo a unos 40 km al norte de la capital, Chetumal. Pertenece al Municipio de Othón P. Blanco. Bacalar se encuentra situada en la ribera de la Laguna de Bacalar, la más importante de las lagunas del sur quintanarroense y de gran atractivo turístico.

La comunidad de Bacalar pasó por varias etapas a lo largo de su historia como se menciona a continuación:

A. Antes de la Conquista.

En los últimos tiempos anteriores a la llegada de los españoles la península de Yucatán estaba organizada en 16 cacicazgos, cuatro de los cuales se localizaron en la parte oriental de la península. Estos cacicazgos fueron: Ecab, Cochuah, Uaymil, y Chactemal.

Bacalar fue una de las poblaciones más importantes del cacicazgo de Uaymil, su importancia se debió a que fue un centro de transferencia de mercancías que venían de Centroamérica y diversas partes de la península yucateca. La Enciclopedia de Quintana Roo menciona que entre el período 415-435 Bacalar es descubierta por los Itzáes quienes la fundaron con el nombre de Siyancaan Bakhahal (Enciclopedia de Quintana Roo, 1998).



B. Después de la Conquista.

En 1528 el adelantado Francisco de Montejo inspeccionó la costa oriental de la península y encomendó al teniente Alonso de Ávila explorar la región de Uaymil. Después de la exploración se establecieron cuarteles generales que fueron atacados por los grupos mayas nativos. Algunos de estos mayas murieron mientras que otros huyeron hacia el interior de la península o más hacia el sur. Entre 1544-1547 se estableció, en el mismo lugar en donde se encontraba Siyancaan Bakhhalal la nueva villa española de Salamanca de Bacalar a mando de Melchor Pacheco; esta fue una etapa de resistencia por parte de los mayas nativos, quienes fueron controlados por medio de una nueva administración: Las Encomiendas. Con esta nueva administración los mayas que se encontraban dentro de la región fueron obligados a tributar con trabajo o productos del campo a los encomenderos (Gerhard, 1991, p. 55-57).

Junto al establecimiento de la encomienda se instala en la Villa de Salamanca de Bacalar un cabildo que tuvo como fin resolver los conflictos entre los encomenderos y los mayas nativos. A pesar de esta administración la región que ocupaba la Villa de Salamanca de Bacalar no dejó de ser una de las encomiendas menos prosperas de Yucatán. Esto se debió a dos motivos principales: la lejanía con otras encomiendas aunado a la casi desaparición de la población nativa, y los constantes ataques por parte de los piratas ingleses establecidos en la parte norte del río Hondo. Debido a esto, para 1652 los habitantes de la Villa de Salamanca de Bacalar habían dejado su territorio y se trasladaron tierra adentro, hacia el pueblo maya de Pachá4, y posteriormente a la encomienda de Chunhuhub (Gerhard, 1991, p. 57).

En 1727 un destacamento enviado por el gobernador de Yucatán, el Mariscal Antonio de Figueroa y Silva, recuperó la antigua Villa de Salamanca de Bacalar que durante mucho tiempo había sido ocupada por los ingleses interesados en obtener el palo de tinte, material útil para su industria textil



naciente. Por ordenes de los reyes de España el capitán Alonso de Figueroa y Silva construyo entre 1729 y 1733, en la antigua villa de Salamanca de Bacalar, un fuerte que protegiera al sitio y a su nueva población traída principalmente de las Islas Canarias (Hoy, 1971, p. 35) "En su versión original el Fuerte de San Felipe, como se llamó, era un cuadro bastante reducido con cuatro baluartes: San Antonio, Santa Ana, San José, y San Joaquín" (Enciclopedia de Quintana Roo, 1998, p. 304). A pesar de la construcción del fuerte de San Felipe los españoles no lograron detener los ataques ingleses, quienes además seguían explotando los recursos madereros de la región sur de Bacalar.

En 1763 el tratado de París hacia legal para Inglaterra la extracción de los recursos madereros (específicamente el Palo de tinte). Este tratado autorizó a los ingleses permanecer en esta área y tener libre transito, pero se prohibió la construcción de alojamientos permanentes y la edificación de bases militares. En Bacalar se estableció una guardia con el propósito de vigilar los acuerdos del tratado de París, pero al mismo tiempo esta guardia debía combatir el contrabando militar. En 1783 el tratado de Versalles al tiempo que reconoció la soberanía española en esta región asignó a los ingleses el área entre los ríos Belice y Hondo. Esto ocasiono que los asentamientos ingleses fueran reforzados con más colonizadores y esclavos negros (Gerhard, 1991, p. 58).

C. La colonia (Piratas en el Caribe)

A lo largo del siglo XVII Bacalar fue atacada por piratas y corsarios provenientes del Caribe, que llegaban a ella a través de canales para desembarcar en su laguna. En 1640, el pirata escocés Peter Wallace se estableció en el sur del actual Quintana Roo, y se dedicó a la explotación del palo de tinte, dando origen al primer asentamiento inglés al sur de río Hondo. Con la evolución de su apellido se nombró a la región Belice. En 1652 Bacalar fue arrasada por el cubano Diego el Mulato, que propició el abandono casi total de la costa oriental. Los ataques continuaron durante el siglo XVIII. Esto hizo que se tomara la decisión



de fortificar la ciudad y se erigió el fuerte de San Felipe de Bacalar, a orillas de la laguna. Convertido en un lugar seguro, Bacalar prosperó y exportaba caoba, palo de tinte, azúcar, ganados caprino y porcino y algunas frutas.

(http://www.caribemexico.com/espanol/conoce/historia/colonia/piratas_del_caribe).

Años después el pirata Henry Morgan estableció varias guaridas en la isla de Cozumel. Miguel Molas también se estableció en Cozumel, y su nombre perdura hasta hoy, pues en el extremo norte de la isla se halla Punta Molas. De otro pirata, conocido como Fermín Mundaca, aún quedan huellas en la hacienda que lleva su nombre en Isla Mujeres.

D. Guerra de Castas.

Durante los inicios de la Guerra de Castas la villa de Bacalar se convirtió en un punto importante por su ubicación geográfica. El 21 de Febrero de 1848 un grupo de indios comandados por Venancio Pec sitió Bacalar. Los habitantes de esta localidad que lograron huir se instalaron en el poblado de Corozal en la Intendencia de Belice. Fue así como Bacalar nuevamente quedó deshabitado y casi destruido; solamente los indios rebeldes permanecieron en el lugar, mismos que fueron reconocidos por la Intendencia de Belice como combatientes. Por tal motivo dicha Intendencia los amparó y los apoyó con el suministro de armas y parque (Hoy, 1971, p. 36).

A partir de entonces en la villa de Bacalar se realizaron diferentes enfrentamientos entre los grupos combatientes, pero hasta el final de la guerra de Castas la villa fue cuartel de los mayas rebeldes (Enciclopedia de Quintana Roo, 1998, p. 306-307).

Por mucho tiempo la importancia económica del país había recaído tanto en el centro como en el norte del mismo, dejando a un lado la región del Sur. Una de las características importantes de la región Sur del país, y en específico del estado



de Quintana Roo, es que se ubica en una región geográfica estratégica, porque limita con Centroamérica y el Caribe.

Fue hasta la década de 1970, cuando se iniciaron los proyectos de repoblamiento fronterizo, que el Gobierno Federal reconoce la validez del Estado. Estos programas tenían como objetivo trasladar, asentar y retener población en el estado de Quintana Roo, un área para muchos alejada e incomunicada del resto de México.

(http://www.ciencias.uqroo.mx/ordenamiento/Caracterizacion/CARACT_4_SOC_P ROD.pdf).

2.3.2.- suelos

En “Bacalar”, como en toda la península de Yucatán, sus suelos son muy semejantes y se conocen en lengua maya:

K'ANKAB: es un suelo rojo, arcilloso y granuloso con buen contenido de cal, hierro y óxido de aluminio. Los suelos de este tipo con capa fumífera se denominan EK'LU'UM. El k'ankab es el suelo más abundante y el de mejor calidad para el desarrollo de la agricultura mecanizada; se localiza al pie de las elevaciones.

TSEK'EL (lugar donde abundan las piedras sueltas), es un terreno delgado y pedregoso de un color gris oscuro, calcáreo, permeable y ligero en menor escala después del k'ankab, inapropiado para hacer sus milpas de temporal sembrado de maíz, calabaza, frijol, chile y papaya. La poca tierra que contiene revueltas con piedras es deficiente en manganeso y potasio. Cuando la tierra es oscura y humicocarbonatada, se dice que es ek'lu'um – tsek'el, se localiza en las partes altas y las laderas.



AK'ALCHE: En maya significa aguada, pantano, cienega. Es un suelo bajo con arboles en donde se empozca el agua de las lluvias. Son tierras negras cargadas de humus propias de los pantanos y de las sabanas. Es el suelo menos abundante.

SUELOS MIXTOS:

EL EK'LU'UM – K'ANKAB, suelo de color café rojizo; un migajón arenoso con un bien contenido de humus y de gran fertilidad.

EL TSEK'EL - K'ANKAB, un suelo también de color café rojizo con contenido de humus e inclusión de piedra caliza que también se emplea en la agricultura.

EL AK'ALCHE - TSEK'EL, es un terreno pantanoso y pedregoso con lamina de suelo muy delgada.

Más debajo de las capas de los suelos k'ankab, tsek'el y ak'alche se encuentra una franja de tierra blanca llamada SASKAB que emplean los albañiles en la construcción. Como a tres metros de profundidad viene apareciendo una capa de barro grisáceo muy peligrosa que hace que los pozos y las fosas se derrumben. Después viene otra capa de suelo arcilloso duro y por ultimo, se observa una veta rocosa en donde empiezan a aparecer los veneros acuíferos localizados entre los 12 y 17 metros de profundidad según la topografía del terreno.

2.3.3 Clima

Es tropical lluvioso (cálido húmedo), con lluvias torrenciales en verano, escasas en otoño y parte del invierno; con una temperatura máxima en el mes de enero de 22°C, media anual entre 24 y 26 °C y mínima en el mes de enero de 20°C, con ligeras diferencias en el transcurso del año.



2.3.4 Fauna

Bacalar tiene una gran riqueza faunística a pesar de la destrucción sistematizada causada por las manos destructoras del hombre aplicando sus métodos agrícolas tradicionales de roza, tumba y quema herencia de los mayas y, por el deterioro originado por los fenómenos meteorológicos que obligan a los animales a huir de los límites territoriales de Bacalar hacia otras regiones.

Los principales animales domésticos son los siguientes:

- Burro
- Caballo y Yegua
- Cerdo
- Gallina y Gallo
- Gato
- Pavo Real
- Pato y Ganso
- Perico, entre otros.

2.3.5 Flora

La flora en Bacalar es muy extensa; abarca desde las plantas comestibles, medicinales, maderables, ornamentales e infinidad de hierbas.

Plantas que cultivan los campesinos en sus campos:

- Aguacate
- Anona
- Cacahuete
- Calabaza
- Camote



Plantas comestibles:

- Papalo
- Papaya (fruto)
- Guaya
- Quelite
- Yerbamora

2.3.6 Habitantes

En Bacalar vive México con plenitud. Es un lugar donde se suma la república toda y sus gentes hacen un auténtico crisol. Se constituye demográficamente con gentes procedentes de veintidós Estados de la república mexicana más el Distrito Federal, que le otorgan una idiosincrasia muy peculiar como pueblo. Además existe y se manifiesta lo atávico, nuestra herencia familiar, lo tradicional, lo histórico, lo emocional, lo cultural y rasgos de conducta que lo distingue de los pobladores nativos de toda la península y que extiende sus rasgos a entidades vecinas como Tabasco y Chiapas (Morales Jesus, 1994).

En Bacalar existe la "mezcla de razas" y se observa en la presencia física de la población. Cuatro son los tipos de gentes:

- A. Los que sólo hablan español y proceden de Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Distrito Federal, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.
- B. Los monolingües náhoas, mayas y zoques. Los primeros procedentes de Morelos y Puebla; los dos últimos de la península de Yucatán y Chiapas. Estos últimos llegaron en 1982, buscando el hogar ue les arrebatara las cenizas del volcán "Chichonal" que surgiera el 28 de marzo de 1982 y que



vomitara su lava incontenible los días 2,3 y 4 de abril del mismo año, llegando sus efectos hasta Bacalar manifestando en el chamuscamiento de algunas plantas como los pantanos.

- C. Los mestizos que son bilingües procedentes de Yucatán, Campeche, Quintana Roo, Puebla y Chiapas. Los que proceden de los primeros tres Estados hablan maya y español; los segundos, náhuatl y español y los terceros, zoque y español.
- D. Los extranjeros radicados aquí, proceden de Guatemala, El Salvador, Belice y Estados Unidos (Morales Jesús, 1994).

Los primeros habitantes de Bacalar que llegaron a poblarlo eran ciudadanos yucatecos que atraídos por el peso de la historia, se asentaron nuevamente para recordar la lucha desplegada aquí por sus antepasados. El grupo se refuerza con los hombres del General Ignacio A. Bravo, los del almirante Othón P. Blanco, los soldados de la compañía fija, los pre-revolucionarios confinados por el porfiriato y que al ser liberados permanecieron aquí y que procedían, igual que los soldados, de diferentes Estados de la república.

Ese crisol de "razas" que podemos llamar población cosmopolita empezó a florecer en Bacalar a partir de 1950. El factor más importante de este proceso poblacional fue don Margarito Ramírez, que trajo con él un equipo de personas para cubrir todos los puestos claves de su gobierno. Otro factor considera al ciclo "Janet" que atrajo muchos colonos. El dio a conocer al pueblo de México cómo se vivía en Bacalar y en todo el Territorio de Quintana Roo (Morales Jesús, 1994).

2.3.7 Cultura

En 1994, en los umbrales del siglo XXI y Bacalar había empezado ya su desarrollo en muchos aspectos; se palpa con el paso de los días. En política y en economía ya ocupa un segundo lugar entre todos los pueblos que conforman el municipio de Othón P. Blanco. Su actividad turística va en aumento por la belleza



de sus recursos naturales y la paz que conforman sus habitantes. En el aspecto cultural va en primera línea: lo certifican tres jardines de niños, cinco escuelas primarias, un albergue para niños de escasos recursos económicos, una escuela secundaria, dos bachilleratos, dos escuelas normales, una academia comercial, una institución de servicio social para niños con problemas de aprendizaje, la Casa de la Cultura, la Casa Internacional del Escritor, dos bibliotecas públicas, el museo del Fuerte de Bacalar, el taller de artesanías que dirige el Profr. Carlos Valdez Chay y el taller Literario de Poesía y Cuento para niños y adolescentes conducido por el Profesor Ramón Iván Suarez Caamal, poeta de talla nacional, autor de la letra del Himno a Quintana Roo, que se canto por primera vez el 12 de enero de 1985(Morales Jesús, 1994).

2.3.8 Vivienda

En el censo realizado a principios de 1994, se contaron, 2552 viviendas, de ellas, 995 son fabricadas son totalmente de materiales de concreto, todas con instalación de luz eléctrica, agua potable y fosa séptica receptora del drenaje, 1057 viviendas tiene techo de lamina, de zinc o asbesto. El 80% de estas tiene luz eléctrica y sus paredes son de material de concreto, solo el 20% restante es de tabla y con ausencia de 1 o 2 servicios. Por último se contabilizaron 500 casas – habitación con techo de guano.

2.3.9 Vías y medios de comunicación

Existen en el poblado servicio telefónico particular y publico, con extensión nacional e internacional, agencia de correos y telégrafos, televisiones, en cuanto a prensa se leen 4 periódicos Diario de Quintana Roo, Por Esto, Novedades de Quintana Roo y Diario Yucatán.Para desplazarse a la ciudad de Chetumal y viceversa se cuenta con el servicio de minibuses, combis y autobuses. Las carreteras Chetumal-Bacalar, Vallehermoso, Chetumal-Bacalar-Felipe Carrillo



Puerto y Bacalar-Reforma-Río Verde, se encuentran en buen estado para ser transitadas.

2.3.10 Salud

En Bacalar existe un centro de salud con edificio cómodo, moderno, higiénico y dotado de una farmacia y los aparatos mas indispensables para el diagnostico de enfermedades mensualmente se atienden un promedio de 800 a 900 consultas por distintas enfermedades.

El centro hospitalario cuenta con 7 médicos, 8 enfermeras y 3 pasantes de enfermería que cubren las 24 horas del día. En el poblado existen 3 consultores médicos, tres farmacias, un local de análisis clínicos (Morales Jesús, 1994).

2.3.11 Educación

En Bacalar podemos encontrar educación preescolar, educación especial, educación básica, educación media superior y educación superior.

2.3.12 Estructura urbana

La estructura urbana de Bacalar está constituida por:

Centro urbano: Este se integra por la Plaza Central, el Museo del Fuerte de San Felipe, la Casa internacional del Escritor y una Casa de la Cultura y una biblioteca pública. Jardines. En realidad funciona como Centro de Barrio, dada la relación de Bacalar con Chetumal y por la dimensión del poblado.

2.3.13 Equipamientos y servicios

Tabla 1.- Equipamientos y servicios

Sector	Equipamiento existente (2000)
Educación	Preescolar (3) Primaria (5) Secundaria General (1) Bachillerato General (1) Centro de estudios bachillerato (1) Escuela normal (nivel regional) (1) Centro de educación básica para adultos (1) ITECT (1) Centro de educación especial (1) Instituto de Educación para adultos (1)
Cultura	Casa de la Cultura (1) Museo (1)
Salud	Centro de Salud (1) Módulo ISSSTE (1)
Comercio y Abasto	Mercado (2)
Comunicaciones	- -
Transporte	- -
Recreación y deporte	Plaza cívica (1) Centro deportivo (1)
Servicios urbanos	- cementerio (1)
Administración pública	Alcaldía (no tiene instalaciones) -

Fuente: Dirección de Desarrollo Urbano del municipio de Othón P. Blanco, 2006.

2.3.14 Imagen urbana

La imagen urbana de Bacalar se encuentra poco consolidada por la carencia de pavimentación y banquetas en diversas zonas de la ciudad. Además tampoco existe una normatividad que regule la expresión de las construcciones y,



adicionalmente, la falta de forestación en las calles colabora a que la localidad adquiera un carácter de escasa organización.

Sin embargo, a pesar de este problema el tejido en cuadrícula genera una estructura ordenada, a la vez que aunque es significativa la carencia de forestación en calles y avenidas excepto en el área central y entorno de la Plaza de Armas, la gran cantidad de lotes baldíos hace que en la localidad malamente no se aprecie la ausencia del verde (www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc).

Por otra parte, si bien no existe normatividad que regule la expresión de las construcciones, el criterio que ha seguido la población de ir modificando la casa maya tradicional por construcciones de mampostería, estas presentan una imagen uniforme, sobre todo por la regularidad de las alturas y la tendencia a incluir aleros y verandas en la vivienda.

Toma especial importancia en la imagen de Bacalar, el centro histórico ya que adicionalmente a ser el espacio emblemático de la localidad y contar con elementos patrimoniales de la importancia del Fuerte de San Felipe, en el entorno a la Plaza de Armas se localizan construcciones significativas como es la casa de la cultura, forestación de las calles y a su vez la apertura visual hacia la laguna.

Es importante considerar que no existe normatividad que ponga en orden y regule los anuncios y carteles comerciales, por lo que la imagen se presenta muy poco consolidada (www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc).

2.3.15 Espacio público

Son importantes los balnearios ya que se presentan como remates visuales abiertos y forestados y con vista urbana hacia la laguna.



El centro histórico ya que adicionalmente a ser el espacio emblemático de la localidad y contar con elementos patrimoniales de la importancia del Fuerte de San Felipe, en el entorno a la Plaza de Armas se localizan construcciones significativas como es la casa de la cultura, forestación de las calles y a su vez la apertura visual hacia la laguna (www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc).

2.3.16 Turismo

Bacalar por su cercanía con la Capital del Estado Chetumal, la cual recibe visitantes con una estancia breve, principalmente por dos razones: un flujo significativo de visitantes locales está definido por aquellos que acuden a la capital para realizar algún trámite administrativo y el flujo de visitantes constituido por turistas nacionales y/o extranjeros que llegan a Chetumal como punto intermedio hacia otros destinos turísticos como Kohunlich, Río Bec y Xcalak, entre otros. Es notorio también el flujo de extranjeros provenientes del norte de Quintana Roo, que pernoctan en la ciudad para viajar al día siguiente, hacia Belice, Guatemala y Centroamérica.

(www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc).

De acuerdo con la pagina de Dirección de Desarrollo Urbano del municipio de Othón P. Blanco el turismo de Bacalar en 2001 fue de 231 personas, albergadas tan sólo en cuatro hoteles: Laguna, América, Puerta del Cielo y Rancho Encantado. Cerca del 50% de los turistas en Bacalar es de procedencia internacional y la estancia promedio por turista es de 7 noches por visitante (www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc).

2.3.17 Gasto Promedio del Turismo

A los Hoteles: "Laguna", "Rancho Encantado", "Puerta del Cielo" y "Amigo's" generalmente acuden extranjeros o turismo nacional de altos ingresos. Los hoteles "Scala" y "América" están orientados al turismo de ingresos medios.

Los Hoteles El Refugio, los balnearios y el "Campamento Botadero San Pastor" son los de menores costos y son accesibles para el turismo de bajos ingresos y "los llamados mochileros".

2.3.18 Instalaciones Turísticas en Bacalar

Hoteles; Bacalar cuenta con El Hotel "La Laguna" y "Amigo's" se localizan sobre la carretera costera y el hotel "Puerta del Cielo" sobre la carretera Bacalar – Carrillo Puerto. Estos tres hoteles ofrecen una vista panorámica y la posibilidad de nadar. El Hotel América está cerca del centro de población; el "Scala" sobre la Avenida Libramiento.

Otro tipo de alojamiento en Bacalar es el de cabañas que lo ofrece "Rancho Encantado" y "El Refugio", generalmente alberga familias, parejas y "mochileros". El Hotel "La Vela" aún no entra en operación.

Tabla 2.- Hoteles y cuartos en Bacalar en 2001

Hotel	Inversión	Cuartos	Categoría	Servicios
Total		92		
Laguna	Nacional	31	***	Alimentos, bar, alberca, mirador, muelle
Scala	Nacional	5		
Puerta del Cielo	Nacional	15	**	Alimentos, muelle, piscina. T.V.
América	Nacional	13		Alimentos T.V.
Amigo's	Norteamericana	3		Desayuno, kayak. muelle
Rancho Encantado	Norteamericana	13	**	Alimentos, muelle, excursiones
El Refugio	Nacional	12		Hamacas, cabañas

Fuente: Dirección de Desarrollo Urbano del municipio de Othón P. Blanco, 2006



Adicionalmente existe la modalidad de ecoturismo que cuenta con el "Campamento Botadero San Pastor", es un área de la selva en recuperación que ofrece espacios para casas de campaña, alimentación, kayaks y excursiones culturales, con baños y vestidores. Se recibe turismo nacional e internacional como investigadores y estudiantes provenientes de universidades nacionales y europeas que realizan proyectos de investigación y recuperación de la flora y fauna.

2.3.19 Atractivos turísticos de Bacalar

A. Balnearios

Se tiene El Ejido Bacalar", "Cocalito", "El Cenote Azul", "El aserradero" y "El Mulato".

El balneario Ejido Bacalar cuenta con un restaurante, muelle, paseos en lancha, baños, vestidores y estacionamiento para más de 30 vehículos. Este es el balneario de mayor tradición y popularidad en la localidad.

El balneario "Cocalito" es de propiedad de una familia de ejidatarios, cuenta con palapas, baños y vestidores; existe espacio para instalar casas de campaña. Además, cuenta con estacionamiento para un máximo de veinte vehículos.

EL balneario "Mulato", ubicado sobre la carretera costera y cerca de la Plaza Central de Bacalar, cuenta con muelle y servicio de restaurante.

El balneario "El aserradero", ubicado sobre la carretera costera y cerca de la Plaza Central de Bacalar cuenta con muelle, estacionamiento, servicio de restaurante.



B. Carreras Náuticas

Anualmente se organizan en la laguna carreras de lanchas (21 y 22 de mayo), desde hace diez años sin que se conozca un sólo estudio de impacto ambiental, a pesar de que los ecosistemas son especialmente frágiles para esta actividad.

C. Feria Popular de San Joaquín

Organizada por los habitantes de la población y lugares cercanos (12-17 de agosto). Los eventos que se incluyen son: vaquerías, corridas de toros, peleas de gallos, gremios, procesiones, paseos en lancha por la laguna.

D. Playa

Las playas en los balnearios de la laguna Bacalar son en general muy concurridas por poseer pendiente y oleaje muy suave, como por sus aguas tibias y transparentes.

Las condiciones cristalinas del agua y la profundidad son apropiadas para practicar el buceo y la observación de la flora y la fauna acuática.

E. Laguna de Bacalar

También conocida como "Laguna de los siete colores" por las tonalidades que toman sus aguas, Laguna de Bacalar se ubica a 38 km al noroeste de Chetumal, sobre la carretera Chetumal-Cancún; su longitud es de casi 50 km con un ancho de dos kilómetros, en promedio. Bacalar fue el poblado más importante de Uaymil (zarigüella en maya) y uno de los más castigados durante la conquista. Durante la Colonia fue un próspero lugar de comercio, lo cual despertó la codicia



de piratas que asolaban la zona. A través del arroyo Chac la laguna desemboca al río Hondo, y mediante canales someros vierte a la Bahía de Chetumal.

Encontrará pequeños y tranquilos hoteles con un ambiente íntimo, y restaurantes de comida regional e internacional. Para los amantes de los deportes acuáticos, la laguna es idónea para practicar jet ski y participar en los tradicionales torneos de pesca deportiva que año con año se celebran en el mes de agosto (www.caribemexico.com/.../bacalar/laguna_bacalar).

F. Cenote Azul

En la entrada de la costera de Bacalar se encuentra el Cenote Azul, cuya profundidad es de casi 90 m. La transparencia de sus aguas lo hace ideal para la práctica del buceo. El sitio cuenta con restaurante, servicio de vestidores y estacionamiento. Para llegar al Cenote Azul hay que dirigirse al oeste de la ciudad hasta encontrar la bifurcación de las carreteras 186 (Escárcega-Chetumal) y la carretera 307 (Chetumal-Cancún); para luego continuar por esta última 15 km, ahí se encuentra la señal que anuncia la entrada al sitio; continuar por la derecha y tomar la rampa, 500 m adelante se halla el cenote.

G. Fuerte de Bacalar

Debido a los constantes ataques piratas a la ciudad de Bacalar se decidió crear una fortaleza que los repeliera. Por órdenes del gobernador Antonio de Figueroa y Silva, la construcción de la fortaleza se le encomendó a don Juan Podio, quien la inició en 1729 a las orillas de la laguna. El Fuerte de San Felipe constituye un ejemplo singular de la arquitectura militar del siglo XVIII. A partir de una plaza cuadrangular, rodeada por gruesos muros almenados y cuatro baluartes romboidales característicos de la época. Contaba con capilla, polvorín, almacenes de víveres, torre de vigilancia, alojamiento para la guarnición y áreas comunes que se distribuían en dos edificaciones: una rectangular que se levanta al centro de la plaza, y otra, más pequeña, de dos niveles donde se ubicaba el vigía. El fuerte



original tuvo puente levadizo y un foso que en lugar de agua contenía agudas estacas para la defensa. El fuerte ha sido remodelado conservando sus características originales y actualmente alberga el Museo de Historia Regional.

2.4 Bacalar: Como Pueblo Mágico.

El Programa Pueblos Mágicos entra en vigor el año 2001 y es desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Y es impulsado desde hace cuatro años, creado con el fin de exaltar en el país y el mundo el gran potencial turístico que ofrecen los poblados pequeños de México, que conservan su cultura, tradiciones y folklore regional. En la actualidad, existen con Bacalar, 26 localidades en el país con esta certificación.

(<http://www.qroo.gob.mx/qroo/WebPage.php?IdUbicacion=2&Pagina=Nota.php&IdNota=2102>)

El 9 de octubre de 2006 el Pueblo de Bacalar tras un año de insistencia y tras cumplir con los requisitos y la información necesaria se recibió la comunicación oficial del Subsecretario de Promoción de la Secretaría de Turismo Federal Francisco Madrid que un comité integrado por ocho instancias federales determinó por unanimidad otorgar esta denominación a Bacalar, como primera comunidad lograrlo en el Estado de Quintana Roo.

Un pueblo mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.



2.4.1 Objetivos de los “Pueblos Mágicos”

Los objetivos principales del programa Pueblos Mágicos mencionados por la Secretaría de Turismo y las diferentes organizaciones participantes son:

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico – culturales de localidades singulares.
- Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local: artesanías, festividades, gastronomía, y tradiciones, entre otras.
- Para la generación de otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la pesca deportiva y otros que signifiquen un alto grado de atraktividad dentro del territorio de la localidad participante.
- Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos que generen: mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.
- Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.
- Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficien del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Con la realización de estos objetivos principales del Programa Pueblos Mágicos, el pueblo de Bacalar tiene la oportunidad de realizarse en el sector turístico. Atraer mayor turísticas y que estos dejen una derrame economía mayor y, a su vez las comunidades aledañas tendrán la oportunidad de elevar su economía.



2.4.2 Requisitos para obtener el nombramiento de “Pueblo Mágico”

Para poder obtener el nombramiento de Pueblos Mágicos es necesario, cumplir con ciertos requisitos los cuales son los siguientes:

A. Involucramiento de la sociedad y de las autoridades locales.

- Compromiso con la sociedad local: Que la sociedad local en su conjunto o a través de una representación civil haya solicitado su incorporación al programa ante las autoridades estatales y/o federales.
- Compromiso de las autoridades estatales y municipales: Que estas hayan solicitado la incorporación de la localidad correspondiente al programa y comprometido una aportación económica inicial, así como la oportunidad de poner a disposición de la localidad sus estructuras organizacionales para la realización de las acciones, proyectos y programas de trabajo que deriven del binomio comunidad- autoridad municipal.

B. Instrumentos de planeación y regulación.

- Planes de desarrollo estatal y municipal: Podrán ser considerados en la evaluación, planes y programas estatales y municipales tales como; plan estatal de desarrollo sexenal; plan municipal de desarrollo trianual; de desarrollo urbano, de ordenamiento territorial, de conservación ambiental; planes maestros de desarrollo urbano y turístico o bien aquellos que explícitamente estén orientados a las preservación del entorno cultural y natural.
- Programa de desarrollo turístico municipal: Contar con un plan o programa de desarrollo turístico municipal y/o estatal en donde la localidad candidata haya sido considerada como estrategia o relevante para el desarrollo turístico.



- Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del programa pueblos mágicos: La localidad candidata deberá contar y/o comprometer la elaboración y presentación de un reglamento de imagen urbana y un plan de manejo que articule las estrategias para los servicios públicos y atención al turismo, en un plazo no mayor a 6 meses posterior al haber recibido el nombramiento.
- Programa de reordenamiento del comercio y/o ambulante: la localidad deberá comprometer un programa de reordenamiento del comercio semifijo o ambulante en las zonas de alta concentración de visitantes o en sitios de interés turístico y en el área de afluencia de los mismos.

C. Impulso al desarrollo económico.

- Programas de apoyo diverso de apoyo al desarrollo municipal: la localidad candidata deberá mostrar que ha recibido apoyos directos de programas institucionales, estatales o federales que contribuyen y benefician directa o indirectamente su actividad turística.
- Continuación y consolidación de programas o acciones de desarrollo turístico: El gobierno del estado deberá sustentar testimonialmente que la localidad candidata ha venido siendo apoyada, al menos en el tiempo de la gestión, correspondiente o en un pasado reciente, mediante inversión pública para el turismo, programas turísticos en línea con los que ofrece la SECTUR federal y otros que justifiquen una continuidad y relevancia en las prioridades estatales.

D. Ofertas de atractivos y servicios.

- Contar con un atractivo turístico simbólico: la localidad deberá contar al menos con un atractivo turístico simbólico que la diferencie de otras localidades del Estado, la región e inclusive dentro del país.



- Contar con atractivos turísticos diferenciados: La localidad deberá contar con una gama y diversidad de atractivos turísticos que en su conjunto signifiquen un nivel determinado de atraktividad turística para los mercados consumidores, a fin de consolidar o apoyar su despegue.

En los puntos anteriores será necesario describir explícitamente los siguientes apartados:

- Arquitectura
 - Edificios emblemáticos
 - Fiestas y tradiciones
 - Producción artesanal
 - Cocina tradicional
- Servicios turísticos que garanticen su potencial comercialización: la localidad candidata deberá contar dentro de su propio territorio o en una radio de influencia no mayor a una hora distancia- tiempo de un destino turístico de soporte que cuente con los servicios turísticos de alojamiento y restauración al menos con un nivel intermedio.
 - Servicios de asistencia y seguridad. Deberá contar dentro de su propio territorio o en un radio no mayor a una hora de distancia de una población que de soporte con los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turismo en caso de ser necesario.
- E. Valor singular "La magia de la localidad".
- Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad: se deberá presentar, a través del Gobierno Estatal, un ensayo sobre los atributos mágicos que justifiquen su candidatura y potencial incorporación al programa.
 - Declaratoria de "Zona de Monumentos Históricos": contar con un documento que avale que su patrimonio esta en proceso o ha sido



declarado zona de monumentos históricos por alguna institución gubernamental del nivel estatal o federal.

El pueblo de Bacalar tuvo que cumplir con estos requisitos para que se le otorgue el nombramiento de "pueblo mágico" lo cual no le fue sencillo ya que después de varios años dedicación y participación tanto del pueblo como del gobierno Estatal, fue que se logro cumplir con todos los requisitos.



Capítulo 3

Evidencia Empírica



3.1 Introducción

De acuerdo a los datos obtenidos, por medio de la aplicación de la encuesta, acerca del tema "Bacalar y su desarrollo turístico en el municipio de Othón P. Blanco, y su actividad turística enfocada al turista mexicano", se analizarán los resultados, para posteriormente poder determinar las recomendaciones y conclusiones pertinentes.

La encuesta se basó principalmente en dos de los objetivos particulares, el primero de ellos es conocer el perfil de los visitantes de Bacalar, para así poder tener un mayor conocimiento sobre sus necesidades y su estilo de vida. El otro objetivo es conocer el principal medio por el cual los turistas mexicanos se informaron acerca de Bacalar y cuáles son los puntos más débiles, para así fortalecerlos.

3.2 Metodología

Para el problema a investigar se aplica la investigación descriptiva, de tal forma que se recopilan datos, por medio de encuestas aplicadas a una muestra representativa, después se analizan e interpretan dichos datos para lograr definir cuáles son los principales factores que intervienen en el problema anteriormente planteado y así lograr impulsar el turismo en Bacalar.

Las encuestas consisten de 16 preguntas (véase anexo 1) y se aplican a los turistas mexicanos que visitaban las ciudades de Playa del Carmen y Cancún en el periodo de Marzo 16 de 2007 hasta Marzo 22 de 2007.



Investigación de fuentes primarias:

- Encuestas

Investigación de fuentes secundarias:

- Información de libros y publicaciones.
- Artículos
- Apoyo de Internet.

3.2.1 Determinación de la muestra

Fecha del levantamiento: segunda y tercera semana de Marzo de 2008.

Universo de estudio: turistas mexicanos de visita en Playa del Carmen y Cancún 2008.

Tamaño de la muestra: 270

Técnica de muestreo: Aleatorio simple

3.3 Datos estadísticos

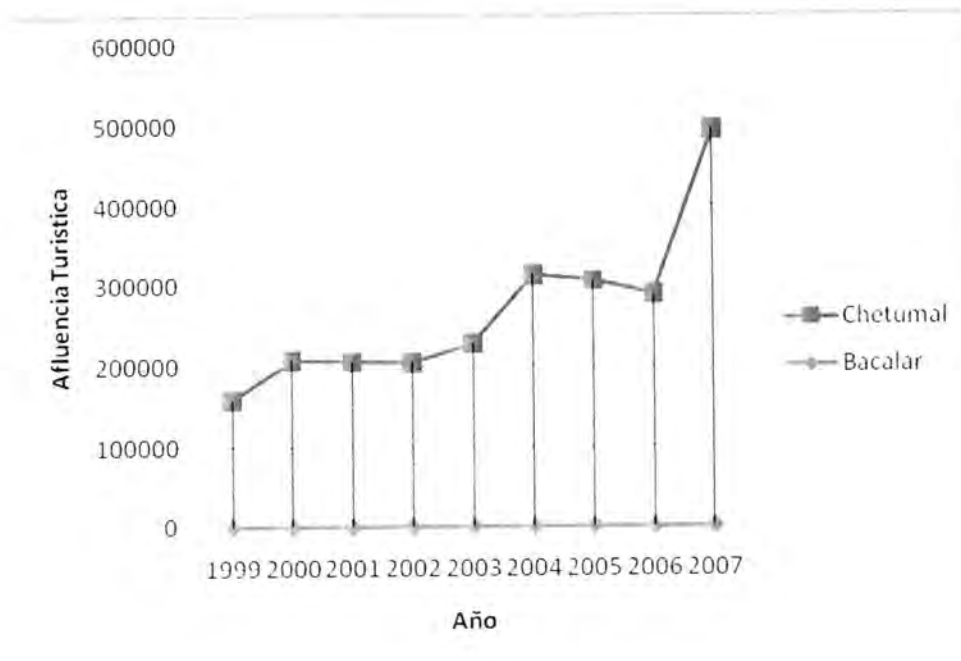
La afluencia turística de Bacalar representa 0.1% del turismo de Chetumal, lo cual debe interpretarse como dos situaciones diferentes, en las que los visitantes a una y otras localidades responden a razones diversas: el turista que arriba a Bacalar está en busca de descanso y de la tranquilidad que ofrecen el paisaje y la ribera de la laguna; en tanto que el visitante que acude a Chetumal lo hace, como se mencionó anteriormente, para realizar trámites administrativos o cerrar negocios (Dirección de Desarrollo Urbano del municipio de Othón P. Blanco).

Tabla 3: Afluencia Turística

Año	Chetumal	(.1%) Bacalar
1999	157,821	157.821
2000	207,582	207.582
2001	205,216	205.216
2002	204,371	204.371
2003	227,817	227.817
2004	312,924	312.924
2005	305,573	305.573
2006	288,600	288.6
2007	493,008	493.008

Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR, 2008.

Figura 1: Grafico de Afluencia Turística

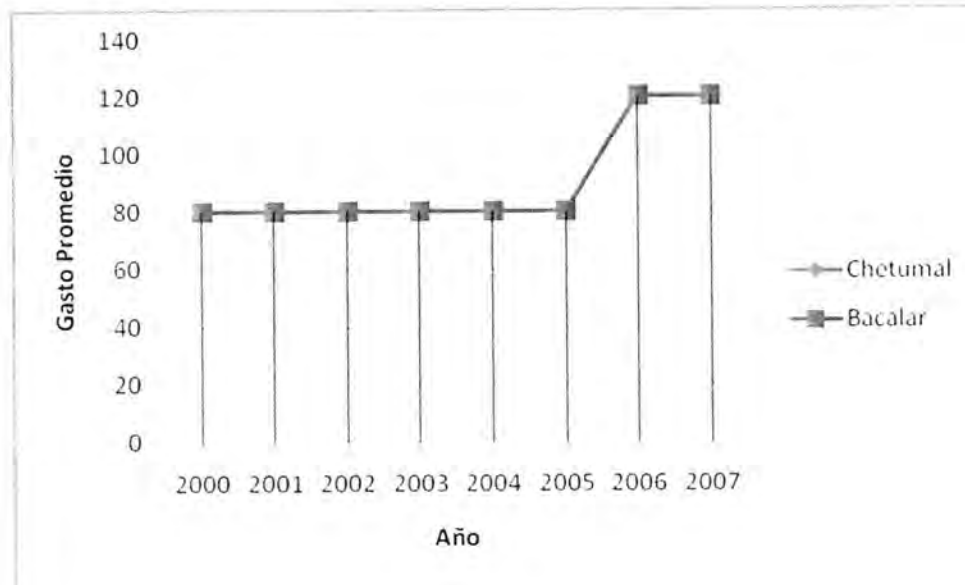


Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR, 2008.

Tabla 4: Gasto Promedio por visitante

Año	Chetumal (\$)	Bacalar (\$)
2000	80	80
2001	80	80
2002	80	80
2003	80	80
2004	80	80
2005	80	80
2006	120	120
2007	120	120

Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR, 2008.

Figura 2: Grafico de Gasto Promedio por visitante

Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR, 2008.



3.4 Resultados

En la pregunta referente al sexo de los encuestados el 57 % es masculino (154 hombres) y el 43% (116 personas) son mujeres (Véase anexo 2).

El 25.2% (68) de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 18-25 años, el 35.6% (96) tiene de 26 a 32 años, el 26.7 % (72) se encuentra entre los 33 y 40 años, el 10 % (27 personas) dijo tener entre 41 y 50 años, el 2.6% (7) afirmo tener entre 51 y 62 años de edad (Véase anexo 3).

Con respecto al estado civil de los sujetos de esta investigación, el 66.3% (179) afirmo ser soltero, el 18.5% (50 personas) dijo ser casado, mientras que el 15.2% (41) respondió que es separado (Véase anexo 4).

El 5.6% (15) provienen de Campeche, Tamaulipas 3% (8), el 3.3% (9) es oriundo de Chiapas, Sonora, Colima y Veracruz, el 10% (27) es de el DF, el 2.6% (7) viene de el estado de México, el 4.1% (11) es de Hidalgo, los de Tabasco representan el 6.7% (18), las personas provenientes de el estado de Jalisco representan el 7% (19), el 1.5% (4) vienen de Nayarit, el 14.8 % (40) proceden de Nuevo León, el lugar de origen del 8.9% (24) es Puebla, el 3.7% (10) de los encuestados vienen de Sinaloa, el 18.9 % (51) es nativo de Yucatán (Véase anexo 5).

El 10.7 % (29) de las personas realizaron este viaje con su familia, el 14.8 % (40) lo realizo con su novio (a), el 65.6% (177) hizo el viaje con sus amigos (as), mientras que el 8.9 % (24) llevo a cabo el viaje sin compañía alguna (Véase anexo 6).

El 72.6 % (196) de los encuestados no tiene hijos, el 13 % (35) tiene un hijo, el porcentaje de personas con dos hijos es del 10.7 % (29), mientras que solo el 3.7% (10) tiene 3 hijos (Véase anexo 7).



El 14.8% (40) de las personas realizo el viaje por negocios, el 65.9% (178) el motivo es de placer y el 19.3 % (52) efectuó el viaje por aventura (Véase anexo 8).

El 44.4% (120) de las personas que contestaron la encuesta, opto por quedarse en el centro turístico de Cancún, el 25.2% (68) decidió visitar Playa del Carmen, el 19.3% (52) eligió Cozumel y únicamente un 11.1% (30) menciona que se quedara o quedo en el municipio de Othón P. Blanco, que es donde se encuentra nuestro punto de estudio (Bacalar) (Véase anexo 9).

La mayoría de los encuestados se quedo entre 4 a 6 días que representa un total del 45.6% (123), el 38.9 % (105) de las personas se quedara de 1 a 3 días, mientras que del 15.6% (42) su estadía será de mas de 6 días (Véase anexo 10).

El 43.7 % (118) de las personas que respondieron a la encuesta afirmaron haber escuchado del centro turístico Bacalar, por otro parte el 56.3 % (152) dijo que nunca había escuchado sobre dicho centro turístico (Véase anexo 11).

El 3.7 % (10) ha escuchado hablar de Bacalar por medio de folletos, el 7.4% (20) gracias a agencia de viajes, el 16.3 % (44) por medio de amigos, el 16.3% (44) a través de otro medio, y el 56.3 % (152) por ningún medio tiene conocimiento de Bacalar (Véase anexo 12).

El 8.9 % (24) de los sujetos de esta investigación han visitado el centro turístico mencionado, el 51.1 % (138) no han visitado Bacalar, el 7.4 % (20) tienen planes para visitar dicho centro, mientras que el 32.6% (88) no tiene planes de visitarlo (Véase anexo 13).

En esta pregunta, las personas que trabajan representan un 24.4 % (66) de los encuestados, los estudiantes equivalen al 69.6 % (188), y el 5.9% (16) figura como jubilado (Véase anexo 14).



El 52.2 % (141) gasta durante su visita entre 1 y 500 pesos, el 27 % (73) dijo que de 501 a 999 pesos, las personas que gastan de 1000 a 1999 pesos representan el 14.1% (38), el 4.1 % (11) de los encuestados eligió la opción de \$ 2000 a \$ 2999, el 2.6 % (7) dijo gastar mas de \$ 3000 durante su estadía en el Estado (Véase anexo 15).

La mayoría de los encuestados es decir el 57.4 % (155 personas) menciono que su nivel máximo de estudios es de una licenciatura o ingeniería, el 29.3% (79) estudia la preparatoria, el 9.3% (25) estudio hasta la maestría y únicamente un 4.1% (11) tiene un doctorado (Véase anexo 16).

Esta grafica nos muestra que el 28.5 % (77) gana al año entre 15,000-30,000 pesos, el 51.5 % (139) gana un promedio de \$ 30,001 a \$ 60,000, mientras tanto 40 personas encuestadas ganan entre 60,001 y 90,000 pesos lo que representa un 14.8 %, el 5.2 % (14) dijo ganar mas de 90,000 al año (Véase anexo 17).



Capitulo 4

Conclusiones y recomendaciones



4.1 Conclusión de la situación del turismo en México y Bacalar

En nuestro país la actividad turística fue muy escasa y poco desarrollada hasta los años 70's, a partir de esa época se comienza a dar importancia al turismo, y se convierte en un elemento fundamental para el desarrollo económico de país. Con ello se empiezan a implementar estrategias y acciones para la búsqueda de nuevos centros turísticos potenciales, con el propósito de atraer turistas y así mejorar la economía.

A lo largo de la historia del turismo mundial, este ha sufrido innumerables cambios, principalmente ocasionados por el avance de la tecnología, como es el caso de la Revolución Industrial, con la creación de ferrocarriles y distintos tipos de vehículos de transporte.

Cuando en México el turismo comenzó a ser importante, en el año 1968 el gobierno federal le encarga al Banco de México el desarrollo de una política turística, como resultado se crea en 1969 el Fideicomiso de Promoción de Infraestructura Turística (INFRATUR) el cual tuvo la encomienda de desarrollar un programa integral de centros turísticos. Esta es una buena opción para Bacalar ya que podría obtener apoyo y desarrollar algún programa para su desarrollo.

Además en México existe la Subdirección General de Mercadotecnia (SGM) la cual desarrolla la oferta turística mexicana y las clasifica en turismo de sol y playa, cultural, de naturaleza, Premium, congresos y convenciones, segmentos específicos y turismo recreacional.

El turismo deportivo esta presente en México, incluso en Quintana Roo, como son los torneos de pesca, las funciones de box, las carreras náuticas, golf, entre otros. El turismo de aventura es de igual relevancia en México, ya que se cuenta con diversos lugares especialmente naturales como cenotes, lagunas,



montañas, la fauna y flora, en los cuales se pueden practicar actividades o estudios de importancia.

Así se demuestra que México es un país con gran potencial turístico y muchas actividades que ofrecer al mundo. Se puede encontrar el turismo colonial el cual esta presente en casi todo el país debido a la influencia de las grandes culturas que hubo en México. El turismo de sol y playa, es practicado en gran parte del país, incluyendo el Estado de Quintana Roo. Existe de igual manera el gastronómico ya que en México existe una gran diversidad de platillos y comidas que es del agrado de la mayoría de las personas.

El ecoturismo es un punto fuerte del país al igual que para Bacalar, ya que cuenta con las riquezas naturales necesarias para ofertar a los turistas, una forma de relajarse y tener experiencias nuevas con la naturaleza. El turismo rural apoya a las pequeñas comunidades que contienen una riqueza cultura y especial, en este caso Bacalar cuenta con estas características y puede utilizarse para proyectar su desarrollo turístico.

Como principales formas de turismo viables para el desarrollo turístico de Bacalar que es el tema principal de la investigación, se maneja el ecoturismo, que este a su vez esta relacionado con el turismo rural y el de aventura que he mencionado con anterioridad. Con una buena combinación de estas actividades se podría alcanzar y formar un centro turístico de gran potencial para la zona sur del Estado de Quintana Roo.

La cultura e historia, principalmente sus antecedentes con los piratas, que llegaban a sus costas con el motivo de saquear el poblado fue uno de los puntos importantes para lograr el nombramiento de Pueblo Mágico y sus atractivos de gran potencial son el cenote azul, el cual impulsa el ecoturismo en el poblado. Debido a que se pueden realizar diversas actividades en el como son nadar, buceo o para su estudio. La laguna de Bacalar que se conecta con el Rio Hondo a



través de de pequeños canales y eso es utilizado cada año para la realización de carreras motonáuticas que es importante para la región ya que atrae turistas nacionales hasta internacionales. El Fuerte de Bacalar como antes mencionado es uno de los puntos fuertes en donde se refleja la cultura de Bacalar, también se realiza la feria popular de San Joaquín, sirve como atracción para los turistas y para las poblaciones cercanas a Bacalar.

Bacalar fue nombrado Pueblo Mágico el 9 de octubre de 2006, este programa es desarrollado por la Secretaria de Turismo en colaboración de diversas instancias gubernamentales. Y es creado con el fin de resaltar en el país y el mundo el gran potencial turístico que ofrecen las pequeñas poblaciones en México.

4.2 Conclusión de los datos obtenidos por medio de la encuesta

De acuerdo a lo datos recabados durante la investigación, el motivo principal por el que las personas realizaron este viaje fue por placer, y el segundo motivo es por aventura. Debido a que la encuesta se realizo en temporada vacacional, muy pocas personas vienen con el motivo de realizar negocios o de trabajos. A las personas que vienen con el motivo de pasar momentos agradables o de tranquilidad podemos ofrecerles visitar Bacalar ya que puede ser un lugar para que tengan momentos de relajación, pero a la ves hay sitios donde pueden ir a divertirse o hacer distintas actividades acuáticas.

La gran mayoría de los encuestados menciona que no conocen el centro turístico de Bacalar (véase anexo 11), esto puede ser resultado de que la mayoría de los encuestados son de zonas lejanas, de esta parte del país. Pero si se enfocara una publicidad hacia estas zonas del país se podría aumentar el interés de este sector.



Como se puede observar, el porcentaje de personas que conocen de Bacalar es poco significativo, esto puede estar ocurriendo, debido a la escasa promoción del centro turístico antes mencionado, además de que la mayoría de las personas encuestadas son de la zona centro y norte del país, y al estar tan alejados, no tienen conocimiento de la existencia de Bacalar, ni mucho menos saben que es un centro turístico con interesantes atractivos.

El perfil del turista para Bacalar, que es uno de los objetivos principales de la investigación, es de jóvenes de entre 26-32 años los cuales son solteros y viajan con sus amigos, en busca de un viaje de placer o aventura. Bacalar puede satisfacer esas necesidades, debido a sus características como centro turístico.

Como lo demuestran los datos, es muy pequeño el número de personas que han visitado el centro turístico Bacalar (véase anexo 13), y al igual es mínimo el número de personas que quisieran visitarlo, es por eso es tan importante encontrar métodos para aumentar el índice de personas que quieran visitarlo.

Los sistemas de difusión turística para el Pueblo Mágico de Bacalar es muy escasa, ya que el 16.30% se entero por medio de amigos y otro 16.30% por otro medio distinto al de las opciones mencionadas y el 56.30% por ningún medio. Esto refleja la falta de un medio seguro para la promoción de Bacalar.

De acuerdo a la hipótesis planteada para la investigación en la cual se menciona "La falta de un sistema de difusión turística adecuado para dar a conocer el centro turístico de Bacalar en el exterior del Estado de Quintana Roo, es causante de una escasa afluencia de visitantes (aproximadamente el 1%)", resulto ser afirmativa, ya que un gran porcentaje de los encuestados no tiene conocimiento del centro turístico de Bacalar y como consecuencia su poca afluencia turística.



Como se menciona en el Plan de Desarrollo Urbano de Bacalar, su afluencia turística representa el .1 % de Chetumal (véase tabla Núm. 3), igual confirma de igual manera la hipótesis antes mencionada. También se pudo obtener un gasto aproximado de los turistas de llegan a Bacalar (véase tabla Núm. 4), el cuales es mínimo en comparación con el de Chetumal.

Por lo mismo que el Poblado de Bacalar aun no es considerado como un centro turístico de gran potencial, a pesar de haber recibido el nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2006, es muy difícil obtener información precisa acerca de su afluencia turística, cual es su gasto promedio o un control en el numero de llegadas en sus hoteles

Con el análisis de la información recabada, a continuación se exponen las recomendaciones pertinentes que podrian ayudar con el problema de la investigación.

4.3 Recomendaciones

- El Estado de Quintana Roo, el cual es uno de los más importantes centros turísticos del país, con la finalidad de dar a conocer e impulsar el desarrollo turístico en su zona sur y caso específico del Pueblo Mágico de Bacalar. Debe crearse campañas publicitarias y de promoción con el fin de dar a conocer los atractivos importantes de Bacalar y así que un mayor número de turistas contemplen dentro de sus planes vacacionales el ir al poblado.
- Como se menciona en el análisis de los resultados, la mayoría de los turistas vinieron del norte del país. Enfocar campañas de promoción hacia aquellos Estados de donde vienen más turistas y hacerles saber sobre Bacalar y sus atractivos turísticos.



- De igual forma hay turistas de los Estados vecinos como con Campeche, Tabasco y Yucatán del cual provienen un gran número de turistas, los cuales también son importantes para el turismo en Bacalar, por eso es recomendable hacer una promoción en estos Estados para brindarles la información necesaria a los turistas.
- En el caso de los periodos vacacionales, como fue el caso en el que se aplico la encuesta y la mayoría de los encuestados son universitarios. Dar información en las universidades, tal vez enfocarla a las carreras de Turismo, Recursos Naturales o relacionadas con ellas, ya que Bacalar ofrece una gran riqueza de recursos naturales y actividades Ecoturísticas.
- Las agencias de viaje con importantes para dar a conocer el Pueblo Mágico de Bacalar, debido a que es una fuente importante para los turistas, donde se les puede brindar toda la información necesaria, para conocer los atractivos y actividades de la comunidad.
- Crear un Tour por la zona Sur del Estado, teniendo su inicio en Chetumal y que incluya Bacalar en su recorrido dando a conocer el centro turístico y de igual manera ofrecerle otras actividades, pero lo primordial es que conozcan Bacalar.
- En cuanto al poblado de Bacalar, ofrecerle cursos a los empleados de los hoteles y a las personas que ofrezcan servicios, sobre la atención hacia los turistas y así dar una buena impresión y un excelente servicio.
- En el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco del año 2004, en el cual su objetivo principal es brindarle una imagen de acuerdo para hacerla mas atractiva y segura para los habitantes así como a los turistas que lo visitan, el cual tuvo una inversión de monto de Inversión: \$ 1'010,000.00, del cual el Gobierno Federal apporto \$



500,000.00, el Gobierno del Estado \$ 500,000.00 y la Asociación de Hoteles de Chetumal \$ 10,000.00. Este tipo de proyectos ha llevado a un incremento en el turismo de Municipio, principalmente a Chetumal. El poblado de Bacalar necesita de un Plan de Desarrollo Turístico, como el implementado en el municipio y así atraer mas numero de turistas y modernizarse.

- En la Obra "Embelllecimiento de la Ciudad en la Ciudad de Chetumal, Municipio de Othón P. Blanco" del años 2004. El cual su objetivo es brindarle a la Ciudad, una imagen urbana adecuada, la cual tuvo una inversión de total de \$ 5'010,768.83, la cual se divide de la siguiente manera:

a) Gobierno Federal \$ 1'670,256.28

Gobierno del Estado \$ 1'610,512.55

c) Municipio de Othón P. Blanco \$ 1'730,000.00

Una obra como esta y con una inversión tal vez mayor ayudaría para fortalecer el poblado de Bacalar, su afluencia turística e impulsaría su desarrollo turístico.

- De acuerdo a los datos proporcionados por la Secretaria De Turismo (SEDETUR), el gasto anual de los visitantes de Chetumal es de \$59, 160, 960.00, esto deja claro que los recursos existen para contribuir a un desarrollo turístico por medio de los turistas. Por ello es necesario aumentar la inversión en Bacalar y así aumentar el número de visitantes y por consiguiente un mayor derrame económico.



Bibliografía

- Acerenza, M. (2002). "Promoción turística". Editorial Milenio. Pág. 299
- Careaga, L. (1997). "Quintana Roo: Monografía estatal, Ciudad de México". Editorial Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuitos.
- Careaga, L. (1997). Quintana Roo: Monografía estatal, Ciudad de México: Secretaría de Educación Pública. ISBN 968-29-6119-X.
- Casasola, L. (1990). "Turismo y Ambiente". México, D.F. Editorial Trillas, Pág. 340
- Schemelkes, C. (2001). "Manual para la presentación de anteproyectos e información de investigación". Editorial Planeta. Pág. 15 - 25
- Dachary, A.C. (1991). "Los impactos del turismo y sus alternativas". Editorial CIQROO. México, Q. Roo. Pág. 234 - 236.
- Diccionario de Marketing (2000). Editorial de Cultural. Pág. 217.
- Stanton, Etzel y Walker (2004). "Fundamentos de marketing". Editorial Mc Graw-Hill Interamericana. 13a Edición. Pág. 577 y 578.
- Kotler, P. y Amstrong, G. (2002). "Fundamentos de Marketing". Editorial Mc Graw-Hill Interamericana. Sexta Edición. Pág. 470.
- Hernández R. (2007). Tesis: Oferta Turística en el municipio de Othón P. Blanco, Pág. 123-124.
- Morales J. (1994). "Bacalar: XVI siglos de historia, Bacalar, Quintana Roo". Editorial Casa Internacional del escritor. Pág. 34 - 124.



- Molina, S. (2000). "Conceptualización del turismo". Editorial Limusa. México. Pág. 201-214
- Manzanero M. (2002). "Monografía del municipio de Othón P. Blanco, Quintana Roo". Pág. 345.
- Palafox A. (2005) . "Turismo "Teoría y praxis". Editorial Laguna. Pág. 56 – 67.
- Ramírez M. (1992) "Teoría General del Turismo2. Editorial Diana, México. Pág. 345-356
- Secretaría de Turismo, (2001) Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México.
- SEMARNAP (2002). Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección del Ambiente.
- Wearing S. y Neil J. (1999). "Ecotourism, impacts, potential and possibilities". Pág. 123 – 132.
- Casola, L. (1990). "Turismo y ambiente". Editorial Trillas. México. Pág. 110-115
- Grolleau, H. (1990). "Las dimensiones comercial y local del Turismo Rural." Editorial Dossier.
- Stanton, Etzel y Walker. (2004). "Fundamentos de Marketing". 13va. Edición. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana, Pág. 302.



Paginas Web consultadas

- es.wikipedia.org/wiki/TurismoEvoluci.C3.B3n_hist.B3rica.
Fecha: 10/10/07
- es.wikipedia.org/wiki/Turista.
Fecha: 10/10/07
- www.caribemexico.com/espanol/conoce/historia/colonia/piratasdelcaribe.
Fecha: 20/05/08
- www.cptm.com.mx/CPTM/CPTM_Mercadotecnia.
Fecha: 03/04/08
- <http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/5976-Laguna-de-Bacalar-y-Cenote-Azul,-Quintana-Roo>.
Fecha: 30/11/07
- http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_1_home_sectur.
Fecha: 15/03/08
- www.opb.gob.mx/popupfiles/Bac_rev1.doc.
Fecha: 18/06/08
- www.auswaertigesamt.de/diplo/es/WillkommeninD/EinreiseUndAufenthalt/Schengen.html.
Fecha: 23/04/08
- http://es.wikipedia.org/wiki/Casa_rural.
Fecha: 18/06/08



Anexos

**Anexo 1: Encuesta**

Instrucciones: Por favor subraye la respuesta de que describe usted. La información obtenida, será analizada para la realización de la Tesis: "Bacalar y su desarrollo turístico en el municipio de Othón p. Blanco, y su actividad turística enfocada al turista mexicano".

Le aseguramos que la información obtenida es confidencial.

1.- Sexo: a) Masculino b) Femenino

2.- Edad: a) 18-25 ___ b) 26-32 ___ c) 33-40 ___ d) 41-50 ___ e) 51-62 ___

3.- Estado Civil: a) Soltero b) Casado c) Separado

4.- ¿De que Estado del país de México proviene?

5.- Este viaje lo realizo con:

a) Familia b) Novio(a) c) Amigos(as) d) Solo

6.- ¿Cuántos hijos tiene?

a) Ninguno b) 1 c) 2 d) 3 e) Más de 4

7.- ¿Cuál es el motivo de este viaje?

a) Negocios b) Placer c) Aventura

8.- ¿En que lugar se quedara o quedo?

a) Playa del Carmen b) Cancún c) Cozumel d) Othón P. Blanco

9.- ¿Cuánto tiempo (días) se quedara o quedo en ese lugar?

a) 1-3 días b) 4-6 días c) mas de 6 días

10.- ¿Ha escuchado del centro turístico Bacalar?

a) Si b) No

11.- ¿Por cual medio se entero de Bacalar?



- a) Ninguno b) Televisión c) Radio d) Folletos e) Agencia de viajes f) amigos
g) Otro

12.- ¿Ha visitado el centro turístico Bacalar?

- a) Si b) no c) Tengo planes de visitarlo d) No tengo planes de visitarlo planes

13.- ¿Ha que se dedica actualmente?

- a) Trabaja b) Estudia c) Jubilado(a)

14.- ¿Cuánto gasta en promedio por día (pesos) durante su visita en Quintana Roo?

- a) 500 pesos b) 500-999 c) 1000-1999 d) 2000-2999 e) Más de 300.

15.- ¿Cuál es su nivel de estudios?

- a) Preparatoria b) Licenciatura o Ingeniero c) Maestría d) Doctorado

16.- ¿Cuanto aproximadamente son sus ingresos anuales (pesos)?

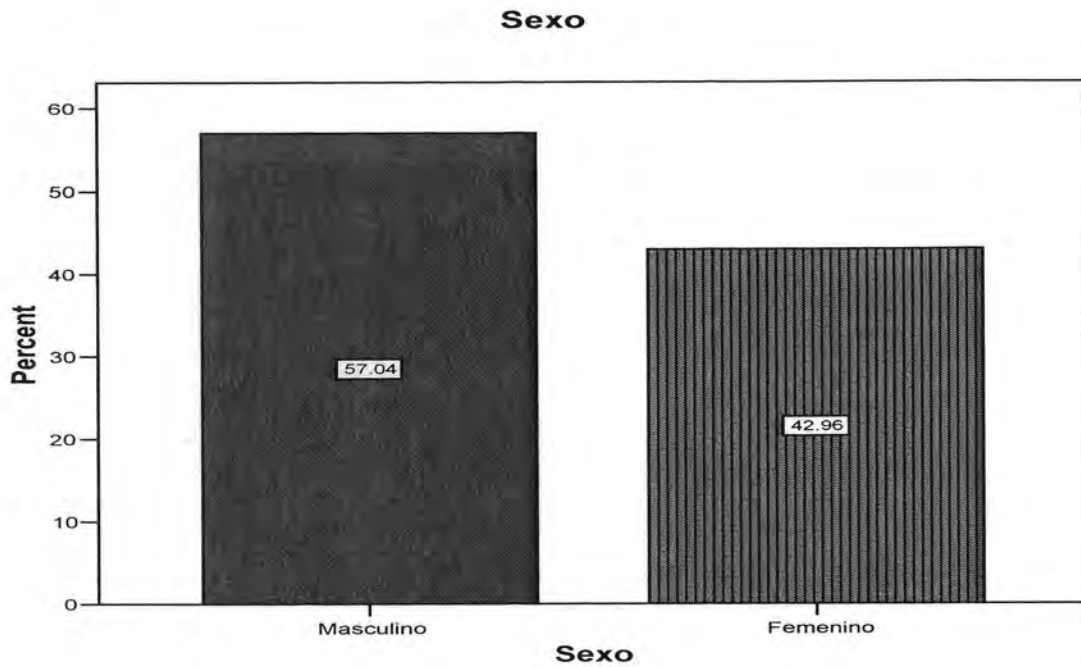
- a) \$15,000 – 30,000 b) \$30,001 – 60,000 c) \$60,001 – 90,000
d) Mas de \$90,000

Firma de encuestado(a) _____

Fecha _____

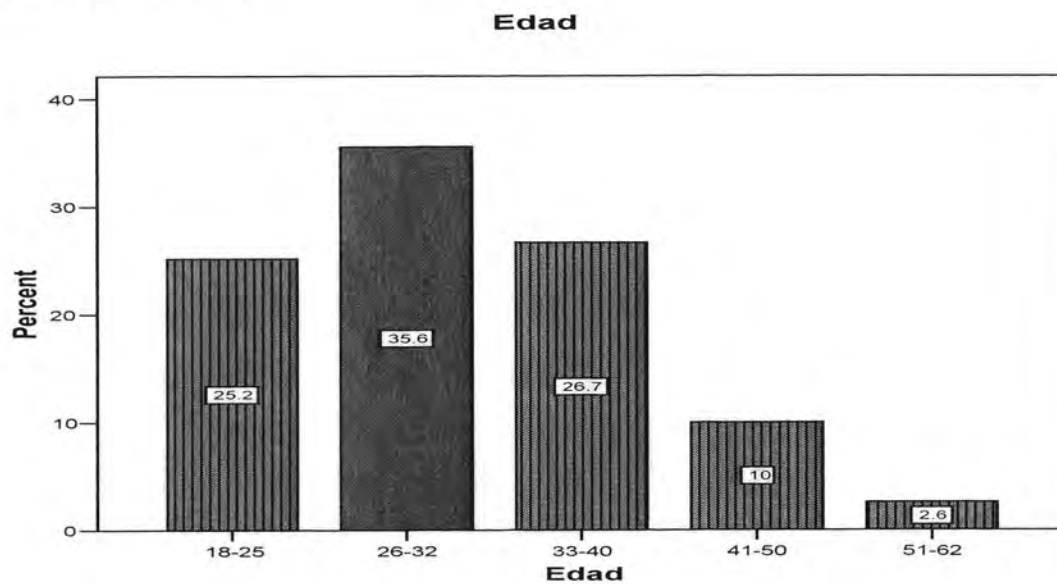
Encuestador _____

Anexo 2: Grafico 1



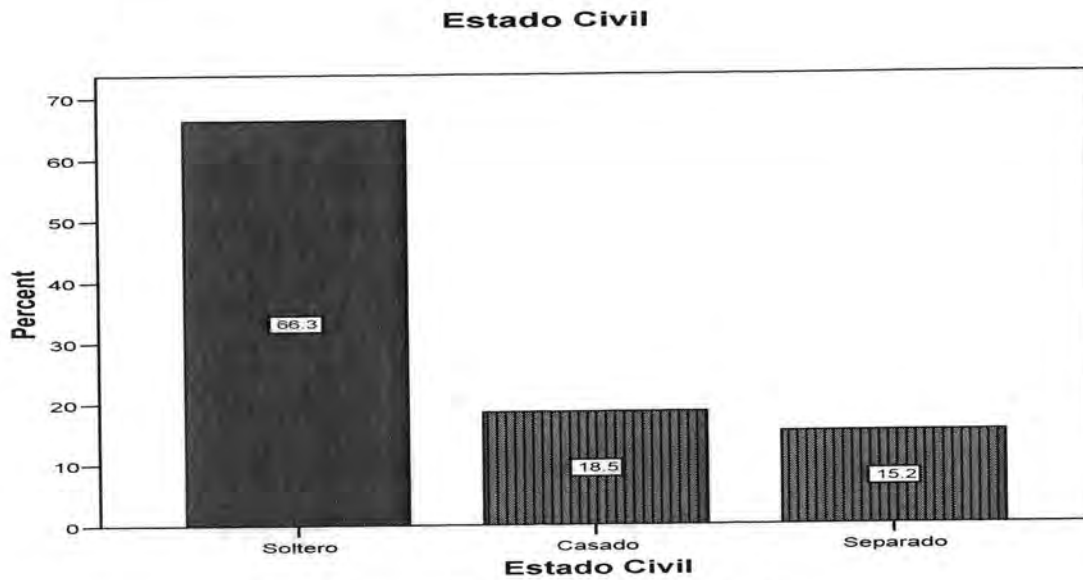
Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 3: Grafico 2



Fuente: Elaboración propia, 2008.

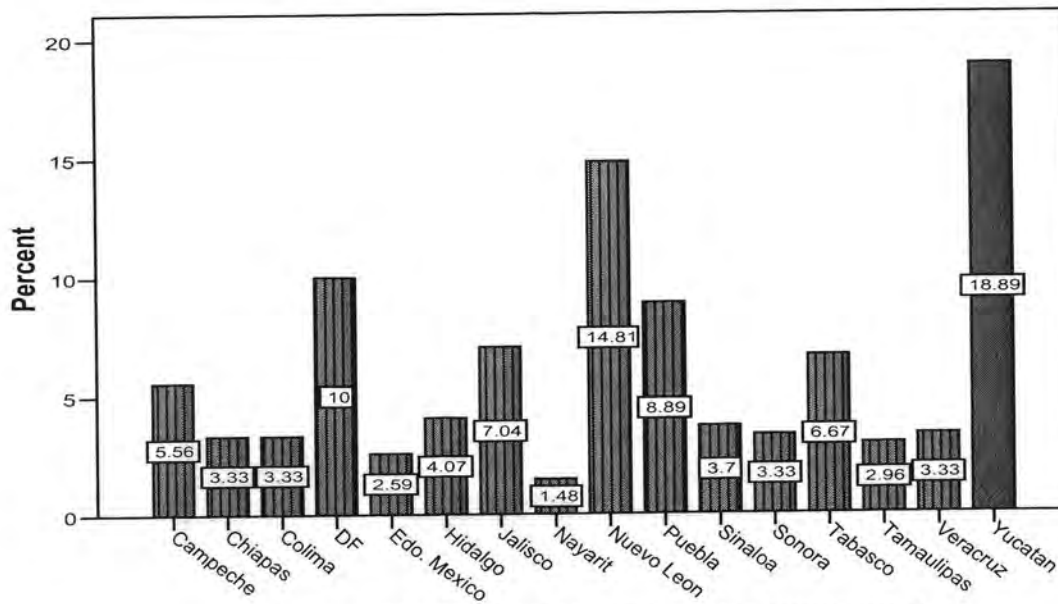
Anexo 4: Grafico 3



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 5: Grafico 4

¿De que estado del país de México proviene?



¿De que estado del país de México proviene?

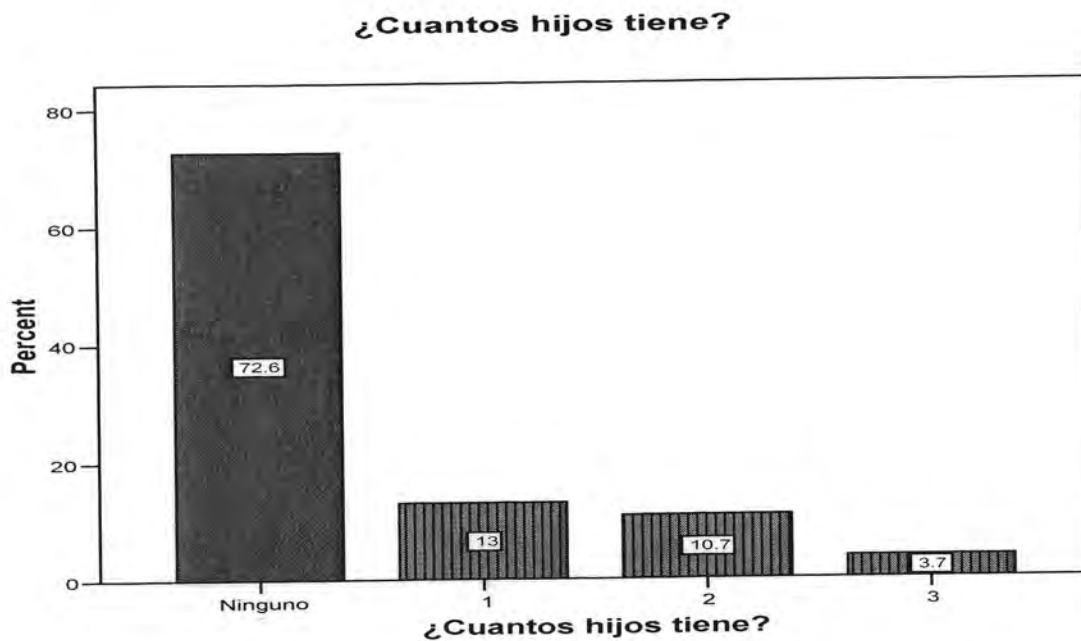
Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 6: Grafico 5



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 7: Grafico 6



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 8: Grafico 7

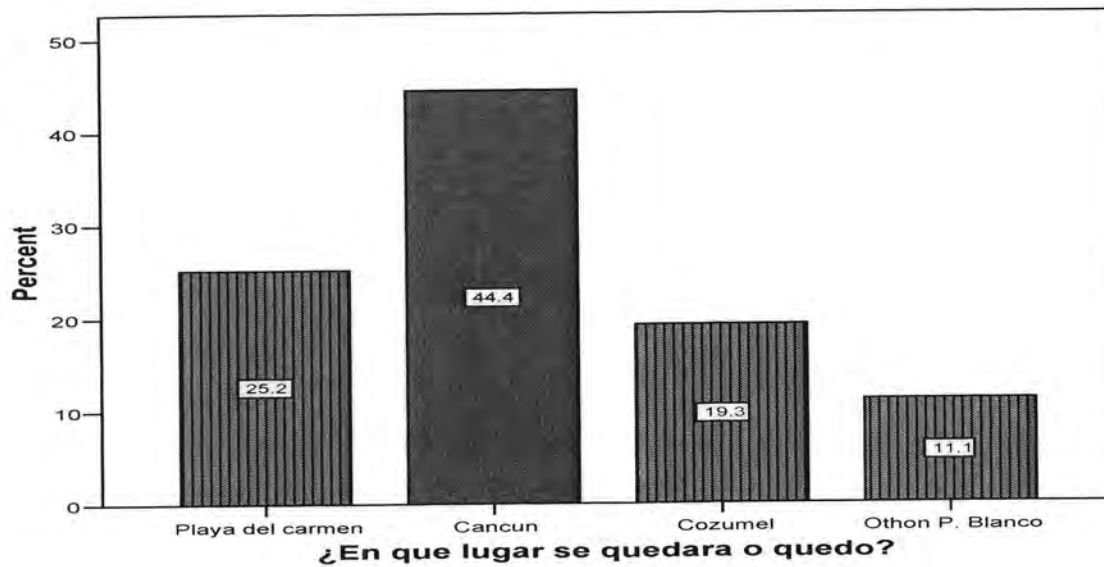
¿Cual es el motivo de este viaje?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 9: Grafico 8

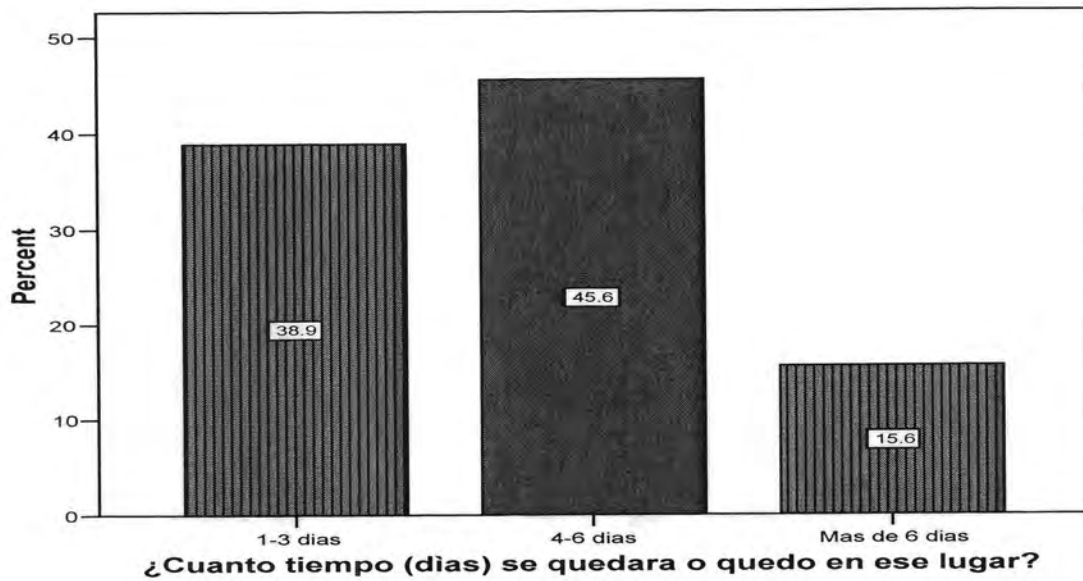
¿En que lugar se quedara o quedo?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 10: Grafico 9

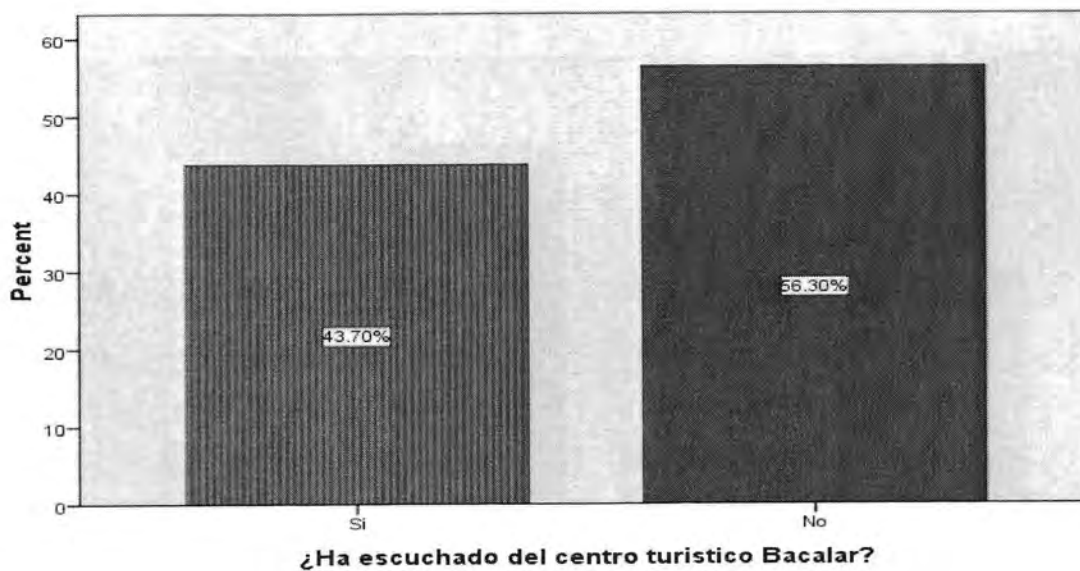
¿Cuanto tiempo (días) se quedara o quedo en ese lugar?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 11: Grafico 10

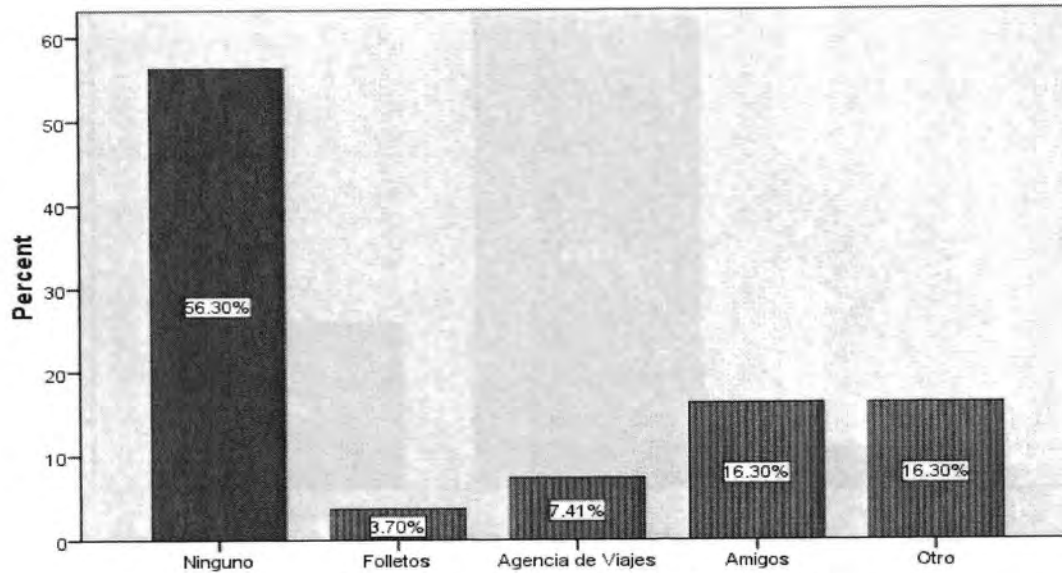
¿Ha escuchado del centro turístico Bacalar?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 12: Grafico 11

¿Por cual medio se entero de Bacalar?

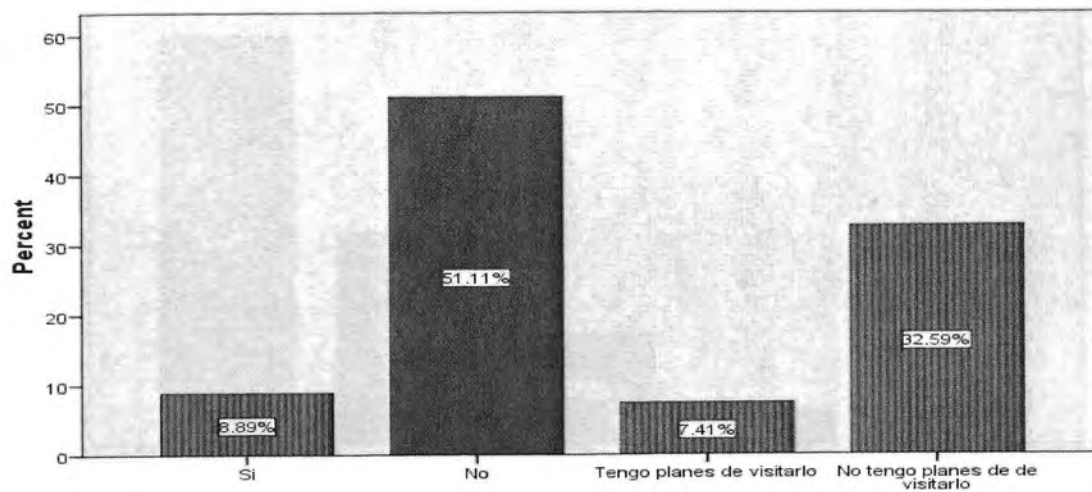


¿Por cual medio se entero de Bacalar?

Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 13: Grafico 12

¿Ha visitado el centro turistico bacalar?

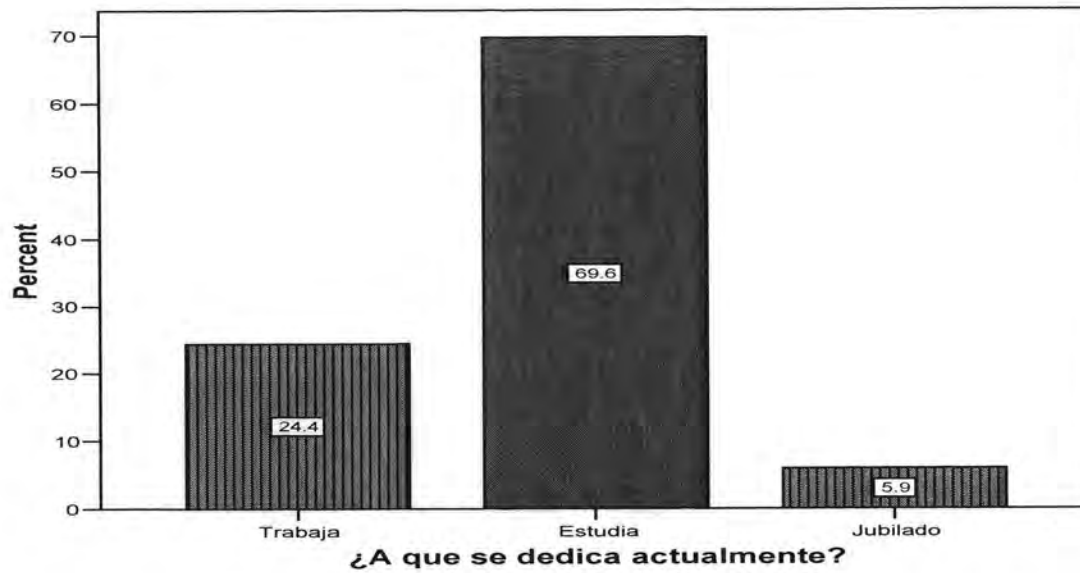


¿Ha visitado el centro turistico bacalar?

Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 14: Grafico 13

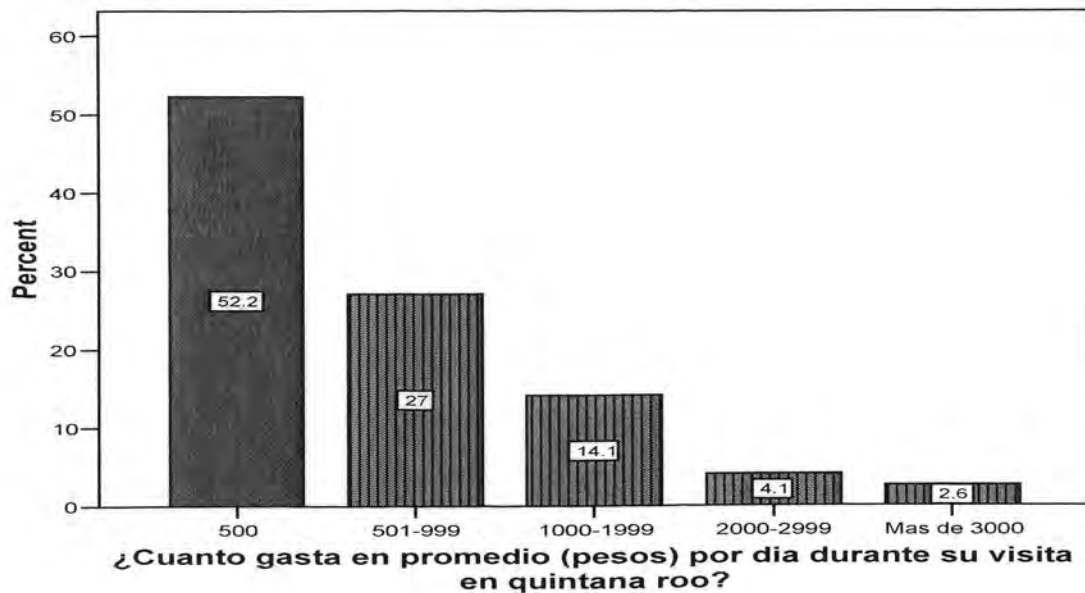
¿A que se dedica actualmente?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 15: Grafico 14

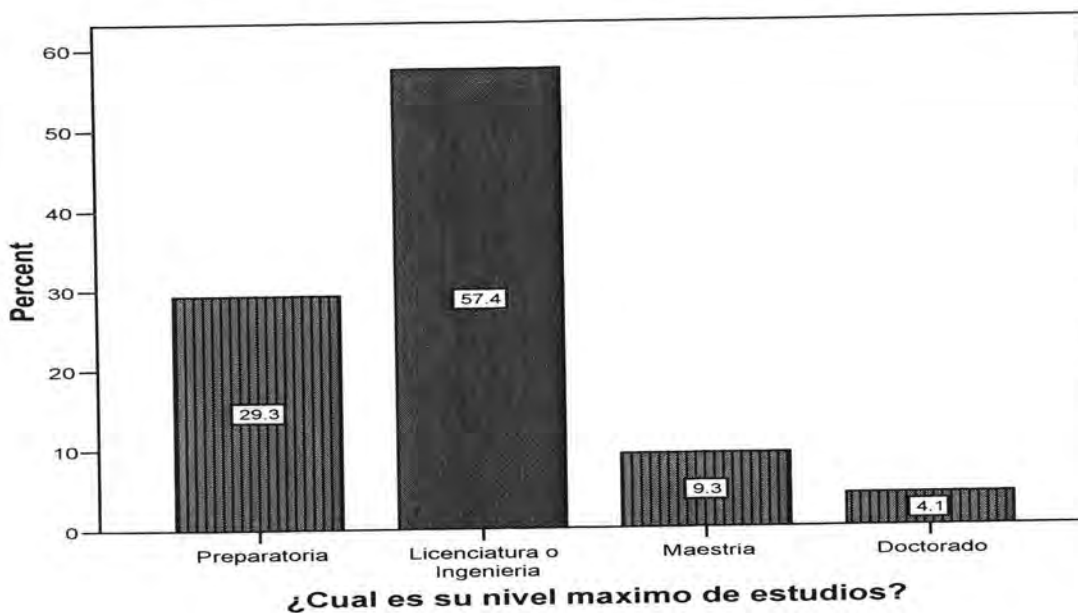
¿Cuanto gasta en promedio (pesos) por día durante su visita en quintana roo?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 16: Grafico 15

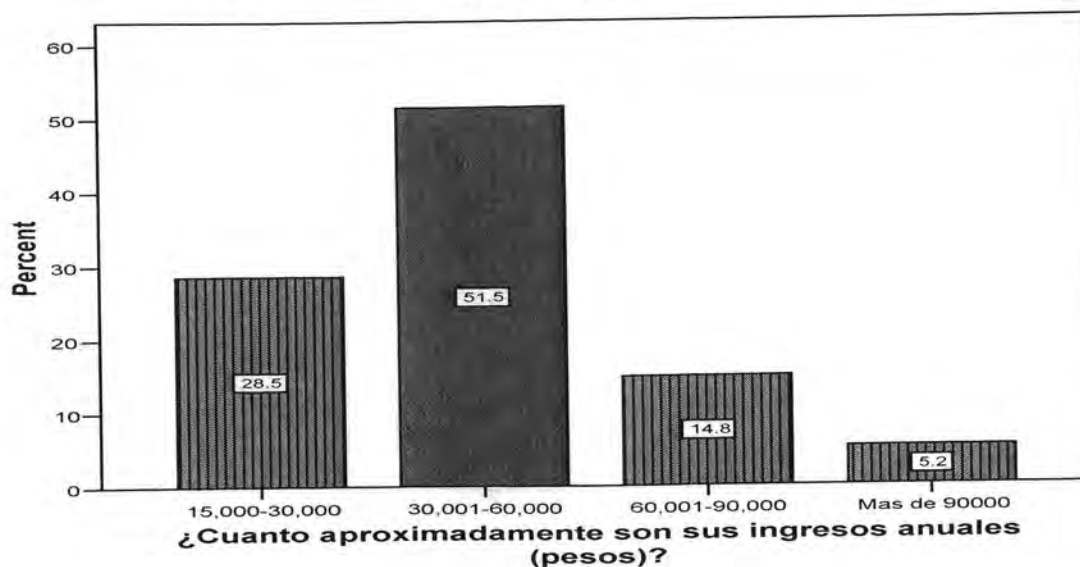
¿Cual es su nivel maximo de estudios?



Fuente: Elaboración propia, 2008.

Anexo 17: Grafico 16

¿Cuanto aproximadamente son sus ingresos anuales (pesos)?



Fuente: Elaboración propia, 2008.