

BOLETÍN  
**HECHOS Y TENDENCIAS  
DEL TURISMO**

NÚMERO 7 MAYO, 2002

BOLETÍN  
**HECHOS Y TENDENCIAS  
DEL TURISMO**

NÚMERO 7 MAYO, 2002



**CONTENIDO**

NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS	2
TECNOLOGÍAS	4
MERCADOS	5
TENDENCIAS	11

**BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO**

Es una publicación mensual editada por la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo, que integra y difunde información relevante de la actividad turística en campos relacionados con el análisis actual y prospectivo del turismo. Número 7, Mayo de 2002, primera edición 16 pp.

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

**SECRETARÍA DE TURISMO**

Dirección General de Información y Análisis  
Dirección de Análisis Prospectivo  
Av. Presidente Masaryk N° 172, 2° Piso  
Col. Chapultepec Morales C. P. 11580  
México, D. F.  
Teléfonos: 5255-3293, 5250-7948  
Fax: 5250-6842

**José I. Casar Pérez**

jcasar@sectur.gob.mx

**Sergio Molina Espinoza**

smolina@sectur.gob.mx

**Carolina Chávez Oropeza**

cchavez@sectur.gob.mx

La reproducción parcial o total de la información contenida en esta publicación es permitida, citando la fuente.

**Cuba inaugura su primera oficina de turismo en Brasil**

El gobierno de **Cuba** inauguró recientemente su primera oficina de turismo en Brasil, la cual trabajará conjuntamente con las operadoras de turismo locales, además de participar en eventos turísticos como ferias, congresos y talleres.

Esta oficina se encargará de mostrar a Cuba como un destino barato y muy seguro.

El año pasado viajaron a Cuba 9,498 turistas brasileños, 37,000 argentinos, 60,000 mexicanos, y el turismo total dejó una derrama de USD. \$2,000 millones.

La meta de la oficina en Brasil es duplicar en 5 años el flujo de turistas brasileños a la isla.

Fuente: T W Crossroads

**Curacao anuncia un incremento en visitantes estadounidenses**

El **Buró de Turismo de Curacao** reportó que los visitantes estadounidenses alcanzaron la cifra de 11,233 en los primeros tres meses del año, un incremento del 7.3%, respecto al primer trimestre del año 2001.

El mayor salto se registró durante el mes de marzo, cuando las llegadas de estadounidenses superaron en 20% las cifras del mismo mes del año anterior.

Estado Unidos es el segundo mercado de Curacao, y representa el 22% del total de llegadas, comparado con el 27.5% de su principal mercado, el Europeo.

Según el director ejecutivo del Buró, el incremento en la llegada de turistas estadounidenses se ha visto favorecido por los servicios de Air Jamaica y la presencia de SuperClubs Breezes.

Fuente: T W Crossroads

**Agencia de Publicidad suspende los spots turísticos de Jamaica**

Los spots publicitarios del **Jamaica Tourism Board** fueron suspendidos debido a una deuda pendiente con su agencia de publicidad. El Buró de Turismo no ha hecho comentarios.

CUBA



Tanto los dueños de la agencia como directivos del Buró se reunieron en Jamaica para realizar algunas negociaciones y poder solucionar el problema. Este asunto se hizo público a través de un artículo publicado el pasado 3 de mayo, en el periódico **Jamaica Gleaner**.

Fuente: T W Crossroads

CURACAO

JAMAICA

### Los senadores piden al GAO investigar las cuotas de los sistemas de reservaciones por computadora

Los senadores miembros del subcomité antimonopolio pidieron al **General Accounting Office (GAO)**, que es la sección de investigación del Congreso, estudiar los cargos hechos por los agentes de viajes a las reservaciones a través de **Sistemas de Reservaciones por Computadora (CRS, por sus siglas en inglés)**.

El subcomité pidió al GAO que investigue porqué las cuotas por reservaciones a través de CRS, se ha incrementado más de 1000% desde 1984, alcanzando ahora USD. \$4 por segmento de vuelo reservado.

Adicionalmente, los congresistas han notado que los incrementos han coincidido con la reducción de las comisiones de las aerolíneas a los agentes de viajes.

El argumento que están utilizando, es que los incrementos a las cuotas de reservaciones podrían haber incentivado a las aerolíneas a no utilizar los servicios de las agencias, o al menos, imponer cortes drásticos a los agentes.

La petición de los senadores se centra en examinar los incrementos en las cuotas, encontrar las causas de los mismos, compararlos con las tendencias generales en los costos de la industria de la computación, y determinar el impacto sobre las agencias de viajes y los consumidores.

Fuente: TW Crossroads

### SISTEMA DE RESERVACIONES POR COMPUTADORA



CHILE

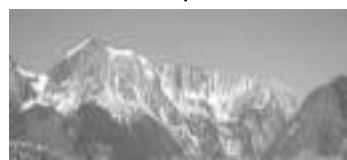
El mercado emisor chileno Durante el año 2001, el total de turistas chilenos que viajó al exterior sumó 1,569,000 personas, cifra que representó una contracción de 8.4% en comparación al año anterior (2000), cuando se registró un total de 1,712,000 salidas. Como era de esperarse, las caídas más notables en la afluencia hacia el extranjero, se manifestaron en el tercer y cuarto trimestre del año pasado: -17.1% y -13.4%, respectivamente.

Fuente: INE, Policía Internacional, Departamentode Estudios CNC-CONSETUR

ESTADOS UNIDOS

### Un estudio revela que los viajes de negocios y placer se incrementarán

Un estudio realizado por **Yesawich, Pepperdine & Brown (YP&B)**, y **Yankelovich Partners**, reveló que los viajes de negocios se incrementarán 8% durante este año, mientras que los de placer lo harán en un 6%.



En general, el estudio denominado **2002 National Travel Monitor**, indica que los efectos del "9-11" en los viajes parecen estar desvaneciéndose, sin embargo, los que se refieren a la economía y el "factor fastidio" asociado a las nuevas medidas de seguridad en los aeropuertos, están disuadiendo mayormente a los viajeros de negocios. El estudio, que evalúa las intenciones de viaje, además encontró que 4% de los viajeros de placer indicaron sentirse inseguros de volar, un porcentaje muy inferior si lo comparamos con el 30% que tenían ese sentimiento el pasado mes de enero.

En este sentido, el estudio mostró que los agentes de viajes estaban a la par con los sitios de viajes en Internet, en términos de la confianza de los viajeros de negocios en las fuentes de información.

La familia y los amigos se ubicaron en primer lugar (73%), seguidos de los agentes de viajes (46%) y los sitios Web que ofrecen servicios "on line" (44%).

Los viajeros de placer también se inclinan hacia la familia y los amigos (84%), las guías turísticas (55%), las recomendaciones de los agentes de viajes (50%) y los sitios Web (46%).

Por otra parte, el estudio encontró que el 36% de los viajeros de placer planean realizar más viajes que el año pasado, el 39% realizará el mismo número de viajes, y 25% reducirán el número de estos.

Las causas principales que desalientan los viajes, según indica el estudio, continúan siendo cuestiones económicas.

Fuente: TW Crossroads

### Sustentabilidad en Hawaii

El Estado de **Hawaii** se ha embarcado en un estudio de USD \$1.2 millones para analizar los efectos del turismo sobre el medioambiente, la infraestructura, la economía y la sociedad, para tratar de determinar los límites de crecimiento del sector.

De acuerdo con las declaraciones de Imada-Iboshi, el ministro de economía del Estado, con esta iniciativa se pretende crear un equilibrio entre el medioambiente y la economía.

Hawaii recibe anualmente cerca de 7 millones de turistas, que representan el 25% de la actividad económica en el Estado.

Fuente: Travel Weekly's Hawaii E-Letter

### Acuerdo entre Austria y Alemania para realizar recorridos por sitios Patrimonio de la Humanidad

Los organismos oficiales de turismo de **Austria y Alemania**, se han unido en un esfuerzo de comercialización sin precedentes para ofrecer a mediados del próximo verano, recorridos en tren y en auto combinando los mejores sitios declarados por la **UNESCO** como **Patrimonio de la Humanidad**.

Mientras que varios tour operadores estadounidenses expresaron su interés en los tres itinerarios, dos de 10 días y uno de 5 días, - de Frankfurt o Munich a Salzburg y Vienna – ninguno se ha comprometido aún, apuntó Birgit Dittmar, administrador de la UNESCO para el **German National Tourist Board (GNTB)**.

Los Estados Unidos fueron elegidos como primer mercado para el lanzamiento debido a que, según Dittmar "los estadounidenses valoran las designaciones de la UNESCO más que nadie".

Los paquetes incluyen alojamiento en hoteles socios de la UNESCO, recorridos guiados por los pueblos, paseos en

HAWAI

AUSTRIA /  
ALEMANIA



### AGENCIAS DE VIAJES

ciudades y museos y visitas a los sitios designados Patrimonio de la Humanidad, por ejemplo, los itinerarios de 5 días de Munich harán escala en la iglesia Wieskirche en Pfaffenwinkel, Alemania, y en los centros históricos de Salzburg y Hallstatt en Austria.

El GNTB también está interesado en crear recorridos similares en colaboración con Suiza.

Fuente: TW Crossroads

### Se forma una comisión para estudiar la problemática de las Agencias de Viajes

El **Departamento de Transporte de Estados Unidos (DOT)**, estableció el 16 de mayo una comisión para estudiar la industria de las **Agencias de Viajes**. Dicha comisión deberá rendir un informe el 16 de noviembre del presente año, haciendo recomendaciones de cómo se puede mejorar la condición de los agentes y a su vez incrementar el acceso a la información por parte de los consumidores.



El estudio incluirá un tratamiento especial para aquellas agencias que tengan menos de USD. \$1 millón de ingresos anuales.

A pesar de que esta comisión había sido creada hace dos años, los trabajos no iniciaron hasta que fueron seleccionados todos los miembros de la misma.

Fuente: TW Crossroads

### Bajan las ventas de las Agencias de Viajes 14% durante el mes de abril

Las ventas reportadas por las **Agencias de Viajes** durante el mes de abril ascendieron a USD. \$5.4 mil millones. Esta cifra es inferior en un 14% en comparación a lo que se logró el mismo mes del año anterior, sin embargo, significa también una mejora en relación a la reducción del 20% registrada durante los tres primeros meses del año.

Estas cifras sugieren que el volumen de ingresos está siendo presionado por dos razones: las escasas ventas y las bajas tarifas.

Fuente: TW Crossroads

### Carnival cambia la base del Jubilee de Galveston, Tex., a San Juan, Puerto Rico

**Carnival Cruise Lines** anunció la reubicación de su nave **Jubilee**, de Galveston, Texas, a San Juan, Puerto Rico, para operar el próximo año una serie de cruceros que visitarán siete puertos en siete días, contando el puerto de embarque.

A partir del 27 de septiembre de 2003, el Jubilee partirá de San Juan y hará escala en St. Thomas, Antigua, St. Lucia, Dominica, St. Kitts y Tortola.

Fuente: TW Crossroads

### KLM reporta pérdidas por USD. \$ 142 millones durante el año fiscal 2001

La aerolínea holandesa **KLM** reportó grandes pérdidas para su año fiscal que finalizó el 31 de marzo, y predijo tiempos difíciles hacia el futuro, sin embargo los funcionarios de la aerolínea confían en algunos signos de recuperación y en la fortaleza de la compañía para volver a la normalidad.

La incertidumbre respecto al tiempo que tardará en regresar la estabilidad económica, y los altos precios del combustible son entre otros, los aspectos que dificultan predecir cuándo se lograran beneficios netos. A pesar de ello, el desempeño de la compañía y su buen posicionamiento son indicios de su fortaleza de cara al futuro.

Mientras la aerolínea perdió USD. \$142 millones durante el año fiscal de 2001, en comparación con los USD. \$70 millones en beneficios del año anterior, el tráfico de pasajeros ha mejorado mes a mes desde octubre.

Después de que la capacidad fue reducida un 9% en el cuarto trimestre, el factor de carga se incrementó 3.5%, hasta un nivel récord de 79.9%, para el trimestre, mientras que los ingresos promedio por pasajeros se elevaron en un 1%.

El tráfico en las rutas del Atlántico Norte bajó 18%, en comparación con el año anterior, sin embargo los funcionarios reportaron grandes ventas de boletos, tanto económicos como de clase de negocios, en las rutas trasatlánticas el mes pasado.

Por otra parte, las pérdidas del grupo para el cuarto trimestre fueron 4% de un año a otro, es decir, por debajo del 16% del trimestre previo.

Fuente: T W Crossroads

## SEGMENTOS DE CRUCEROS

## SECTOR AERONÁUTICO

### US Airways se apunta para el servicio Charlotte-Belice

**US Airways** se apuntó en el **Departamento de Transporte** para la autorización del lanzamiento de 4 vuelos semanales entre Charlotte, N. C. y Belice el próximo noviembre, utilizando un Airbus de 120 pasajeros.



En un acuerdo previo este mes, la aerolínea aplicó ante el DOT para prestar el servicio Providenciales, Turks and Caicos, desde Charlotte, con cuatro vuelos semanales que también iniciarán en noviembre.

Adicionalmente, esta aerolínea introducirá un servicio semanal entre Philadelphia y St. Kitts, iniciando el 7 de diciembre, sujeto a la aprobación gubernamental.

Los vuelos adicionales de St. Kitts, Providenciales y Belice, elevan a 19 el número de destinos caribeños a los que sirve US Airways, incluyendo 13 desde Charlotte. Otros destinos del Caribe son atendidos por US Airways Express.

Fuente: T W Crossroads

### Star Alliance considerará sumar su 15° miembro

**Star Alliance** cumplió su quinto aniversario el 14 de mayo y está contemplando añadir su miembro número 15 el 1 de junio, cuando se reúnan los representantes de las 14 aerolíneas en Shanghai, para su reunión semestral.



Aunque aún no se ha decidido qué compañía será incluida, Star Alliance está analizando diferentes mercados. En este sentido, se ha detectado que China es una de las regiones geográficas donde se necesita mayor

cobertura.

Otras áreas geográficas de interés incluyen la India – donde Star desea tener cobertura doméstica- el Este de Europa y ciertas áreas de Asia. Adicionalmente se está estudiando África pero la base de viajes domésticos de este continente es pequeña aún.

Fuente: TW Crossroads

### Pan Am incrementa sus rutas

**Pan Am** lanzará el próximo 30 de mayo sus nuevas rutas desde Miami a Puerto Plata, República Dominicana, y de San Juan a Puerto Plata.

La aerolínea inició el 15 de mayo su servicio diario directo entre el **Orlando Sanford International Airport** y el **Freeport**, en las Bahamas.

Fuente: TW Crossroads

### Las aerolíneas se oponen al aumento en las cuotas de seguridad

Las aerolíneas y las agencias de viajes condenaron la iniciativa introducida por el **House Appropriations Committee**, que pretende duplicar el pago de la cuota de seguridad de USD. \$2.5 por trayecto, a USD. \$5.

Por el momento la votación para esta iniciativa ha sido pospuesta en el Congreso, esta propuesta forma parte de los USD. \$29.7 miles de millones en una asignación suplementaria para cubrir el incremento en los costos de la **Transportation Security Administration**.

Sin embargo, tanto las aerolíneas como los agentes argumentan que un incremento en las cuotas dificultaría las ventas de viajes aéreos, justo ahora que la industria está comenzando a recuperarse de los efectos de los ataques del **"9-11"**.

Fuente: T W Crossroads

## EL ECOTURISMO: SITUACIÓN ACTUAL, TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

### Relevancia del ecoturismo

En los últimos años diversos organismos internacionales, instituciones del sector público, empresas, organismos no gubernamentales, especialistas e investigadores, han reconocido en el ecoturismo una actividad de gran potencial de crecimiento y un instrumento que puede facilitar una participación más activa de las comunidades, con los beneficios derivados que trae consigo esta condición.

En este marco el ecoturismo ha ido ganando creciente reconocimiento e importancia, la cual, sin embargo, contrasta con el aún escaso conocimiento de sus características, de su evolución y tendencias.

Con la finalidad de ir enriqueciendo el acervo de información para apoyar los procesos de toma de decisiones, y las acciones, hace poco la Secretaría de Turismo (SECTUR) ha dado a conocer los resultados de uno de los pocos estudios disponibles sobre el tema<sup>1</sup>.

Por otro lado, cabe mencionar que las Naciones Unidas designaron el año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo, reconociendo la importancia que tiene la actividad para el desarrollo económico y la conservación del entorno natural, si se conduce de una manera planificada, se gestiona y se comercializa adecuadamente.

El Año Internacional del Ecoturismo ha abierto la posibilidad para profundizar el diálogo entre diversos actores, buscando integrar experiencias que garanticen la obtención de beneficios económicos y sociales que promete el ecoturismo. Para ello, tanto la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en Québec, Canadá, como la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable, a realizarse en Johannesburgo, Sudáfrica, serán, seguramente de gran valor para fortalecer la práctica y la gestión del ecoturismo en diversos países.

### Impacto del ecoturismo en México

Destaca, entre los principales resultados del estudio llevado a cabo por la SECTUR, el hecho de que el ecoturismo y el turismo

<sup>1</sup> Véase el sitio [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), de la Secretaría de Turismo, enseguida entrar al menú Servicios, y buscar en Estudios y Documentación el denominado Estudio Estratégico de Viabilidad del Segmento Ecoturismo.

de aventura constituyen segmentos con una participación marginal en el total de los ingresos turísticos.

De esta manera, el estudio reporta que los ecoturistas y turistas de aventura internacionales, gastaron en el país 51.2 millones de dólares, cifra que representa el 0.62% de los 8,295 millones de dólares ingresados por visitantes internacionales en el año 2000.

A pesar de ello, conscientes de la presencia de debilidades y amenazas para el desarrollo de esta actividad en el país, se observa la presencia de una gran riqueza en términos de:

- biodiversidad,
- variedad de climas y ecosistemas,
- cercanía geográfica a importantes mercados,
- infraestructura disponible.

Lo anterior deja ver que existen grandes oportunidades para desarrollar este segmento de mercado tanto a nivel nacional como internacional.

#### Definiciones básicas

**Ecoturismo:** Aquellos viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación. Tienden a realizarse en áreas poco perturbadas por el hombre y suelen incluir prácticas de entendimiento y sensibilización cultural.

**Turismo de aventura:** Aquellos viajes realizados por personas motivadas a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y alcanzar logros (sin considerar competencias deportivas).

Fuente: Estudio Estratégico de Viabilidad del Segmento de Ecoturismo en México, SECTUR

### El mercado emisor de ecoturismo en los Estados Unidos

Una definición de ecoturismo que parece ser representativa de la industria de éste país, integra necesariamente los siguientes elementos:

- es toda forma de turismo basado en la naturaleza, siendo la principal motivación la observación y apreciación del entorno natural;
- es toda forma de turismo basado en la naturaleza, cuya principal motivación consiste en experimentar cultural

tradicionales que prevalecen en áreas naturales;

- minimiza los impactos negativos en el medio natural y socio-cultural;
- apoya activamente los objetivos de la conservación a través de aportaciones financieras o de otro tipo;
- enfatiza en la generación de beneficios económicos para las comunidades locales;
- contiene características educativas.

Esfuerzos por determinar la relevancia del ecoturismo en mercados emisores importantes, como el de Estados Unidos, muestran algunos resultados parecidos a los obtenidos en México.

En consecuencia, los flujos de ecoturistas que viajan fuera de los Estados Unidos<sup>2</sup> son más pequeños de lo que generalmente se piensa, observando una tasa de crecimiento similar a la tasa de crecimiento del turismo en su conjunto. Se estima que cerca del 4% de los turistas que viajan fuera del país participan en actividades vinculadas con el medio ambiente natural.

El estudio señala que, en 1999, el destino más popular y dominante – a excepción de Canadá - para la práctica de ecoturismo fue México, logrando captar casi un cuarto del total de este mercado, seguido, a bastante distancia, por Australia:

1. México (capta el 25% del total del mercado);
2. Australia (5.4%);
3. Jamaica (5.1%);
4. Costa Rica (4.0%);
5. Reino Unido, Perú, Nueva Zelanda (cada uno de estos países captura el 3.9% del mercado estadounidense).

#### A. Atractividad de los destinos

Una porción significativa de los ecoturistas estadounidenses que viajan a México parece combinar su práctica con actividades vinculadas a los productos de sol y playa que ofrece el país, o bien que es a partir del mercado de sol y playa que se favorece la realización de prácticas de ecoturismo.

Esto podría sugerir que la oferta de ecoturismo de México no tiene, todavía, un alto grado de atractividad para este mercado.

<sup>2</sup> La información obtenida para elaborar el presente resumen analítico, se basó en el documento The U.S. Ecotourism Market, Reporte Especial número 12, elaborado por la Sección de Promoción e Inteligencia de Mercado de la Organización Mundial del Turismo. El estudio comprende el análisis de ecoturistas que viajaron a países de ultramar, por lo tanto no contempla a Canadá, aplicándose a personas que utilizaron el avión como medio de transporte. El documento citado fue publicado en enero de 2002, en la ciudad de Madrid.

En el lado opuesto se encuentran destinos como Kenya, en primer lugar, seguido de Belice, Nueva Zelanda, Costa Rica y Sudáfrica, puesto que los ecoturistas estadounidenses que viajan a ellos lo hacen por su alto componente, en la oferta, de productos asociados a la naturaleza. Es decir, son países que tienen una mayor participación en el mercado estadounidense de ecoturistas emisivos, que en el mercado de viajeros estadounidenses en general, al exterior.

En estos últimos países, por lo tanto, la atraktividad que tiene el ecoturismo sería, comparativamente, mayor, según se aprecia en la tabla que se incluye a continuación:

**Principales destinos a los que viajan los ecoturistas y viajeros en general.**

Destinos	% ecoturistas	% de viajeros en general
Reino Unido	3.9	10.4
México	25.8	19.4
Jamaica	5.1	5.1
Kenya	1.8	0.2
Australia	5.4	1.6
Belice	0.8	0.1
Nueva Zelanda	3.9	0.8
Costa Rica	4.0	1.0
Sudáfrica	1.7	0.4
Chile	1.5	0.4
Brasil	1.5	1.6
Ecuador	1.5	0.7

Fuente: The U. S. Ecotourismo Market, OMT, 2002

## B. Perfil de la demanda y canales de marketing y promoción

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, el mercado estadounidense de ecoturistas que viajan al exterior registra las siguientes características:

1. gasta un poco menos (USD. \$66 por persona al día) que el turista promedio de ese país (USD. \$88 por persona, por día), lo cual también conforma un hallazgo contrario al supuesto que afirmaba que el ecoturista tenía un gasto mayor. Lo anterior parece explicarse por el hecho de que el ecoturista suele adquirir con mayor frecuencia paquetes.
2. El ingreso promedio familiar de los ecoturistas es de 79,600 dólares al año, menor que los 85,500 dólares de ingreso promedio del turista emisivo promedio.

3. El mayor porcentaje de ecoturistas corresponde a personas con formación técnico-profesional (42.4%), seguidos de administradores y ejecutivos de empresa (19.8%) y de retirados (12.8%).
4. El 42% del total de los ecoturistas internacionales tienen entre 35 y 54 años: se trata del llamado grupo "baby boomers", los nacidos después de terminada la Segunda Guerra Mundial. La "Generación X", personas entre 18 y 34 años, constituyen el 34% del total del mercado de ecoturistas al exterior y los mayores de 55 años representan el 24% del total del mercado.
5. La estadía promedio del ecoturista es de 12 noches, en comparación a las 9 noches que pernocta el turista promedio.
6. En cuanto a los días previos requeridos para tomar una decisión de viaje, el 21% de los ecoturistas señalaron necesitar 181 o más días; el 19% toma la decisión con 121-180 días de anticipación; y el 19% lo hace en un período de 15 a 30 antes de iniciar su viaje.
7. Entre las actividades específicas que más demandan los ecoturistas, sobresalen:
  - observación de vida salvaje;
  - visitar áreas protegidas;
  - observar especies animales exóticas;
  - visitar sitios arqueológicos;
  - visitar y tener contacto con comunidades indígenas;
  - observación de aves;
  - participar en actividades marinas y acuáticas.
8. Los ecoturistas se inclinan claramente por:
  - contar con guías locales de excelencia;
  - realizar excursiones en pequeños grupos;
  - visitar destinos tranquilos, alejados del turismo masivo;
  - y por la realización de viajes y excursiones con contenidos educativos.
9. Otras características requeridas, pero de menor importancia relativa, son:
  - gastronomía y alojamiento (cabañas, posadas o *campings*) de alta calidad;
  - apoyo efectivo a actividades de conservación del entorno natural;
  - descanso;
  - bajo costo de los servicios;
  - posibilidades de realizar actividades de aventura y deportivas.
10. Los agentes de viajes son, todavía, la fuente de información más importante para la realización de viajes de ecoturismo fuera de Estados Unidos y Canadá. Más de la mitad de los viajeros utilizan sus servicios y orientación, y un tercio de ellos compraron paquetes.
11. Sin embargo, la mayor proporción del mercado de ecoturistas hace sus propios arreglos de viaje, hecho que, combinado con el creciente uso de Internet, muestra una tendencia a ampliar las posibilidades de las ofertas de bajo costo y a intensificar los esfuerzos de marketing directo al consumidor.
12. Las mejores oportunidades para que los tour operadores, agentes de viajes y operadores vendan sus ofertas de ecoturismo en los Estados Unidos, se presentan en el Adventure Travel & Outdoor Sports Show, celebrado, en el año 2002, en la ciudad de Chicago, Ill.

Uno de los hallazgos más significativos del estudio consistió en identificar que los ecoturistas se interesan por desarrollar un amplio rango de actividades, es decir, no limitan su interés a llevar a cabo actividades vinculadas con el ecoturismo. Entre ellas se señalan, por orden de importancia:

- 1) Ir a restaurantes
- 2) Compras
- 3) Visitar pequeñas ciudades y pueblos
- 4) Visitar sitios históricos
- 5) Realizar circuitos por áreas rurales
- 6) Visitar sitios culturales
- 7) Excursiones en ciudades
- 8) Actividades náuticas
- 9) Visitar parques nacionales
- 10) Conocer sitios patrimoniales de distintos orígenes étnicos.

Lo anterior puede interpretarse en el siguiente sentido: la mayor parte de los ecoturistas estadounidenses que viajan al exterior son *casuales*, en lugar de ser ecoturistas *dedicados*.

#### Horizonte a largo plazo

Las perspectivas de crecimiento del ecoturismo a largo plazo son sólidas, aunque no se estima, por ahora, que el segmento observe, en los siguientes años, un crecimiento extraordinario.

En ausencia de un conflicto internacional de gran envergadura, es de esperar que la convergencia de los fenómenos de saturación de destinos como Galápagos, Yellowstone y algunas reservas situadas en África, y los procesos de globalización, contribuyan a situar en el mercado a nuevos destinos.

El ecoturista estadounidense le otorga una gran prioridad a la posibilidad de visitar destinos inusuales o poco conocidos, los cuales pueden capitalizar esta oportunidad que se presenta a condición de diseñar una oferta que contenga valores agregados visibles para los ecoturistas.

El aprovechamiento de estas condiciones exige empresas y proyectos competitivos y eficientes, ajustados a los nuevos paradigmas del ecoturismo, que contemplan, además, una ética articulada a los principios de la sustentabilidad para la realización de negocios, capital humano altamente calificado y visión global del mercado.

## DIRECTORIO

### Lic. Bertha Leticia Navarro Ochoa

Secretaria de Turismo

### Eduardo Barroso Alarcón

Subsecretario de Operación Turística

### Lic. Francisco Madrid Flores

Subsecretario de Planeación Turística

### Lic. Mario Palma Rojo

Subsecretario de Innovación y Calidad

### José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

### Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

### Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo

## CONSEJO EDITORIAL

### José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

### Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

### Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo