

22 *Servicios turísticos*

Benjamín Casillas-López y
Gustavo D Danemann

INTRODUCCIÓN

Las características de Bahía de los Ángeles (BLA), sus islas y aguas adyacentes, la hacen especialmente atractiva para el turismo. Estas características incluyen la belleza de su paisaje costero e insular (Jordán 1951), la presencia de numerosas especies carismáticas marinas (tiburón ballena, tortugas, aves, cetáceos) y terrestres (cactáceas, reptiles), sus aguas claras y con pesca abundante, los numerosos días soleados en el año, el aire seco y la experiencia de aislamiento que ofrece el área en conjunto.

Los primeros turistas llegaron a BLA en la década de 1940, ya sea en sus avionetas privadas o a través de caminos de terracería, para practicar principalmente la pesca deportiva de la totoaba (*Totoaba macdonaldi*) (Cumings 1994). El novelista John Steinbeck, quien visitó la bahía en 1940, describió la presencia de construcciones nuevas, alineadas y modernas, y una pequeña pista de aterrizaje (Steinbeck 1941). Ya entonces, según este autor, había turistas y residentes estadounidenses en BLA. La operación de una aerolínea comercial privada a mediados de la década de 1950, y el establecimiento de la legendaria “Casa Díaz” (descritas en el Capítulo 6 de este volumen) dieron un impulso adicional a la actividad turística en esta localidad.

A partir de la inauguración de la Carretera Transpeninsular a inicios de la década de 1970, el número de turistas que visitaban BLA y sus islas registró un incremento importante, especialmente para la práctica de una mezcla de turismo de aventura y de observación de la naturaleza. Estas actividades incluyen el campismo, la observación y fotografía de vida silvestre, el kayakismo, la pesca deportiva, el buceo, y la exploración de las islas y zonas costeras (tabla 1). Algunas de estas actividades están descritas con detalle en otros capítulos de este libro.

En contraste con las características tradicionales del turismo en BLA, de bajo impacto y basado en sus aspectos naturales, y conforme a la tendencia que se observa en todo el noroeste de México, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (SECTURE) promueven en esta localidad el establecimiento de infraestructura residencial y turística de gran escala, como parte del proyecto “Escalera Náutica del Mar de Cortés” (FONATUR 2003, SECTURE 2005). Considerando el impulso federal y estatal para este esquema de desarrollo, planeado para continuar durante el sexenio 2007-2012 (Calderón-Hinojosa 2006), y la cercanía del mercado estadounidense, es posible predecir para los próximos años cambios importantes en las características no sólo de la oferta de servicios, sino también de la composición del sector turístico de BLA.

En este marco, el objetivo de este capítulo es ofrecer una descripción básica del sector turístico, la infraestructura instalada y los servicios de apoyo existentes en BLA hasta diciembre de 2005, con la finalidad de establecer un punto de referencia que permita evaluar los cambios que en estos campos pudieran evidenciarse en el corto y mediano plazos.

METODOLOGÍA

La caracterización de los servicios turísticos disponibles en BLA en 2005, presentada en este capítulo, es parte de los resultados generados por el Programa de Conservación y Desarrollo Sustentable de BLA, iniciado por Pronatura Noroeste A.C. en 1998. Para esta investigación se aplicó entre septiembre y diciembre de 2005 un cuestionario (Miller 1974, Fowler 1995) sobre indicadores socioculturales, características generales de los servicios turísticos disponibles en la localidad, y percepciones personales, a una muestra de 24 residentes de BLA que forman parte de este sector, incluyendo

Tabla 1. Actividades turísticas que se realizan en Bahía de los Ángeles (adaptado de CONANP 2005)

Actividad	Temporada											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Avistamiento de aves												
Avistamiento de roccual tropical												
Avistamiento de roccual común												
Avistamiento de ballena jorbada												
Avistamiento de delfín común de rostro largo												
Avistamiento de toninas												
Avistamiento de tiburón ballena												
Kayakismo												
Pesca deportiva de dorado												
Pesca deportiva de jurel												
Buceo libre y autónomo												
Visitas y campamentos en islas												
Visitas a sitio históricos y arqueológicos												
Campismo												
Actividades de playa												

hoteleros, propietarios de campamentos turísticos, comerciantes, y propietarios de talleres mecánicos y de otros servicios de apoyo relacionados con el turismo. El cuestionario constó de 25 preguntas cerradas (anexo 1).

La información generada a través del cuestionario fue complementada con información obtenida por medio de observación participativa (Robson 1993, Hobbs 1996, Babbie 1998, Burrows 2001, Johannes 2001). Adicionalmente, se revisaron bibliografía, reportes periodísticos, y documentos relacionados con el área de estudio, en Internet, instituciones académicas y dependencias oficiales. Los datos que se presentan sin citar una referencia, fueron generados en el campo en el transcurso de este proyecto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Caracterización y estacionalidad de la afluencia turística

Durante el año se registran dos períodos de afluencia alta de visitantes en BLA. El primero de estos periodos ocurre durante abril y mayo, cuando se re-

ciben principalmente visitantes mexicanos, mientras que el segundo periodo de alta afluencia es durante el invierno, cuando la mayoría de los turistas son de origen extranjero. El resto del año, pero principalmente durante los meses de junio a septiembre, BLA recibe un promedio constante de turistas tanto nacionales como extranjeros.

El invierno y parte de la primavera es el período de mayor afluencia de turistas que acampan en la costa y/o en las islas. Un número indeterminado de turistas acampan en forma desordenada, principalmente a lo largo de la línea de costa, sin pagar ningún tipo de derechos por el uso del área. En contraste, se ha estimado que la ocupación anual total de las playas localizadas en las islas, es de alrededor de 2,600 turistas que se transportan en kayak y establecen campamentos, y la mayoría lo hacen cubriendo el pago de derechos de uso establecido por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP). La Isla Ventana es la que recibe mayor número de acampantes (alrededor de 800; CONANP 2000).

Los turistas permanecen en la localidad un promedio de tres días aunque algunos, los llamados “turistas residenciales”, permanecen desde cuatro meses hasta casi la totalidad del año. La afluencia de estos residentes permanentes y semipermanentes ha promovido desde 1985 la renta de lotes y la construcción de inmuebles en la mancha urbana y a lo largo de vastas porciones de la franja costera. Estos lotes, de propiedad ejidal o privada, se rentan por una cuota anual que va desde US\$ 400.00 a US\$ 2,000.00 dólares. Las propiedades rentadas suman más de 200, y están ocupadas por construcciones permanentes o bien por casas rodantes fijas a las que se les anexan techos, depósitos y habitaciones.

Infraestructura y servicios de apoyo

En BLA y sus alrededores se encuentran establecidos siete hoteles, con un total de 92 habitaciones sencillas, dobles o hasta cuádruples (tabla 2). Todos cuentan con agua corriente, aire acondicionado y/o ventiladores, y cuatro de ellos con electricidad en el horario que presta servicio el generador del poblado, y dos cuentan con generadores propios. Los precios de los cuartos varían entre los U\$ 25 y los U\$ 70 dólares por noche, dependiendo del tipo de habitación, hotel y temporada. Algunos de estos hoteles cuentan con servicio de televisión satelital, y sólo dos tienen alberca.

Tabla 2. Oferta hotelera en Bahía de los Ángeles (diciembre de 2005)

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Hotel Costa del Sol	Sandra Salas	9 cuartos (7 dobles, 1 sencillo, 1 con cinco camas), aire acondicionado, TV satelital, restaurante
Hotel Guillermo's	Guillermo Galván	10 cuartos con cuatro camas matrimoniales cada una, aire acondicionado, TV satelital, restaurante
Hotel Las Hamacas	José Estrada	11 cuartos (8 dobles, 3 triples) aire acondicionado, abanicos, TV satelital
Hotel Villa Vita	Adrián Gómez	28 cuartos (9 triples, 9 dobles, 10 sencillos) aire acondicionado, abanicos, TV satelital
Hotel Raquel y Larry's	Raquel Duarte e hijos	8 cuartos dobles y 2 casas de renta con tres habitaciones cada una. Ventiladores, restaurante, Internet
Hotel Los Vientos	Jesús Torres	13 cuartos (4 dobles, 6 sencillas, 1 presidencial, 1 gobernador y 1 Jr suite) aire acondicionado, TV satelital, restaurante
Hotel Casa Díaz	Antero Díaz (hijo)	12 cuartos dobles, ventiladores

Tabla 3. Estaciones de campo para investigadores y estudiantes

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Estación Mar Bermejo	Lane McDonald	Dormitorios comunales y laboratorios para estudiantes e investigadores
Estación Mar de Cortés AC	José Mercade	Organización sin fines de lucro, dependiente del Glendale College (Miramesa, California, EUA).

Dos establecimientos sin fines de lucro ofrecen a estudiantes e investigadores científicos hospedaje y facilidades para la preparación de alimentos y para la realización de actividades educativas (tabla 3). Estas "estaciones de

campo” cuentan con dormitorios comunales, en los que pueden albergar de 20 a 30 huéspedes.

Para dar servicio a los turistas que utilizan casas rodantes y tiendas de acampar se encuentran establecidos 15 campamentos permanentes, propiedad de ejidatarios o particulares (tabla 4). Estos campamentos (denominados campos en

Tabla 4. Campamentos y campos de casas rodantes en Bahía de los Ángeles (diciembre de 2005)

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Campo Archelon	Antonio Reséndiz	Cabañas, palapas, camping, baños. Apoyo a estudiantes e investigadores
Campo Gecko	Abraham Vázquez	Palapas, cabañas, camping, pesca deportiva
Campo Dagget	Rubén Dagget e hijos	Camping, palapas, cuartos, baños, pesca deportiva
Campo Mirador	Octavio López	Palapas, camping, baños.
Campo Los Pinos	Marielena Verdugo	Palapas, asadores, camping, baños
Campo San Román	Ramón Verdugo	Palapas, camping.
Campo Sirena	Alfredo Osuna	En este campo se encuentra Villa Bahía (casas de renta). También hay casas particulares habitadas por estadounidenses
Eco-campo La Ventana	Raúl Espinoza	Palapas, asadores, camping.
Eco-campo La Única	Fermín Smith-Valdez e hijos	Cabinas con baño, camping, kayaks, alimentación, snorkeling, pesca deportiva
Campo Amigos	Andrés Camacho	Camping, casas rodantes, lotes en renta, pesca deportiva
Campo Turístico Diego's	Diego Verdugo	Palapas, camping, baños
Camping Baja Delfines	Ignacio Verdugo	Palapas, camping, pesca deportiva.
Campo Coronado	Rafael Cuevas	
Campo Rosas	Rosa Villavicencio	Camping, casas rodantes, baños.
Trailer Park Guillermo's	Guillermo Galván	Renta de espacios para casas rodantes móviles e instaladas permanentemente.

la jerga local) en su mayoría cuentan con letrinas, regaderas, recolección de basura y, en ocasiones, palapas y/o cabañas que se rentan a los visitantes.

Seis de los siete hoteles ofrecen servicio de restaurante; en la localidad operan además dos restaurantes independientes y tres taquerías (tabla 5). Estos establecimientos tienen en promedio entre uno y cinco empleados, y son generalmente atendidos por su propietario.

Tabla 5. Restaurantes en Bahía de los Ángeles (diciembre de 2005)

Nombre del establecimiento	Propietario	Características y servicios
Guillermo's	Guillermo Galván	Capacidad para 100 comensales, 10 mesas dentro y 10 mesas en palapa a la orilla de la playa, servicio de bar
Restaurante Las Hamacas	Francisco Savín Smith	Capacidad para 40 comensales, 10 mesas, servicio de bar
Restaurante Villa Vita	Adrián Gómez	Capacidad para 60 personas, nueve mesas dentro y 12 mesas en el área de alberca
Restaurante Los Vientos	Jesus Torres	Capacidad para 80 personas, 12 mesas en area de restaurante y alberca
Restaurante Victoria del Hotel Costa del Sol	Sandra Salas	Capacidad para 40 comensales 5 mesas dentro y en palapa exterior, servicio de bar
Restaurant Isla	Rodolfo Espejo	Capacidad para 50 personas, 15 mesas
Restaurante Palapa Reyna	Reyna Grijalba	Capacidad para 35 personas, ocho mesas.
Taquería Los Jarritos	Ismael Villavicencio G.	Capacidad para 25 comensales, cuatro mesas.
Taquería Bahía	Guillermina Smith	Capacidad para 20 comensales, tres mesas.
Taquería La Carreta	María Díaz Oleta	Capacidad para 25 comensales, tres mesas

En el ramo comercial se encuentran siete establecimientos dedicados a la venta de alimentos básicos y productos farmacéuticos, ferretería, artículos escolares y licores; tres de estos establecimientos ofrecen además servicio de Internet y telefonía (tabla 6). Existen además tres tiendas especializadas en

venta de regalos, y una que vende exclusivamente vinos y licores. El costo de los servicios públicos, principalmente la energía eléctrica (Martínez-Cuevas 2003, Venegas-Soto 2004), limitaba y encarecía en 2005 los productos y servicios que ofrecían los establecimientos comerciales y turísticos de la zona los productos y servicios que ofrecen los establecimientos comerciales y turísticos de la zona.

Tabla 6. Establecimientos de venta de alimentos y bebidas, y comercios en general (diciembre de 2005)

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Mercado Guillermo's	Guillermo Galván	Abarrotes, artesanías.
Mercado Xitlali	Martha Francisca Cervera	Abarrotes, farmacia, agua purificada, hielo, carnicería
Abarrotes Sandoval	Eliseo Sandoval	Abarrotes, ropa.
Mercado Dos Pinos	Artemio Mancilla	Abarrotes, ferretería, licorería, agua purificada, hielo, tortillería
Minimarket Lizzete	Blanca Díaz de Galván	Abarrotes, caseta telefónica, internet
Mercado Isla	Rodolfo Espejo	Abarrotes, agua purificada, internet, teléfono, instalación TV satelital
Mercado Díaz	Antero Díaz (h)	Abarrotes, licores, artículos para pesca deportiva
Licores Moctezuma	Antero Díaz (h)	Cerveza, licores y botanas.
Salón de eventos Tecate	Antero Díaz (h)	Salón en renta para eventos sociales.
Café Internet Flor del Mar	Martha Francisca Cervera	Telefonía, internet, renta de películas en video y DVD
Novedades Rosalinda	Rosalinda Montes	Papelería, mercería, regalos, ropa
Venta de ropa	Dolores Savín	Ropa
Novedades Villavicencio	Patricia Villavicencio	Regalos, mercería, ropa, souvenirs
Materiales Promaco	Ramón Prieto	Materiales para construcción en general

Todos los establecimientos dan servicio a turistas tanto nacionales como extranjeros, aunque algunos son más visitados por clientes de la localidad. De los comerciantes encuestados, la mayoría no tiene preferencia sobre el tipo de cliente, mientras que un 25% de los propietarios prefieren como cliente al turista extranjero, por considerarlo “más amigable”, “educado”, y con mayor poder adquisitivo.

El poblado cuenta con dos franquicias de PEMEX para la venta de combustible, una establecida desde 2004, y otra en 2007. Un establecimiento adicional vende gasolina en depósitos abiertos, así como gas LP. BLA cuenta con cuatro talleres mecánicos, una llantera y un taller de carrocería y pintura (tabla 7).

En el área de apoyo al turismo náutico, BLA cuenta con una rampa pública y dos privadas para el botado de embarcaciones; no se cuenta con servicio de ma-

Tabla 7. Servicio de taxis, talleres mecánicos y afines en Bahía de los Ángeles (diciembre de 2005)

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Taxi Las Hamacas	José Estrada	Taxi
Taxi Díaz Oleta	María Díaz Oleta	Taxi
Taller Ocaña	Rubén Ocaña	Mecánica automotriz y reparación de motores fuera de borda
Taller y llantera	Alfredo Díaz	Servicio de mecánica en general
Taller y llantera Samuel Díaz	Samuel Díaz	Venta de refacciones y llantas usadas, reparación de llantas
Taller Zurita	Mario Zurita	Mecánica automotriz, servicio eléctrico, soldadura
Taller Marcos	Marcos Blanco	Reparación de motores fuera de borda y mecánica en general
Cerrajería Locksmith	Misael Murillo	Cerrajería en general.
Taller Napoleón	Juan Manuel Honorato	Trabajos de herrería y soldadura
Taller Manuel Prieto	Manuel Prieto	
Estación de Servicio Bahía	Sandra Salas	Gasolina y diesel, aceites, licorería, abarrotes
Servicios Ortega	José Luís Ortega	Venta de Gas LP y gasolina en tanques

rinas ni muelles. Existe un solo establecimiento dedicado a la renta de equipo y llenado de tanques de buceo, que también ofrece servicio de guía (tabla 8).

Tabla 8. Otros establecimientos de interés turístico (diciembre de 2005)

Nombre de establecimiento	Propietario	Características y servicios
Ricardo's Diving Tours	Ricardo Arce N.	Renta de equipos y llenado de tanques de buceo; servicio de guía y embarcación
Museo de Historia y Naturaleza de BLA, AC	Carolina Shepard-Espinoza	Sala museográfica, venta de libros y posters, playeras. Sala de usos múltiples para Educación ambiental y proyectos de películas
Laboratorio de Investigación de Tortugas Marinas	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas	La estación cuenta tres estanques acondicionados para las tortugas, una oficina para atención a visitantes y una palapa para pláticas y manejo de ejemplares
Centro Artesanal	Mujeres Organizadas de Bahía (MOBA)	Venta, exposición y talleres para la elaboración de artesanías elaboradas materiales de reuso, productos marinos y ropa

Perfil de los empresarios y prestadores de servicios turísticos

El comercio y los servicios turísticos en BLA están diversificados, tanto en lo que respecta a la oferta de servicios, como en las características sociales y culturales de los propietarios. Estos rasgos pueden llegar a ser significativos en la definición del grado de integración del propietario con la comunidad local, su responsabilidad y compromiso social, el correcto manejo de su negocio, y hasta la productividad del mismo.

En diciembre de 2005, todos los propietarios de comercios en BLA que fueron entrevistados eran mexicanos, 50% originarios de Baja California y Baja California Sur, y sólo uno nacido en BLA. Los demás entrevistados eran originarios de Sinaloa, Morelos, Michoacán, Veracruz, Puebla, Coahuila y el Estado de México. El 53% de los encuestados tenía más de 30 años residiendo

en BLA, 29% tenía de 10 a 30 años de residencia, y sólo 18% menos de 10 años. La mayoría de los propietarios (76%) residía en BLA de manera permanente, y sólo 24% habitaba en el poblado de 15 a 20 días por mes.

El 50% de los propietarios de establecimientos relacionados directa o indirectamente con el turismo tenían entre 31 y 50 años, 45% tenía más de 50 años de edad, y sólo uno respondió ser menor de 30 años. El 96% de los propietarios encuestados había realizado estudios formales (30% completó la escuela primaria, 13% la secundaria, 30% la preparatoria, y 25% una licenciatura) y sólo uno no contaba con ningún tipo de estudio.

Salvo un hotel establecido en 2004, todos los negocios de BLA son empresas familiares pequeñas y medianas, lo que se refleja en el nivel de la inversión realizada, y en la escasa profesionalización de los sistemas de administración y de atención al público de estos establecimientos. A este respecto, 68% de los propietarios manifestó tener conocimientos básicos de administración, 4% “sólo un poco”, y 28% sólo conocimientos empíricos. El 46% de los establecimientos tenía entre seis y 19 años en operación, mientras que 33% tenía menos de cinco años. Los negocios más antiguos, con más de 20 años de establecidos, representaban 21% del total. En este último grupo destaca el Mercado y Hotel “Casa Díaz”, con más de 60 años de operación.

Los negocios turísticos de BLA se promueven principalmente a través de la recomendación directa de sus mismos clientes. Algunos de los hoteleros y propietarios de campos turísticos publicitan sus negocios y aceptan reservaciones por Internet, y sólo una minoría utiliza los servicios de agencias de viajes o la promoción realizada por la SECTURE.

La mayor parte de los propietarios de establecimientos turísticos en BLA abarca varias actividades o giros comerciales, en general todos ellos relacionados directa o indirectamente con el turismo. Tal es el caso de los que son propietarios de hoteles y restaurantes a la vez, o bien los que sus negocios, como es el caso de los mercados, ofrecen además servicios como Internet, venta de equipo de cómputo, instalación de televisión satelital, o venta de artesanías. También se combina el negocio de las gasolineras y la hotelería con el servicio de taxis y con la pesca deportiva, y algunos de los propietarios de negocios son o han sido empleados del gobierno municipal.

El 70% de los propietarios pertenecen al Ejido Tierra y Libertad, que es la organización social más antigua y estable de BLA. Sin embargo, los inten-

tos por organizar el sector turístico son aún incipientes, y los propietarios de establecimientos comerciales y turísticos no han logrado aún trabajar en conjunto para promover beneficios comunes para el sector.

Los prestadores de servicios y los comercios de apoyo al turismo en BLA esperan, además de la mejora en los servicios públicos básicos del poblado, la oportunidad de realizar cambios en sus establecimientos. Algunos de ellos proyectan la ampliación y/o remodelación de sus negocios, y mejoras en las instalaciones, equipos, y sistemas de promoción. A la mayoría de los propietarios les gusta su actividad, y esperan que sus hijos la continúen.

Perspectivas para el desarrollo turístico de Bahía de los Ángeles

La lejanía relativa de BLA respecto de los principales centros de población del Estado de Baja California, las escasas oportunidades de educación y capacitación, su condición de comunidad rural pesquera, y la mínima inversión pública en la localidad condicionaron históricamente las características de la oferta turística local. Tradicionalmente, los microempresarios locales se volcaron hacia dos esquemas de negocio: el hotel familiar y el campamento o campo turístico. En ambos casos, estos negocios evolucionaron adaptados a las limitantes en los servicios públicos (principalmente agua y electricidad), capital y recursos humanos disponibles, así como a la gran variabilidad en el flujo de visitantes, producto de un clima extremo y una escasa promoción del destino.

La afluencia de nuevos pobladores, dotados de mayor capacidad de inversión, educación, y una visión más amplia del comercio y el negocio turístico, dio lugar desde mediados de la década de 1990 al establecimiento de nuevos hoteles y comercios, con servicios mejorados pero aún de pequeña escala. De igual forma, algunos nativos de BLA aprovecharon oportunidades de capacitación y apoyos económicos para mejorar las instalaciones y servicios de sus establecimientos, e inclusive dejar la pesca comercial para dedicarse al turismo (Dibble 2004).

En ese momento (mediados de la década de 1990) comenzó a utilizarse en BLA el concepto de “ecoturismo” como estrategia de mercadeo, y para diferenciar una gama de productos turísticos caracterizada por una menor demanda de infraestructura instalada (Bringas-Rábago y Ojeda-Revah 2000).

En general este tipo de opciones han sido señaladas como compatibles con la conservación del ambiente y las características del paisaje local (Mendelsohn 1994), y como una opción para promover el desarrollo económico de comunidades rurales, con base en el uso sustentable de los recursos naturales del área (López-Pardo 2003, Melgar-López 2004). El ecoturismo y, en general, las diversas variantes del turismo de bajo impacto que se han desarrollado en BLA (turismo de aventura, de naturaleza, rural, cultural y arqueológico) coinciden con la “gran visión” definida por SECTURE en el Plan Estratégico de Turismo Baja California Visión 2025 (SECTURE 2005): *“El turismo en el estado se habrá posicionado [en 2025] como una actividad de alto impacto económico y bajo impacto ambiental, promotora de la protección de la flora y fauna del estado, así como de la cultura y tradiciones de la sociedad Baja Californiana, asegurando su desarrollo presente y futuro”*.

En forma contrastante con las tendencias locales y con los enunciados oficiales sobre el turismo de bajo impacto ambiental (no reflejados en las políticas de promoción del desarrollo inmobiliario y turístico aplicadas en casi todo el estado de Baja California), desde principios de la década de 2000 BLA ha sido considerada como un punto importante en los planes de desarrollo de infraestructura turística de gran escala en el noroeste de México. Con 26 escalas náuticas distribuidas a lo largo de las costas de los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit, el proyecto federal denominado Escalera Náutica del Mar de Cortés ha sido promovido como un impulsor del desarrollo económico regional (FONATUR 2003, SECTURE 2005), pero severamente cuestionado por el sector conservacionista y académico debido a los posibles impactos ambientales (Coalición para la Sustentabilidad del Golfo de California 2001, Jordan 2001, Aguirre-Muñoz 2002, Weiss 2002, Dibble 2003, González 2003, Millman y Carlton 2003) y socioculturales (Hernández-León *et al.* 2003, Bringas-Rábago 1997) que pudieran generar las obras planeadas. En el diseño de esta red de marinas, puertos, aeropistas y carreteras, BLA estaría conectada con el Océano Pacífico a través de un “puente terrestre”, a través del cual embarcaciones varadas en el poblado de Santa Rosalita serían transportadas por carretera hasta el Golfo de California.

Desde su anuncio en el año 2000, el proyecto Escalera Náutica generó grandes expectativas, motivadas en gran medida por el prestigio de FONATUR.

TUR como promotor de destinos turísticos de clase internacional. La posibilidad de realizar importantes negocios inmobiliarios disparó el interés de inversionistas y especuladores nacionales y extranjeros, iniciando una agresiva ola de ofertas sobre las propiedades ejidales de BLA. El proyecto recibió el apoyo decidido del Gobierno del Estado de Baja California, que modificó el Ordenamiento Ecológico Estatal para dar lugar a las obras de infraestructura planeadas (Poder Ejecutivo del Estado de Baja California 2003, 2005), y dispuso recursos públicos para el mejoramiento y construcción de caminos (Gortázar 2004, González 2005), tendido de líneas de alta tensión (Gómez-Guzmán 2003, Ovalle 2004), planeación urbana y promoción turística (Vargas 2005).

Ante este panorama, nuestras propias observaciones indican que las opiniones de la comunidad local se han mostrado divididas. Por un lado, la posibilidad de capitalizarse a través de la venta masiva de tierras ha sido celebrada por la gran mayoría de los ejidatarios, quienes comparten con la mayoría de los pobladores de BLA la idea de que la inversión en infraestructura y negocios de gran escala será beneficiosa para el poblado. Por otro lado, existe el temor de que dicho desarrollo excluya a la comunidad e intereses locales, promueva la expropiación de tierras ejidales, y afecte el valor paisajístico que sustenta la actividad turística de la región.

Coherente con esta preocupación, el Ejido Tierra y Libertad dispuso en 2004 acciones legales en contra del título de concesión para realizar obras de dragado en la marisma de Punta Arenas, frente a la playa principal del pueblo, que la SEMARNAT otorgó a la empresa sonoreense Marina de los Ángeles, SA de CV (SCT 2004). La obra proyectada involucraba la construcción de una marina con capacidad para 800 barcos. A través de sus representantes legales, el Comisariado Ejidal demandó y obtuvo la nulidad de la concesión otorgada, al demostrar que dichas obras afectarían las características ambientales y pesquerías de la bahía, el frente de playa del pueblo y, en términos generales, los intereses económicos del sector turístico local (Lazcano 2004, Rivera 2004).

Este primer conflicto, que derivó en una acción legal, ejemplifica el tipo de situaciones que pudieran presentarse alrededor de proyectos y obras planeadas y dispuestas sin consideración de los intereses y expectativas locales. En los próximos años se definirá el futuro del desarrollo turístico de BLA, así

como del grado de participación que los habitantes de este poblado tendrán en los negocios resultantes.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los propietarios, prestadores de servicios y familias de Bahía de los Ángeles que proporcionaron la información contenida en este capítulo. Asimismo, agradecemos el apoyo y trabajo voluntario de Víctor del Río Delgadillo, quien llevó a cabo las entrevistas y sistematizó la información resultante. Los resultados presentados fueron generados como parte del programa de Conservación y Desarrollo Sustentable de BLA, implementado por Pronatura Noroeste AC desde 1998, y financiado por David and Lucile Packard Foundation, Sandler Family Supporting Foundation, Marisla Foundation e International Community Foundation.

Resumen

El turismo ha sido una actividad económica importante en Bahía de los Ángeles (BLA) desde la década de 1940, favorecido por un paisaje de gran belleza natural y abundantes recursos naturales. La actividad turística en esta localidad rural costera se desarrolla a través de empresas familiares pequeñas y medianas, principalmente hoteles, campamentos, restaurantes, y comercios y servicios de apoyo. En este capítulo se describen la estacionalidad y características de la afluencia turística, la infraestructura y servicios de apoyo existentes hasta diciembre de 2005, y el perfil general del sector turístico local. Asimismo, se discuten las perspectivas para esta actividad en BLA, considerando las tendencias relacionadas a actividades de turismo de bajo impacto, en contraste con la promoción de desarrollos de gran escala, inversión e infraestructura.

Abstract

Tourism has been an important economic activity in Bahía de los Ángeles (BLA) since the 1940s, favored by a breathtaking natural landscape and abundant natural resources. The tourism activity in this coastal rural communi-

ty is organized through small- and mid-size family business, mostly hotels, campgrounds and trailer parks, restaurants, grocery stores, and supporting services. This chapter describes the seasonality and characteristics of the tourism affluence, the infrastructure and supporting services up to December 2005, and the general profile of the local tourism sector. It also discusses the future scenarios for tourism in BLA, considering current trends related to low impact tourism activities, in contrast to the promotion of large scale development, investments and infrastructure projects.

REFERENCIAS

- Aguirre-Muñoz A. (ed.) 2002. Escalera Náutica del Mar de Cortés: reorientación hacia la sustentabilidad. Documento técnico no publicado. Alianza para la Sustentabilidad del Noroeste Costero Mexicano (ALCOSTA), Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza. A.C., Coastal Resources Center – University of Rhode Island, Foro Ciudadano, A.C. – Visión Ensenada 2025, Pronatura Noroeste A.C., Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), Comunidad y Biodiversidad A.C., Conservación Internacional (CI), y The Nature Conservancy. 8 pp.
- Babbie E. 1998. *The practice of social research*. Wadsworth Publishing Company. E.U.A. 465 pp.
- Bringas-Rábago N. 1997. Las dos caras del turismo: beneficios económicos contra costos socioculturales y ecológicos. El caso de México. *Fermentum* 7(18):89–116.
- Bringas-Rábago N, Ojeda-Revah L. 2000. El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio* 2(7): 373–403.
- Burrows B. 2001. MPA perspective: why and how MPA planners should obtain fishermen's knowledge. *MPA News* 3(5): 3.
- Calderón-Hinojosa F. 2006. Retos de México. Discurso de clausura del VI° Congreso Internacional del Consejo Nacional Empresarial Turístico A.C. México, D.F., 11 de Octubre de 2006. Disponible en: <http://www.espencon.com/cnet/memo4.htm> (noviembre de 2006).
- Coalición para la Sustentabilidad del Golfo de California. 2001. Recomendaciones con respecto al proyecto “Escalera Náutica del Mar de Cortés”. Documento no publicado. Taller para el Establecimiento de Prioridades de Conservación de la Biodiversidad del Golfo de California. Mazatlán, Sinaloa, 14 al 18 de mayo de 2001.

- CONANP (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas). 2000. *Programa de Manejo del Área de Protección de Flora y Fauna "Islas del Golfo de California"*. Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. México, DF. 262 pp.
- Cummings J. *Baja Handbook*. Segunda edición. Moon Publications, Inc. California, EUA. 362 pp.
- Dibble, S. 2003. Critics say tourism won't match claim. *San Diego Union Tribune*. 16 de enero de 2003.
- Dibble, S. 2004. Baja California fishing town splits over how to balance development. *The Miami Herald*. 22 de marzo de 2004.
- FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo). 2003. *Escalera Náutica del Mar de Cortés*. México, DF. 136 pp.
- Fowler F. 1995. *Improving surveys questions. Design and Evaluation*. Applied Social Research Methods Series. Volume 38. SAGE Publications. USA. 191 pp.
- Gómez-Guzmán E. 2003. Energía eléctrica para Bahía de los Ángeles. *El Vigía*. 1° de febrero de 2003.
- González E. 2003. Promueve Grupo de los 100 una campaña contra la Escalera Náutica. *El Vigía*. 2 de febrero de 2003.
- González T. 2005. Inicia construcción de carretera al sur del municipio. *El Vigía*. 18 de febrero de 2005.
- Gortázar I. 2004. Destinan 1200 mdp a Escalera Náutica. *El Vigía*. 22 de noviembre de 2004.
- Hernández-León S, López-González L, Pons-Gutiérrez J. 2003. Turismo ¿La industria sin chimeneas? En: P Aguilar-Sánchez, J Pons-Gutiérrez (coords.), *Introducción al ecoturismo comunitario*. Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales y Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable. México, DF. Pp.7–19
- Hobbs J. 1996. Speaking with people in Egypt's St. Katherine National Park. *The Geographical Review* 86(1): 1–21.
- Johannes B. 2001. On the need for the study of indigenous fisher's knowledge. *MPA News* 3(5): 5.
- Jordán F. 1951 [1995]. *Mar Roxo de Cortés. Biografía de un golfo*. Colección Baja California: Nuestra Historia, N°10. Universidad Autónoma de Baja California – Secretaría de Educación Pública. Mexicali, Baja California. 406 pp.
- Jordan M. 2001. Environmentalists protest Mexican plans for Baja California upscale marinas would dot 2,500 miles of coastline. *The Washington Post*. 6 de mayo de 2001:A16.

- Lazcano C. 2004. Amenazas sobre Bahía de los Ángeles y su entorno natural. *El Vigía*. 12 de junio de 2004.
- López-Pardo G. 2003. Ecoturismo comunitario. En: P Aguilar-Sánchez, J Pons-Gutiérrez (coords.), *Introducción al ecoturismo comunitario*. Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales y Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable. México, DF. Pp. 99–113.
- Martínez-Cuevas R. 2003. Bahía de los Ángeles, en el olvido y sin servicios. Exigen atención de la Comisión Federal de Electricidad. *El Mexicano*. 20 de noviembre de 2003.
- Melgar-López M. 2004. El ecoturismo como una alternativa de desarrollo local en el Ejido Revolución del Área de Protección de Flora y Fauna “Valle de los Cirios”. Tesis de Maestría en Administración Integral del Ambiente. Colegio de la Frontera Norte. México.
- Mendelsohn R. 1994. The role of ecotourism in sustainable development. En: G Meffe y R Carroll (eds.), *Principles of conservation biology*. Sinauer Associates. Sunderland, Massachusetts, EUA. Pp. 511–515.
- Miller D. 1974. *Handbook of Research Design and Social Measurement*. Second Edition. David McKay Company, INC. New York. 786 pp.
- Millman J, Carlton J. 2003. Entusiasmo y sospecha ante ambicioso plan turístico en México. *The Wall Street Journal*. 14 de enero de 2003.
- Ovalle F. 2004. Electrifican zona sur del municipio. *El Vigía*. 17 de julio de 2004.
- Poder Ejecutivo del Estado de Baja California. 2003. Acuerdo mediante el cual se aprueba la publicación de las directrices generales de uso del suelo de las localidades de Santa Rosalita, Bahía de los Ángeles, San Luis Gonzaga, y del Valle de Guadalupe, del Municipio de Ensenada, B.C., así como los documentos respectivos de cada una de las localidades. *Periódico Oficial del Estado de Baja California* 110(32): 1–130. 11 de julio de 2003.
- Poder Ejecutivo del Estado de Baja California. 2005. Directrices generales de desarrollo urbano del corredor turístico Bahía de los Ángeles. *Periódico Oficial del Estado de Baja California* 112(37): 1–46. 19 de agosto de 2005.
- Rivera A. 2004. “Tierra y Libertad” contra marina. *El Vigía*. 6 de abril de 2004.
- Robson C. 1993. *Real world research: a resource for social scientists and practitioner-researchers*. Blackwell, Oxford.
- SCT (Secretaría de Comunicaciones y Transporte). 2004. Título de Concesión otorgado en favor de Marina de los Ángeles, SA de CV, para usar y aprovechar bienes de dominio público de la Federación, consistentes en zona marítima para la construcción y opera-

- ción de una marina, de uso particular, en Bahía de los Ángeles, Municipio de Ensenada, Estado de Baja California. *Diario Oficial de la Federación*. 13 de mayo de 2004: 74–81.
- SECTURE (Secretaría de Turismo del Estado de Baja California). *2005 Plan Estratégico de Turismo Baja California, Visión 2025*. Mexicali, BC. 103 pp.
- Steinbeck J. 1941 [1995]. *The log of the Sea of Cortez*. Viking Press. E.U.A. Penguin Books. E.U.A. 288 pp.
- Vargas E. 2005. Promisorio futuro turístico. *El Vigía*. 11 de julio de 2005.
- Venegas-Soto D. 2004. Piden atención a autoridades. *El Vigía*. 5 de julio de 2004.
- Weiss K. 2002. Uncertain Road for Baja Plan. *Los Angeles Times*. 14 de mayo de 2002.

APÉNDICE 1. CUESTIONARIO REALIZADO A EMPRESARIOS DEL SECTOR TURÍSTICO Y AFINES DE BAHÍA DE LOS ÁNGELES EN DICIEMBRE DE 2005

1. ¿Qué servicios proporciona su establecimiento? (giro del negocio)
2. ¿Cuánto tiempo (años, meses) tiene con este negocio?
3. ¿Cuántos empleados tiene en total?
4. ¿Con cuáles y cuántos de los siguientes empleados cuenta su negocio?
 - Meseros
 - Recamareras
 - Cocineros
 - Recepcionistas
 - Veladores
 - Personal de limpieza
 - Administradores
 - Guías
 - Mantenimiento
 - Médico/primeros auxilios
5. ¿Le resultan suficiente el número de empleados que tiene actualmente
SI NO
6. ¿De cuánto son los ingresos anuales de su negocio?
 - Menos de \$30,000
 - \$30,000 a \$50,000
 - \$50,000 a \$80,000
 - \$80,000 a \$100,000
 - \$100,000 a \$150,000
 - \$150,000 a \$200,000
 - \$200,000 a \$300,000
 - \$300,000 a \$500,000
 - \$500,000 a \$1,000,000
 - Más de \$1,000,000
7. ¿Cuales son las temporadas en que reciben mayor número de turistas / clientes en su negocio? (En la siguiente tabla especifique por mes y semana el origen de los visitantes marcando con una N el turismo nacional y con una E el turismo extranjero.)

MES	1ª semana	2ª semana	3er. semana	4ª semana
Enero				
Febrero				
Marzo				
Abril				
Mayo				
Junio				
Julio				
Agosto				
Septiembre				
Octubre				
Noviembre				
Diciembre				

8. ¿Cómo realiza la promoción de su negocio?
9. ¿Qué tipo de clientes recibe? (turistas nacionales, extranjeros, locales)
10. ¿Cuál es el tipo de turista / cliente que usted prefiere?
11. ¿Porque prefiere ese tipo de turista / cliente?
12. SÓLO HOTELES ¿Cuántos días promedio se hospedan los turistas que visitan su negocio?
13. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta su negocio?
14. ¿Cómo solucionaría esos problemas?
15. Si tuviera usted los medios y recursos necesarios ¿Qué cambios o mejoras le haría a su negocio?
16. ¿Su negocio está asegurado? SI NO
17. ¿Usted tiene conocimientos de administración? SI NO
18. ¿De qué tipo es su negocio (familiar, sociedad, inversión extranjera, etc)?
19. ¿Por qué se dedica a esto?
20. ¿Le gustaría que sus hijos se dedicaran a lo mismo que usted? ¿Por qué?
21. En su opinión ¿Cuales son los diez principales problemas en Bahía de los Ángeles?
22. Sí estuviera en sus manos, ¿Qué cambios o mejoras haría en beneficio de Bahía de los Ángeles?
23. ¿Cuál es su opinión acerca de las asociaciones de tipo empresarial? (ventajas, desventajas, posibles beneficios)
24. ¿Pertenece usted a alguna asociación?

25. ¿Considera usted que es importante que los comerciantes de Bahía de los
 Ángeles estén organizados? ¿Por qué?

Datos de identificación del cuestionario

Nombre del establecimiento
 Nombre de la persona entrevistada
 Cargo
 Nacionalidad
 Lugar de nacimiento
 Edad Escolaridad
 Tiempo de vivir en BLA
 Razones de vivir en BLA
 Actividades alternas que le generen ingresos
 Es usted Ejidatario? SI NO
 Cuanto tiempo permanece en BLA?
 Número de dependientes económicos
 Número de hijos y ocupaciones

Datos para llenar encuestador

No. de cuestionario
 Fecha
 Hora inicio
 Hora final
 Nombre del encuestador
