

Propuesta multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco

Gilbert Francisco Gómez Herrera & Ricardo Hernández Carrasco

Resumen

El presente artículo explica el desarrollo de un proyecto de que tuvo como propósito elaborar una herramienta multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco. El trabajo aporta a los programas de mercadotecnia integral elaborados por el Consejo de Iniciativa Ciudadana un modelo teórico que identifica, con base en la relación necesidad-satisfacción grupos de intereses que una persona bajo su característica circunstancial de turista y ya localizada, o atraída por las Bahías de Huatulco, pudiera manifestar. El trabajo describe dos principios fundamentales del turismo, que se implementan para el desarrollo del modelo. Así, identifica a los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas como los instrumentos por lo cuales un turista satisface sus necesidades fisiológicas mas innatas, y a la información como la herramienta por la cual se provee de los medios para encausar su ocio. El documento señala que se recurre al inventario turístico y estadísticas de la Dirección de Turismo Municipal, para lograr el registro y catalogación de estos elementos con información descriptiva, y de su diversidad

Abstract

The present article explains the development of the thesis and its main target as to develop a multimedia tool for the handling, administration and spreading of the tourist information and institutional image of the Bays of Huatulco, the Thesis work contributes to the integral marketing programs wrote by the Citizen Initiative Committee a theoretical model that identifies, based in the necessity-satisfaction relation groups of interests from a person with a circumstantial characteristic of tourist located, or attracted by the Bays of Huatulco could declare. The article describes two fundamental principles of the tourism; they are implemented for the development of this model. Thus, it identifies to the lodging service, foods and drinks services as the instruments by as a tourist satisfies his physiological necessities, and information devices like a tool by which this person is provided with the ways to lead his leisure. The document indicates that with the access to the local ministry of tourism's files was possible to obtain the tourist inventory and its current statistical work. The knowledge of this allows to define schemes for the registry and cataloguing of those elements with descriptive

Résumé

Le présent article explique le développement du projet de Thèse qui a eu comme but élaborer un outil multimédia pour le maniement, l'administration et la divulgation l'information touristique et l'image institutionnelle des Baies de Huatulco, le travail de Thèse apporte aux programmes de marketing intégral élaborés par le Conseil de l'Initiative Des citoyens un modèle théorique qui identifie, avec base dans la relation nécessité-satisfaction des groupes d'intérêts qu'une personne sous sa caractéristique circonstancielle de touriste et déjà située, ou attirée par les Baies de Huatulco pourrait manifester. L'article décrit deux principes fondamentaux du tourisme, qui sont mis en oeuvre pour le développement du modèle. Ainsi, il Identifie aux services logement, aliments et boissons comme les instruments par lui quels un touriste satisfait ses nécessités physiologiques plus innées, et à l'information comme l'outil par lequel il est fourni des moyens pour enchaîner leur loisir. Le document indique qu'on recourt l'inventaire touristique et les statistiques de la Direction de Tourisme Municipal, Connaître cet aspect permet de définir des schémas pour le registre et le catalogage de ces points avec

disponible. Asimismo, indica que conocer este aspecto permite definir esquemas para el registro y catalogación de estos puntos con información descriptiva, y de su diversidad disponible. Además, conducen al principal objetivo del proyecto, trasladar esta estructura y sus esquemas de información a un sistema multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco.

Palabras clave: Consejo, difusión, mercadotecnia, modelo, necesidades, promoción, relanzamiento.

information, and of their diversity available. In addition, they lead to the main project's target, to transfer this structure and its schemes of information to a multimedia system for the handling, administration and spreading of the tourist information and institutional image of Bahías de Huatulco.

Key words: Committee, diffusion, marketing, model, needs, promotion, re-launching.

information descriptive, et de sa diversité disponible. En outre, ils conduisent au principal objectif du projet, transférer cette structure et ses schémas d'information à un Système Multimédia pour le maniement, l'administration et la divulgation l'information touristique et l'image institutionnelle des Bahías de Huatulco.

Mots clef: Conseil, diffusion, marketing, modèle, nécessités, promotion, relance.

El presente artículo explica el desarrollo de un proyecto que tuvo como objetivo desarrollar una herramienta que dé respuesta a las necesidades de manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco, el cual se inserta en el marco del "Plan de gran visión de desarrollo sustentable Huatulco 2025" diseñado por el Consejo de Iniciativa Ciudadana de esta comunidad.

El documento indica siete puntos de acción que este consejo evalúa para elaborar estrategias que fortalezcan la posición de Huatulco en la industria turística nacional, y en el mercado mundial del turismo. En este sentido, el artículo responde a las carencias y deficiencias observadas en la herramienta multimedia propuesta por el gremio hotelero local como parte de los trabajos de mercadotecnia integral, muestra que la información contenida en este material es insuficiente, esta dispersa, mal estructurada y no brinda una clara descripción de la diversidad de servicios, atractivos y actividades disponibles.

El proyecto realizado construye y aporta a los trabajos promovidos por el Consejo de Iniciativa Ciudadana un modelo que identifica, con base a la relación necesidad-

satisfacción, grupos de intereses que pudiera manifestar una persona bajo su característica circunstancial de turista ya localizado, o interesado en visitar Huatulco.

Bajo este esquema de trabajo, el artículo explica dos principios fundamentales del turismo aplicados al modelo propuesto. De esta forma, para el caso particular de las Bahías de Huatulco se definen dos grupos principales de intereses para un turista: los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas como instrumentos por los cuales una persona satisface sus necesidades fisiológicas más innatas; y la información como la herramienta por la cual conoce la disponibilidad y diversidad de medios para encausar su ocio.

Para este último aspecto se considera que, en la aplicación del modelo al Sistema Multimedia de Información Turística, el turista es la persona quién evaluará el contenido y destacará de entre estos los elementos que resulten mayormente útiles para él. El sistema se nutre de los datos de la Dirección de Turismo Municipal para conocer su inventario turístico actualizado y estadísticas sobre el interés que las personas manifiestan cuando solicitan orientación turística.

El conocer este aspecto permite definir esquemas que ayuden en el registro y catalogación de estos elementos con información descriptiva, y de su diversidad disponible. Además, conducen al principal objetivo del proyecto, trasladar esta estructura y sus esquemas de información a un sistema multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco.

Las Bahías de Huatulco: Una imagen institucional

Actualmente, la industria turística mexicana busca articular a todos los involucrados para profesionalizar y construir fórmulas que impulsen al sector y reafirmen su condición como palanca de desarrollo regional. Con respecto al más reciente centro turístico integralmente planeado por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR): las Bahías de Huatulco (en la costa de Oaxaca), se considera que es la primera comunidad y desarrollo turístico sustentable con responsabilidad ambiental, social y económica en América, y la tercera en el mundo certificada por la organización ambientalista no gubernamental Green Globe 21 (Anónimo 2006).

Esto representa en la ingeniería del producto turístico (integración de servicios y recursos) un importante distintivo para las Bahías de Huatulco, un logro que fue concebido por el acercamiento de distintos entes que impactan en la actividad turística local, y en su coordinación sobre múltiples acciones que hoy se reúnen en el "Plan de gran visión de desarrollo sustentable Huatulco 2025". El Consejo de Iniciativa Ciudadana (CIC) surge en el plano turístico, social, político y económico de Huatulco en enero del 2002 con el firme propósito de hacer una revisión sobre siete puntos específicos que posteriormente se conocería como el programa de relanzamiento de las Bahías de Huatulco:

1. Promoción de la inversión.
2. Accesibilidad.
3. Imagen urbana.
4. Mercadotecnia integral.
5. Experiencia y calidad en los servicios.
6. Desarrollo e innovación de productos.
7. Sustentabilidad.

El CIC es integrado por FONATUR, autoridades municipales, Delegación de Turismo en Huatulco, Asociación de Hoteles y Moteles de las Bahías de Huatulco, diversas asociaciones civiles y no gubernamentales, empresarios, prestadores de servicios y sociedad huatulqueña. Su primera tarea fue definir una clara personalidad para el centro turístico y trasladarla a una nueva imagen gráfica que lo identificara y fuese su emblema en sus múltiples negocios.

En el punto de mercadotecnia integral el CIC evalúa el material de promoción (revistas, folletos, playeras, gorras, bolsas, encendedores, cajetilla de cerillos, plumas, chocolates, etcétera) para generar nuevas soluciones. Durante este proceso se sugiere implementar una nueva herramienta que concentre la información de los principales servicios turísticos, atractivos y actividades ofrecidas en las Bahías de Huatulco.

Para impulsar esta clase de iniciativas el CIC recurre al Fideicomiso Turismo Bahías de Huatulco (FIDETUR), que presenta el presupuesto anual para elaborar material y desarrollar las labores de promoción y difusión del centro turístico. Este fondo se integra principalmente con la aplicación del impuesto del 3% sobre los servicios de hospedaje en el estado de Oaxaca y las aportaciones de la Secretaría de Turismo de Oaxaca al Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

Hasta el momento la única institución responsable de administrar y ejercer este presupuesto es la Asociación de Hoteles y Moteles de las Bahías de Huatulco A.C., quien se hace responsable de llevar a cabo esta tarea, y para el verano del 2003 el gremio hotelero local ofrece su primera versión para el sistema

multimedia de información turística. Pero se observan carencias de información y deficiencias en sus esquemas de organización y catalogación de la misma, además de otros aspectos señalados por Gómez-Herrera (2006).

La Dirección de Turismo como miembro del CIC y representante de la administración pública municipal es responsable de publicar el inventario turístico actualizado, para expresar la oferta actual de servicios, festivales y eventos deportivos, culturales y gastronómicos a realizarse en Huatulco, e impulsar las tradiciones y costumbres locales; además indica la normatividad a seguir para el desarrollo de las actividades turísticas en el municipio. Asimismo, apoyó el trabajo de tesis desarrollado por Gómez-Herrera (2006).

Necesidades de un turista: El modelo teórico

Bajo este esquema de trabajo, el proyecto de investigación construye y aporta a los trabajos promovidos por el CIC un modelo que identifica, con base en la relación necesidad-satisfacción grupos de intereses que una persona bajo la característica circunstancial de turista ya localizada, o atraída por las Bahías de Huatulco, pudiera manifestar, modelo que se traslada a un esquema informático para generar una nueva propuesta para el Sistema Multimedia de Información Turística como apoyo en las labores de promoción y difusión del centro turístico.

El modelo que se construye busca responder a los requerimientos de un turista indistintamente de su tipología, por lo que en su desarrollo se consideran dos principios fundamentales del turismo. El primero señala que se requiere de un desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro por más de veinticuatro horas (Ramírez Blanco 1994).

En este sentido se indica que uno de los primeros elementos que trazarán la conducta de una persona bajo la característica circunstancial de turista con intenciones de

visitar las Bahías de Huatulco, es el hecho que implica el desplazamiento, ya que ofrece diversas opciones que lo pueden transportar o trasladar a este sitio, pero existe la posibilidad de no requerir la contratación de un servicio de transportación, (aerolíneas o autobuses) y de ser así éstos no serían en primera instancia demandados en el centro turístico. Por tal razón la investigación no lo considera como un elemento para cumplir con su propósito.

Pero un desplazamiento por mas de veinticuatro horas tiene otras implicaciones directas, como disponer de un lugar que permita al turista atender sus necesidades fisiológicas innatas como refugio, sueño, higiene y alimentación; primera necesidad que inclusive pudo haber resuelto desde antes de realizar su traslado a las Bahías de Huatulco a través de agencias de viaje.

Para estos aspectos existe también la posibilidad de no requerir la contratación de servicios especializados, pero éstos sí son solicitados directamente en el centro turístico, por tal razón son los primeros elementos que se observan para construir el modelo que busca identificar las necesidades de una persona bajo la característica circunstancial de turista, una vez localizada o interesada en visitar las Bahías de Huatulco.

Esta idea expuesta de otra manera nos indica que los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas son los instrumentos con lo cuales una persona atiende sus necesidades fisiológica mas innatas, y representan la base de la estructura que se pretende construir. Con este propósito, se define este grupo de elementos como las necesidades primarias de un turista.

El segundo principio fundamental del turismo señala los motivos que originan el desplazamiento original, establece que son todas aquellas actividades de ocio como descanso, diversión, recreación, cultura o cualquiera otra que no manifieste un propósito lucrativo o remunerado (Ramírez Blanco 1994).

A partir de esta idea se considera que la conducta de las personas una vez cubiertas sus demandas fisiológicas estará orientada a

atender su necesidad de ocio, por lo que independientemente de su motivación nuevamente buscará aquellas herramientas que le permitan lograr tal propósito, tales como museos, zonas arqueológicas, zoológicos, parques de diversión, paseos, playas, etcétera.

Entonces, el medio por el cual una persona bajo la característica circunstancial de turista se provee de estas herramientas es la información. Es decir, el individuo necesita conocer la disponibilidad de estos instrumentos así como su diversidad para encausar su ocio.

Este aspecto vislumbra una pluralidad de datos que podrían ser evaluados para destacar de entre ellos aquella información que resulte mayormente útil, considerando también aquellos intereses y particularidades de las

diferentes tipologías de turistas. Entonces, se supone que habría grupos de datos con distinto valor y esto determinaría a que tipo de persona o turista estaría dirigido.

Pero con el interés de lograr un mayor alcance del modelo que se construyó (Gómez-Herrera 2006), se desecha la idea de fragmentar la información para dirigirla a un grupo particular de turistas, por lo que en su diseño se conserva el principio de que cada persona es individual y por tanto manifestará, llegado el momento, sus necesidades muy particulares de información. Explicado de otra manera, el modelo buscará conocer la disponibilidad y diversidad de los medios por los que una persona podría entender su necesidad de ocio, así es el individuo quien evalúa y destaca aquellos datos que le resulten mayormente útiles para él.

Tabla I. Número de personas atendidas en los módulos de orientación turística.

	2004	2005	2006	2007 (parcial)
Módulo 01 (acceso principal)	2,472	1,910	2,082	1,146
Módulo 02 (plaza principal)	6,062	6,260	4,279	3,702
Módulo 03 (playa Santa Cruz)	1,044	1,273	3,701	2,997
Módulo 04 (playa La Entrega)	1,729	1,167	1,504	970
Total de personas atendidas	11,307	10,611	11,566	8,815

Entonces, para obtener esta información se recurre al inventario turístico publicado por la Dirección de Turismo Municipal. Se revisan los datos estadísticos que arrojan la operación de sus módulos de atención al turismo, con el propósito de conocer mayores referencias sobre el interés que manifiestan aquellas personas que solicitan orientación turística en las Bahías de Huatulco, cuyo resumen se encuentra en la Tabla I, donde se indica el número total de personas atendidas en los

cuatro módulos de información durante los últimos tres años de trabajo, y los resultados preliminares al mes de julio del 2007. En una revisión más detallada se logró conocer qué aspectos han sido mayormente solicitados, en la que se observa una tendencia similar para cada periodo analizado (Tabla II).

La Tabla II nos muestra el porcentaje de los motivos por los que una persona bajo su característica circunstancial de turista solicitó información en los módulos de atención

operados por la Dirección de Turismo. Destaca que el principal interés de los individuos se centra en el producto turístico principal, Sol y Playa, que ligeramente desplaza a las actividades alternativas.

El conocer este aspecto permite definir esquemas que ayuden en el registro y catalogación de estos elementos con información descriptiva, y de su diversidad disponible, con base en los modelos reconocidos por la Asociación de Hoteles y Moteles de México para el caso de los servicios de hospedaje, el documento se apoya también en las referencias ofrecidas por De la Torre (1997) para clasificar los servicios de alimentos y bebidas. Para el caso de las actividades del turismo alternativo se toma lo expuesto por Boullón (1990) en su análisis a las actividades recreacionales, donde el autor considera tres grupos principales.

Finalmente estos esquemas y el modelo desarrollado conducen al principal objetivo del proyecto, trasladar esta estructura y sus esquemas de información a un sistema multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco. Entonces, este bloque de elementos define las necesidades secundarias de un turista y complementan el grupo principal de intereses que una persona pudiera llegar a manifestar.

Ahora, para integrar ambos bloques se propone un esquema piramidal que distinga los dos grupos de intereses identificados (Fig. 1), y para la ubicación particular de cada elemento en el segundo grupo se observa el porcentaje promedio de información solicitada que muestra la Tabla II.

La Figura 1 representa los elementos que definen la conducta de una persona bajo su característica circunstancial de turista ya localizada, o interesada en visitar las Bahías de Huatulco. Esta estructura no representa un esquema de jerarquías en la que se accede a un nivel de interés mas alto después de haber logrado el anterior, pero si da referencia a los trabajos de mercadotecnia integral que

desarrolla el Consejo de Iniciativa Ciudadana sobre el nivel de interés de las personas en estos aspectos (Gómez-Herrera 2006), y bajo este modelo se desarrolla el menú principal de opciones para consulta de la nueva versión del Sistema Multimedia de Información Turística.

En el 2006, para ampliar el grupo de necesidades secundarias de un turista, se suman los más recientes trabajos de investigación del arqueólogo Raúl Matadamas, director de las excavaciones en la zona arqueológica ribera de Copalita, que aportan nueva evidencia que sugiere la llegada de los primeros pobladores de Huatulco al menos 200 años antes de nuestra era.

La historia de 2 mil años del pueblo de Huatulco y su zona arqueológica, brindan un segundo e importante distintivo para las Bahías de Huatulco, este nuevo producto turístico le permitirá sin duda fortalecer su posición en el mercado mundial del turismo. Actualmente esta en restauración el gran centro ceremonial, la plaza principal y el juego de pelota de este sitio que hasta el momento se convierte en el único conocido tan cerca del mar en México. De acuerdo con las investigaciones del arqueólogo Raúl Matadas, el gran número de terrazas habitacionales hace pensar que esta zona arqueológica de la ribera de Copalita albergaba a unos 3 mil habitantes.

Con la próxima apertura del sitio arqueológico en el 2008 se espera un agresivo programa de promoción, por esta razón se inserta este elemento en la cúspide del modelo mostrado en la Figura 1.

Propuesta de un sistema multimedia de información al turista

El trabajo continúa y el documento explica cómo se traslada esta estructura y sus esquemas de información a una interfaz gráfica de sistema multimedia para desarrollar la nueva herramienta para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco.

Se indican también las funciones que el

sistema debe de cumplir antes de ser considerado como una herramienta de apoyo en las labores de promoción y discusión del centro turístico. En primer lugar se menciona la dualidad de estados que la naturaleza propia

de su actividad presenta, es decir; como instrumentos de apoyo éstos van de un status de activo o funcional, a uno pasivo en espera de que se requiera nuevamente de sus servicios.

Entonces, con la intención de hacer más

Tabla II. Estadísticas que muestran el porcentaje promedio de interés en la información turística solicitada.

Actividad	2004	2005	2006	2007 (parcial)
Servicios de hospedaje	3.55	4.06	3.47	3.19
Servicios de restaurante	39.20	32.17	38.00	41.60
Servicios de bares	43.06	37.22	39.83	27.50
Renta de vehículos	0.46	0.16	0.24	0.02
Tours				
Paseo por las bahías	65.09	72.85	69.27	63.94
Descenso en río	11.73	17.04	15.42	9.90
Pesca deportiva y veleo	5.38	3.83	4.02	6.19
Buceo	1.34	0.61	1.28	0.16
Surfing	0.36	0.11	1.93	0.72
Rappel y escalada	1.72	3.19	2.27	0.97
Tour en motos	39.61	43.20	48.13	42.72
Bicicleta y caminata	16.20	19.72	15.72	0.43
Cascadas Mágicas	28.82	38.60	37.91	36.74
Fincas cafetaleras	29.43	35.00	33.72	31.49
Observación de aves	16.58	13.80	15.94	7.63
Gotcha Saint Ball	7.33	6.21	12.49	19.24
Paseos a caballo	17.32	19.21	9.82	11.36
City Tour	31.06	27.39	28.69	37.91
Servicios de SPA	8.12	4.10	12.81	3.81
Baño zapoteco	0.51	1.80	0.68	0.00
Actividades culturales	10.51	7.35	21.47	12.91
Zona arqueológica	0.00	0.00	12.83	5.33
Servicios complementarios				
Servicios bancarios	2.03	1.86	2.38	1.62
Servicios médicos	0.49	0.19	0.79	0.14
Servicios automotrices	0.61	0.40	0.32	0.27
Mercados	1.47	1.13	0.86	1.03
Farmacias	0.28	0.74	0.71	0.38
Mapas diversos	1.29	1.02	1.83	1.36
Áreas comerciales	12.63	10.37	15.49	22.46

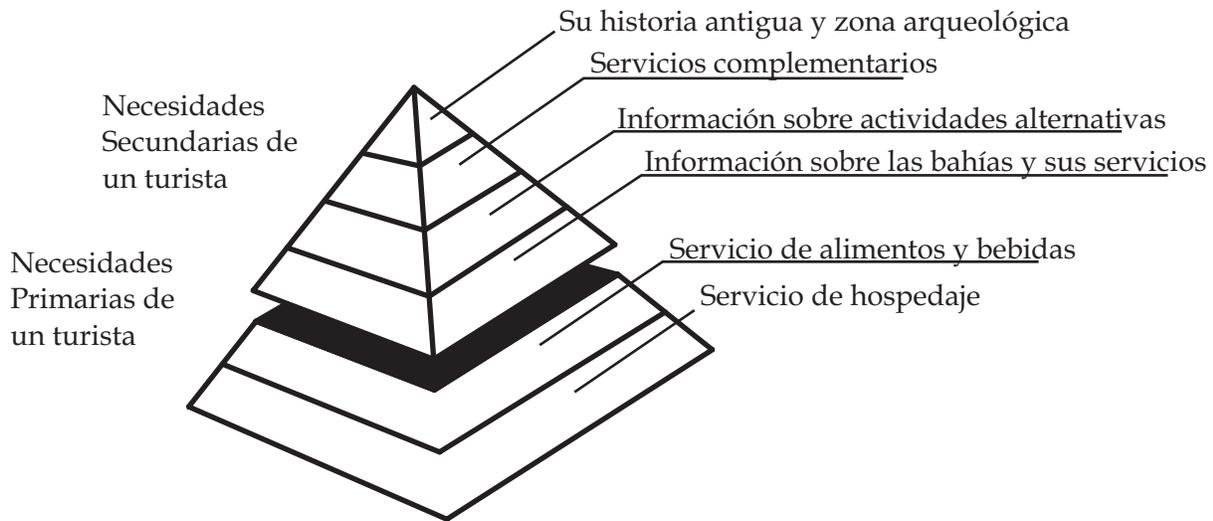


Figura 1. Modelo de necesidades de un turista ya localizado o interesado en visitar las Bahías de Huatulco.

eficaz la aplicación del sistema se ataca esta pérdida de eficiencia con la integración de una tarea más a su función principal. Se explica que cuando la herramienta cambia a su estado pasivo ésta cumplirá con la función de proyectar imágenes o videos ya instalados bajo la estrategia de promoción definida en el programa de mercadotecnia integral, de esta forma promueve la imagen institucional que el Consejo de Iniciativa Ciudadana construye para las Bahías de Huatulco bajo cuatro temas: Naturaleza, aventura, buceo y estructura turística.

La segunda función que se indica es ofrecer información veraz sobre la disponibilidad y diversidad de los medios y servicios por los que una persona podría entender sus necesidades como turista, aspecto que se resuelve con la información proporcionada por la Dirección de Turismo Municipal de las Bahías de Huatulco y los esquemas de registro ya antes señalados.

Su autonomía es una tercera función que se menciona, por lo que se espera que la herramienta pueda ser operada sin ayuda del personal o entrenamiento previo. Este aspecto se resuelve con el diseño de una interfaz simple

sin múltiples opciones de configuración y la integración de un menú de consulta con clara referencia de su contenido en cada opción (Figura 2).

La figura 2 nos permite observar el dispositivo de control que administra los temas que el sistema proyecta en su fase de espera y el menú principal de consulta, de igual manera es posible identificar las opciones que permiten al usuario seleccionar el idioma de su preferencia entre español, inglés y francés, además de un reloj análogo y un calendario como accesorios abatibles que le permiten verificar fechas y días para planear su posible viaje.

Para resolver el problema de cómo presentar la información al usuario se adopta en su diseño la solución de multitarea desarrollado por la empresa de software Microsoft Corporation, para su más popular sistema operativo no libre. Entonces bajo esta idea la Figura 3 nos muestra cómo se integran menús secundarios, textos, imágenes, videos y mapas que otorgan al individuo la oportunidad de conocer la disponibilidad y la diversidad de todos los instrumentos que le permitirían atender sus necesidades turísticas



Figura 2. Interfaz del sistema multimedia de información turística.

mas elementales y encausar su ocio en las Bahías de Huatulco.

Una cuarta característica que debe de presentar una herramienta multimedia para apoyar las labores de promoción y difusión del centro turístico es su portabilidad. Para atender este aspecto el proyecto resuelve desarrollar su versión del Sistema Multimedia de Información Turística para almacenarse y ejecutarse de manera automática desde cualquier medio (discos compactos, discos duros, dispositivos extraíbles) y al ser programado en lenguaje C++ le permite trabajar desde cualquier plataforma o sistema operativo (Gómez-Herrera 2006).

Para dar cuerpo al sistema como herramienta de información se plantea a la Dirección de Turismo adquirir módulos multimedia (Figura 4) para instalar en ellos la propuesta desarrollada, y colocarlos de forma permanente en terminales aéreas, centrales de autobuses y algunas plazas comerciales del estado y ciudades clave.

El alcance de esta propuesta esta definida por los canales de distribución que siguen las actividades de promoción y difusión encabezadas por el Gobierno del estado a través de su Secretaría de Turismo (SEDETUR) y demás dependencias, asociaciones y operadoras turísticas con responsabilidad dentro de este ámbito. A nivel nacional se concentraría en estados y ciudades de relativa proximidad geográfica al estado de Oaxaca y en aquellas con las que existen rutas aéreas directas en vuelo regular o "charter", aspecto que define también aquellas ciudades en el plano internacional.

La limitante más considerable que podría afectar la consolidación de la propuesta y su desempeño en el ámbito turístico estatal y nacional, se ubica en la autorización de gerentes o directores de las distintas terminales aéreas y centrales de autobuses de cada ciudad señalada como mercado natural del estado, así como de algunas plazas y centros comerciales que por el volumen de



Figura 3. Ventanas de contenido.

personas que ahí convergen son puntos estratégicos para exhibir y ofrecer los recursos y estructura turística de las Bahías de Huatulco. Situación que se pretende resolver con la intervención de la Secretaría de Turismo del estado para gestionar dicha autorización. A nivel local, a través de sus delegaciones en cada municipio que tenga presencia; con ciudades y estados del país por medio del acercamiento con sus dependencias homólogas.

Finalmente, FONATUR, la Dirección de Turismo y el Consejo de Iniciativa Ciudadana de Huatulco esperan que con la consolidación del certificado de comunidad verde otorgado por Green Globe 21 y de su puerto de altura en la escalera náutica del Pacífico, sumados al

mejor uso y administración de su información turística e imagen institucional, la apertura de su zona arqueológica, el afianzamiento de sus festivales culturales y la creación de su centro de convenciones, las Bahías de Huatulco tomarán una nueva posición en la industria turística mexicana. A decir de Víctor Pastrana Natera, titular de la Regiduría de Turismo, se proyecta una ocupación hotelera promedio del 67% para el cierre del presente periodo, con lo que se espera haber recibido para diciembre del 2007 a poco más de un millón 400 mil personas.

Asimismo, se espera que los indicadores en movimiento de cruceros reflejen un crecimiento del 14.82%, con lo que se espera el

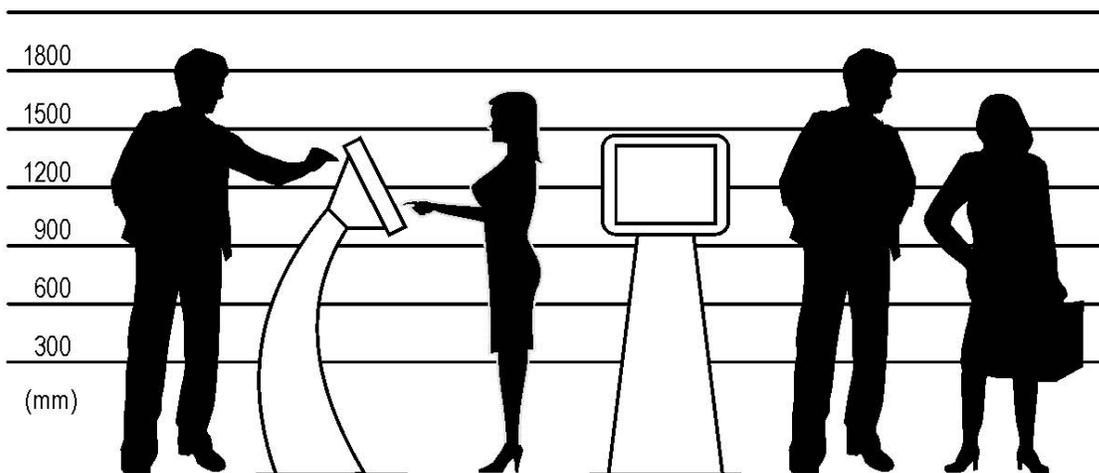


Figura 4. Gráfica referencial de los módulos multimedia.

desembarque de 90 mil personas a través de su muelle de altura para el final de la actual temporada.

Agradecimientos

Se agradece ampliamente el respaldo de la Dirección de Turismo Municipal de las Bahías de Huatulco (admón. 2005-2007) por la información brindada.

Referencias

Anónimo. 2006. Green-Globe. Consultado el 27 de julio del 2007: www.greenglobe.org
Boullón, R.C. 1990. Las actividades turísticas y

recreacionales. 3a ed., Trillas, México, 199 pp.
De la Torre, O. 1997. El turismo: fenómeno social. 2a ed., Fondo de Cultura Económica, México, 134 pp.
Gómez-Herrera, G.F. 2006. Propuesta multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco. Tesis de Licenciatura, Universidad del Mar, campus Huatulco, Oaxaca, México, 174 pp.
Ramírez-Blanco, M. 1994. Teoría general de turismo. 2a ed., Diana, México, 244 pp.