

DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE UNA ZONA CARACTERIZADA COMO TURÍSTICA EN ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

José de Jesús Moreno Neri, Universidad Autónoma de Baja California
María del Mar Obregón Angulo, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Alejandro Arellano Zepeda, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Este trabajo pretende detectar las necesidades de negocios formados principalmente para realizar ventas y servicios en una zona caracterizada como turística de Ensenada, Baja California y con ello identificar acciones de permanencia, que apoyen a los de nueva creación y a los que tienen problemas para subsistir. Este tipo de negocios ubicados en la calle primera o López Mateos, una de las vías más significativas del puerto enfrenta una problemática que pone en peligro su permanencia y con ello la pérdida de beneficios económicos y la generación de empleos. Se propone una metodología mixta realizada a propietarios y encargados de los establecimientos y representantes de organismos que los agrupan, con el objeto de recabar información de sus necesidades que sirvan de base para aumentar su calidad de negocio. Una de las necesidades principales que provoca la caída de este sector, es la disminución de visitantes, originado por los niveles de inseguridad. Esto hace necesario una mayor participación de los tres niveles de gobierno y que el empresario realice planes estratégicos, elabore estudios de mercado y mejore el servicio al cliente.

PALABRAS CLAVE: Necesidades de Negocios, Acciones de Permanencia, Disminución de Visitantes, Inseguridad

NEEDS TO IMPROVE THE QUALITY OF MICRO AND SMALL COMPANIES THE TOURIST ZONE IN ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

ABSTRACT

This work identifies needs of tourism businesses of Ensenada, Baja California. We identify actions that support new creation and actions for firms with problems. Businesses examined are located on the first street of Lopez Mateos. A mixed methodology is proposed to owners and managers of the establishments and representatives of the organizations that support them. The objective is to gather information about needs that serve as a basis to increase their business quality. One issue the sector faces is a decrease of visitors, caused by levels of insecurity. Creating a solution requires participation of the three levels of government. Employers must develop strategic plans, market studies and improve customer service.

JEL: A10, M21

KEYWORDS: Business Needs, Permanency Actions, Visitor Decrease and Insecurity

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo es considerado como una de las acciones económicas y culturales más importantes para una nación o una región y este se define como el grupo de actividades que las personas realizan cuando viajan o pernoctan en un lugar diferente a su domicilio habitual en un periodo sucesivo inferior a un año, también son aquellas actividades relacionadas con conocer o disfrutar de lugares o espacios diferentes al lugar donde uno reside de manera permanente y existen diferentes formas de hacerlo, ya sea cultural, de aventura, de entretenimiento o de relajación, de igual manera hay diferentes personas que lo realizan como son: jóvenes, familias, personas de la tercera edad, parejas, amigos, etc., representando una de las mayores causas de ingresos para muchos países en desarrollo, dando lugar a importantes fuentes de empleo. México cuenta con un alto potencial y una abundancia de recursos naturales y culturales, es un país con litorales tanto en el Atlántico como en el Pacífico. A nivel mundial tiene amplias expectativas en torno al turismo, por esta situación privilegiada y con la creciente demanda que tiende a consumir nuevos atractivos turísticos, obliga a dependencias gubernamentales que tienen que ver con el turismo a intervenir e impulsar los diferentes atractivos con los que se cuentan a fin de que sean competitivos a todos los niveles.

La Republica Mexicana tiene 32 entidades federativas, Baja California es una de ellas y ofrece una importante variedad de actividades turísticas, como sus mares, su riqueza vinícola, gastronómica y paisajes que colocan al Estado como uno de los principales lugares más visitados del país. Ensenada se ubica a 110 kilómetros al sur del cruce fronterizo con Estados Unidos o la garita de San Ysidro, California. Cuenta con una infraestructura turística que la ciudad y puerto ofrece a los turistas y una actividad cultural constante que combina con sus bellos atractivos naturales y hermosas playas, espacios para acampar, parques de casas rodantes y hoteles. En la calle primera o López Mateos se encuentran tiendas de curiosidades, bares, restaurantes, terrazas, cafés, discotecas, tiendas de conveniencia, hoteles, galerías y farmacias, donde caminar en familia es muy seguro, lo que hace de esta vialidad, una de las más concurridas.

Sin embargo, de octubre de 2008 a la fecha han cerrado 167 negocios de los giros de: artesanías, farmacias, bares y restaurantes con la resultante de la pérdida de 500 empleos y \$150,000 dólares en rentas mensuales (Arteaga, 2014). De los cruceros que arriban al puerto, una actividad que ha crecido al recibir a las líneas navieras; Carnival Cruise, Holland American, Royal Caribbean y Disney Wonder, los cuales provienen en su gran mayoría de Los Ángeles, California y Hawái (García, 2016), al respecto tenemos que en 2008 se recibieron 277 disminuyendo considerablemente en los siguientes años, mejorando para 2014, 2015, 2016 y 2017 (Tabla 1). El turismo carretero que visita el puerto, generalmente proviene de Estados Unidos, del propio estado y del estado de Sonora, pero gran parte de éste se queda en el municipio de Rosarito por su cercanía con Estados Unidos.

Como resultado de la situación anteriormente planteada, se tiene que Ensenada es el segundo puerto de México con más arribos de cruceros, no obstante el Comité de Cruceros no está legalmente conformado y es necesario que tenga vida jurídica para que atienda las situaciones que se enfrentan, según García (2016), en este puerto abunda la mendicidad de los niños y los “jaladores” de bares acosan al turista, los comerciantes sacan su mercancía a la banqueta y hay mucho ruido en la calle y esto preocupa porque las líneas navieras amenazan con retirar sus rutas de Ensenada. Información de Rafael Chávez, presidente de la Cámara de Comercio, señala que, de acuerdo a un estudio realizado, el negocio más pequeño tiene un gasto operativo anual de cien mil pesos y que las ventas de la mayoría de los comercios han disminuido considerablemente, ya que el poder adquisitivo del turista estadounidense que visita el puerto es menor. Asimismo, el presidente de Proturismo agregó que se calcula que en la calle primera hay unas 300 familias completas de distintas etnias indígenas que se dedican a la venta de artículos supuestamente artesanales y que, para no ser molestados, ponen de frente a mujeres y niños de todas las edades, que no asisten a la escuela, hablan poco español y entienden palabras en inglés, vendiendo una imagen de tristeza.

Tabla 1: Embarcaciones y Pasajeros Que Arribaron al Puerto

Año	Arribos	Pasajeros
2008	277	651,687
2009	235	484,514
2010	156	362,285
2011	164	359,256
2012	177	429,403
2013	194	487,774
2014	280	700,000
2015	277	684,714
2016	258	650,225
2017	267	648641

Fuente: (SCT, 2017)

Se observa que, en los negocios de la zona, no se tiene una cultura turística y ésta se tiene que crear para que impacte al visitante, y debe existir desde el empleado con menos jerarquía, para que atienda al cliente como se merece, por ello en este estudio, se estableció la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las necesidades de micro y pequeñas empresas ubicadas en una zona caracterizada como turística en Ensenada, B. C., para mejorar su calidad de negocio? Entendiéndose como calidad de negocio, el estilo o forma de trabajo encaminado hacia el cliente para satisfacerlo y atraerlo e identificar lo que éste espera de un producto o servicio.

Esta pregunta nos lleva a establecer el objetivo de esta investigación, que es la detección de las necesidades de negocios formados principalmente para realizar ventas y servicios en una zona caracterizada como turística de Ensenada, Baja California y con ello identificar acciones de permanencia, que apoyen a los de nueva creación y a los que tienen problemas para subsistir. Las supuestas necesidades dentro de la hipótesis de esta investigación fueron: condiciones generales, condiciones gubernamentales y condiciones empresariales que afectan la calidad de estos negocios. La forma en la que se organiza este estudio es la siguiente: en la sección de revisión literaria se conforma por el marco teórico, donde se habla de los antecedentes de estudios y la fundamentación legal; después en la metodología se señalan los métodos y técnicas utilizados en el trabajo, así como el tipo de estudio y la recolección de la información tanto primaria como secundaria; más adelante se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento y finalmente, se plantean las conclusiones en función de los resultados obtenidos.

REVISIÓN LITERARIA

El turismo ha demostrado ser un importante impulsor del crecimiento económico en las últimas décadas, porque contribuye con más del 10% del producto interno bruto mundial, generando uno de cada 10 puestos de trabajo en el planeta tierra. La denominada industria sin chimeneas sigue siendo una gran oportunidad para los países en desarrollo y emergentes de tal manera que estos puedan mejorar en la cadena de valor (World Economic Forum, 2017). El ser humano durante su existencia, ha desarrollado el impulso de trasladarse a diferentes rumbos, ya sea por diferentes razones como son; por placer, negocio, religión, guerras u otra razón que en su momento considere necesario, para descansar y escapar del bullicio de las ciudades (Sancho, 1998). El turismo es una de las mayores fuentes generadoras de divisas y de empleos, por ello contribuye en gran forma al crecimiento económico. La obtención de ingresos por el turismo constituye en magnitud una cantidad mayor a la obtenida por la de los demás sectores económicos a excepción del petróleo y la rama automotriz (Schulte, 2003).

El turismo es fascinante por su cambiante ámbito de comprensión y desarrollo, pero también es complejo, por la diversidad de áreas y disciplinas que la componen, por la forma en que generan su vinculación entre sí y en su disposición hacia el turista. En intención se tiene que el turismo no tiene fronteras ni barreras (Guerrero & Ramos, 2014). El continente americano, turísticamente tiene el mejor segundo desempeño a nivel agregado, de ahí que Estados Unidos es el 6º, Canadá el 9º, México el 22º y Brasil el 27º lugar. Los países de esta región cuentan con recursos naturales valiosos, en el caso de los países del norte de América deberían mejorar su competitividad de precios, la sostenibilidad ambiental y la infraestructura, y para los de América Central y Sur deberían continuar mejorando su seguridad y protección, creando entornos más propicios para las empresas turísticas (World Economic Forum, 2017).

México es un gran país con una gran riqueza cultural y natural, situación de enorme potencial para su desarrollo turístico. La expansión del turismo a nivel mundial, trae consigo el aumento de la demanda de servicios turísticos, sobre todo viniendo de la población pensionada que cada vez se tiene en una proporción mayor. No obstante, al igual que en otras actividades, el fenómeno de la globalización motiva a que los viajeros tengan más alternativas, que quizá sea a rumbos lejanos (Chávez, 2008).

Esto hace necesario que quién realiza actividades turísticas debe ser cada vez mejor e integrarse con todos los actores que la componen y resolver con medidas que hagan de su demarcación una zona más interesante y competitiva. Para, Propín, Sánchez y López (1997), México es reconocido como un país que atrae a millones de viajeros y en la Península de Baja California se tiene un importante potencial turístico derivado de la presencia del binomio océano-desierto. El estado de Baja California, es una de las treinta y dos entidades de la República Mexicana, y se encuentra dentro de las cinco que tiene mejor disponibilidad de recursos naturales y protección del medio ambiente, cuenta con litorales de playas y una variedad de zonas consideradas como protegidas (CIETEC, 2010). Información obtenida del Sistema Nacional de la Información Estadística de sector turismo de México, muestra datos de las personas que visitan el estado de Baja California en el ejercicio de 2014, de ahí que los visitantes extranjeros fueron 860,485 el 23.64% y que el número de visitantes nacionales fueron 2'780,116 el 76.36% (SECTUR, 2016).

De los visitantes de nacionales, el 49.8% son de Baja California, provenientes de las ciudades de Mexicali y Tijuana, el 9.2% de Sonora, el 9.1% del Distrito Federal, el 8.1% de Jalisco y el 5.6% de Sinaloa, entre otros con porcentajes más bajos (García, 2016). La principal fuente de turistas extranjeros es el Estado de California, que es uno de los estados que cuenta con el mayor porcentaje de población de ascendencia mexicana, de esto se derivan en gran parte las oportunidades y retos para los recursos turísticos de Baja California, y desarrollar crecimiento económico y generación de empleos.

El Municipio de Ensenada, es uno de los cinco municipios del estado de Baja California, y el de mayor superficie de todo el país, cuenta con una variedad de atractivos turísticos, entre los que se encuentran; el puerto y sus costas en donde se practican diversos deportes acuáticos. Su cocina a base de mariscos, sus vinos y el clima mediterráneo hacen de la región un atractivo para los visitantes (Baja California, 2017). La información anterior ha sido base para que la Secretaria de Turismo, tanto federal como estatal lleven a cabo y apoyen programas, tendientes a incrementar el turismo, como es el caso del denominado “se turista en tu estado”, que ha tenido grandes resultados. Los motivos que nos impulsaron a realizar este análisis, es por los altos porcentajes de quiebra de negocios en Ensenada, B. C., los cuales fluctúan entre el 35 y 40 por ciento (Buendía, 2012). Los destinos turísticos tienden a disminuir el volumen de ventas de los turistas, al traer consigo la pérdida de atracción por los mismos (Butler, 1980), lo anterior debido a que:

“El crecimiento poblacional es menor mientras que las afluencias turísticas aumentan y la oferta sobrepasa a la demanda”.

Ensenada es una zona donde el turista se siente atraído por la conjunción de elementos del medio geográfico-físico de la región: la sierra junto al mar, y clima mediterráneo que prefieren los estadounidenses de origen anglosajón, los cuales se trasladan en sus propios vehículos, viajan generalmente con otra persona y gastan, alrededor de 200 dólares en su estancia que puede ser de 1 a 3 noches (Propín, Sánchez y López, 1997). Este escenario geográfico-físico de la expansión del turismo en Ensenada garantiza un crecimiento sostenido del sector, porque existen condiciones climáticas agradables y presenta una mezcla interesante entre condiciones vegetales, desierto y mar siendo sus atractivos naturales y la gran ventaja que tiene la colindancia con los Estados Unidos, principalmente con California (Propín, Sánchez y López, 1997).

El Municipio de Ensenada sobresale en los ámbitos nacional e internacional, sobre todo por el turismo (ocupa el 2do lugar a nivel nacional en arribo de cruceros), la agricultura, la pesca, la acuicultura y la industria vitivinícola. Recientemente lo ha hecho también en la rama gastronómica, al nivel de ser declarada a Ensenada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) con la categoría de Ciudad Creativa en Gastronomía. De igual Plan Municipal de Desarrollo 2017 - 2019 forma, Ensenada contribuye a la investigación científica, a la innovación y al desarrollo tecnológico a nivel nacional e internacional, gracias al potencial de las instituciones de educación superior y de investigación que se ubican en este Municipio (Novelo, 2017).

Encuestas de satisfacción realizadas y publicadas en inglés indican que la mitad de los pasajeros que llegan al puerto de Ensenada en cruceros no vuelven por segunda vez, además califican con 5.3 la posibilidad de recomendar la ciudad, ya que es demasiado el ambulante y la mafia existente de los operadores de tours que mueven al turista a lugar de conveniencia para ellos. Una tripulante de un crucero describe el horror de la imagen que el turista recoge del pueblo por el tiempo estimado que el barco permanece en el puerto, narró que la mayoría de los infantes no solo piden dinero, sino que arrebatan alimentos, equipo de tecnología y otras compras a los visitantes, por ello hay cifras que señalan que de los casi 2 mil 300 pasajeros que se transportan en los navíos que atracan en la Terminal de Cruceros, solo un 50 por ciento desciende, el resto permanece dentro del buque (Botello, 2016).

Para el secretario de Turismo del Estado, Óscar Escobedo Carignan, resulta difícil normalizar la mendicidad y aclaró que no se trata de mafias, sino de cotos de poder, que tienen que eliminarse con participación ciudadana porque el gobierno no tiene capacidad de atender estos temas. El jaloneo entre los diferentes gremios, sumado a la mendicidad, dan una sensación de incomodidad a los visitantes, es lo que expresan las líneas navieras y tenemos que no recogen la basura, que las calles están sucias, que el comerciante no barre el frente de su negocio y son cosas que se tienen que solucionar.

METODOLOGÍA

Para el logro del objetivo planteado, se aplicó una metodología mixta para obtener información tanto cuantitativa como cualitativa. Los datos cuantitativos se obtuvieron mediante el diseño y aplicación de una encuesta aplicada a 74 propietarios o encargados de 140 negocios existentes en la zona delimitada, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.9%. La muestra se obtuvo por la ecuación estadística para proporciones poblacionales.

$$\frac{\frac{z^2 x p(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 x p(1-p)}{e^2 N}} \quad (1)$$

Tamaño de la muestra = 74

La encuesta se aplicó en los meses de octubre y noviembre de 2017 y constó de tres apartados: uno referido a obtener información sobre las condiciones generales que afectan a los negocios turísticos; otro para obtener información sobre las condiciones que como gobierno los han descuidado y afectado y, un tercer apartado sobre condiciones que como empresario afectan su competitividad y funcionamiento. Para la obtención de los datos cualitativos, se desarrollaron entrevistas con dueños de negocios vigentes y ya clausurados, así como con dirigentes de organismos en los que ellos se agrupan. A partir de esta metodología se pudo obtener información congruente con el objetivo planteado en esta investigación.

RESULTADOS

Respecto a datos obtenidos de encuestas aplicadas a 74 empresarios de la zona turística de Ensenada, Baja California, en relación a las condiciones generales, condiciones gubernamentales y condiciones empresariales que afectan su competitividad. En relación con las primeras, estos se ven reflejados en la tabla No. 2.

De acuerdo a su percepción, los encuestados expresan que sus negocios se han visto afectados por la recesión económica de los Estados Unidos (68 = 91.89%), al tipo de cambio peso/dólar (70 = 94.59%), aumento en la competencia (54 = 72.97%) y aumento negativo en el medio ambiente (38 = 51.35) (Tabla 2)

Tabla 2: Resultados Obtenidos de Condiciones Generales

Condiciones Generales Que Afectan a los Negocios Turísticos	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Le beneficia el turismo de cruceros	31	37	5	1
2.-Recesion económica de los EEUU	38	30	5	1
3.-Tipo de cambio	49	21	4	0
4.-Aumento de la competencia nacional e internacional	20	18	34	2
5.-Aumento negativo en el medio ambiente	25	29	18	2

Fuente: Elaboración propia, 2017

En cuanto a la percepción con las condiciones que corresponden a decisiones por parte del Gobierno, señalan el índice de inflación (73 = 98.64%) como la primer que ha dañado los negocios, también en gran número se refieren a la falta de crecimiento económico (71 = 95.94%), inseguridad (69 = 93.24%) así como la falta de apoyos gubernamentales y la falta de financiamientos (64 = 86.48%). Los resultados de las condiciones que como empresarios afecta a los negocios turísticos, se muestran en la tabla número 5, dónde se consideraron 34 factores (Tabla 3).

Por lo que corresponde a las condiciones del empresario, se observa que están enterados de que tienen competidores (73 = 98.64%), asumen que aplican tecnologías de la información (66 = 89.18%), es posible desarrollar nuevos nichos de mercado (65 = 87.83%), toman en cuenta el costo de los servicios (63 = 85.13%), identifican a los posibles consumidores de sus productos (62 = 83.78%) y con igual resultado los siguientes: están asesorados en aspectos administrativos, desarrollan estrategias para atraer clientes y toman en cuenta los valores y creencias de los clientes (61 = 82.43%) (Tabla 4).

Tabla No. 3: Resultados Obtenidos de Condiciones Gubernamentales

Condiciones Que Como Gobierno Se Han Descuidado y Han Afectado a los Negocios Turísticos de Ensenada, B. C.	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Aumento en la tasa de desempleo	26	37	11	0
2.-Abuso de las autoridades	20	31	23	0
3.-Cobro de impuestos a los turistas	25	24	22	3
4.-Existencia de Retenes	13	40	18	3
5.-Mecanismos reguladores: SHCP, IMSS, INFONAVIT	7	15	48	4
6.-Cobro de Peajes	6	45	21	2
7.-Inseguridad	39	30	5	0
8.-Índice de inflación	49	24	1	0
9.-Falta de crecimiento económico	24	47	3	0
10.-Falta de apoyos federales, gubernamentales y estatales	16	48	7	3
11.-Impuestos	34	27	11	2
12.-Falta de financiamientos	23	41	8	2

Fuente: Elaboración propia, 2014

Tabla No. 4: Resultados Obtenidos de Condiciones Empresariales

Condiciones Que Como Empresario Afectan la Competitividad de los Negocios Turísticos	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Entiendo que contamos con clientes repetitivos y experimentados	21	27	26	0
2.-Agregamos capacidad y personal a la industria	8	27	39	0
3.-Es posible conseguir o desarrollar nuevos nichos de mercado	7	58	8	0
4.-Existe relevo o actualización entre generación de líderes turísticos	11	21	37	2
5.-Estoy asesorado en aspectos administrativos	18	43	13	0
6.-Busco nuevas alternativas en proveedores	19	30	20	4
7.-Asumo que tengo competidores	38	35	0	0
8.-Dependo de los fabricantes	6	23	35	9
9.-Tomo en cuenta el costo de los servicios	20	43	10	1
10.-Identifico los posible consumidores de mis productos	26	36	10	2
11.-Aplico tecnología de la información.	17	49	8	0
12.-Desarrollo estrategias para atraer clientes	25	36	11	0
13.-Tomo en cuenta los valores y creencias de mis clientes	6	55	12	1
14.-No visualicé la competencia y entrada de empresas extranjeras	13	45	12	4
15.-Me afectan los productos artesanales elaborados por empresas extranjeras	9	9	39	17
16.-Poseo poca experiencia en el negocio	1	2	47	24
17.-Me faltan recursos económicos	0	9	50	15
18.-Me considero en una mala ubicación	0	3	43	28
19.-No he sabido invertir	0	3	46	25
20.-No consideré la posibilidad de un debilitamiento imprevisto.	5	9	49	11

Fuente: Elaboración propia, 2014

CONCLUSIONES

La información obtenida y aquí presentada, permiten a los diferentes actores del sector turístico identificar factores que afectan a los negocios de este ramo, y con ello identificar áreas de oportunidad y disponibilidad de los encuestados y hacer frente a los cambios necesarios para lograr atraer nuevamente a los clientes otorgándoles servicios variados y de calidad. A partir de las entrevistas, algunos describen su situación como una debacle y se lamentan de no haber diversificado su inversión, señala uno de ellos que llegó a tener hasta 16 negocios del mismo giro y en la actualidad solo cuenta con uno y una bodega repleta de mercancía. También mencionó que los créditos solicitados al Gobierno Federal, los aplican al pago de recibos de servicios públicos, adeudos fiscales, sueldos, rentas atrasadas, inventarios y proveedores. El programa de la Secretaría de turismo del Estado denominado “Sé turista en tu estado”, es catalogado como muy bueno, porque se han dado avances importantes. Se observa que los factores principales que afectan a este sector, son la reducción o ausencia de visitantes a la localidad, por la disminución de arribo de cruceros y la baja de visitantes carreteros originado por el cobro de impuestos a los turistas y por el nivel de inseguridad en la zona respectivamente, además de que en gran parte a consideración de los empresarios los clientes son repetitivos y experimentados, que tienen demasiada competencia y que los costos de los bienes y servicios se han incrementado.

Es importante recalcar lo que el presidente de la Asociación de Comerciantes del Ramo Turístico de Ensenada (ACORTE), al señalar que, una de las causas principales de sus pérdidas, es la inseguridad promovida por noticieros y periódicos, tanto a nivel nacional como internacional. Otra causa es el SIAVE (sistema de supervisión y control vehicular) que ha provocado lentitud en el cruce a México y no menos complicado el regreso a los E.U. Otro aspecto que consideran muy importante es el relativo al comercio ambulante, el descuido por parte de las autoridades de la limpieza de las calles y al desalojo de vagabundos que afectan en gran medida al turista o visitante. Los organismos como la Asociación Mexicana para la atención a Cruceros Turísticos (AMEPACT) en la región Pacífico Norte, Pro turismo, la Cámara Nacional de Comercio (Canaco), Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (Canirac), Secretaría de Turismo de Ensenada (Secture), Comercio, Ayuntamiento y Gobierno, están muy enterados de que la situación se recuperará de forma muy lenta. Reconocen que los prestadores de servicios turísticos no se prepararon para enfrentar un problema que fue anunciado.

Se recomienda considerar las actividades que el CIETEC, 2010, señala, como son: Reducir la disposición de residuos sólidos per cápita, aumentar la presencia de consultores para el área, incrementar la densidad de restaurantes, disminuir la incidencia delictiva, combatir el narcotráfico que contrarreste la imagen de Estado en ese rubro e incrementar la promoción turística. Sin embargo, es necesario que el empresario turístico elabore un plan estratégico que contemple bases y estrategias para su desarrollo a largo plazo, realizar estudios de mercado y capacitar a su personal en el servicio al cliente, sin olvidar el importante papel que juegan los tres niveles de gobierno en el fortalecimiento de estos negocios.

BIBLIOGRAFÍA

Arteaga, A. (2014). Cierran 40 negocios, Periódico Frontera, julio 2014, consultado <http://www.fronteraensenada.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/18032014/820907-Cierran-40-negociosturisticos.html>

Baja California (2017). Municipios del Estado-Ensenada. Gobierno del Estado de Baja California. Consultado el 20 de octubre de 2017, en: http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/municipios/ensenada/ensenada.jsp

Botello, E. (2016). Zona “sucias” ahuyenta al turismo. Semanario Zeta. Consultado el 20 de noviembre de 2017, en: <http://zetatijuana.com/2016/10/zona-sucia-ahuyenta-turismo/>

- Buendía, M. (2012). “Quiebran al año 40% de empresas”, Periódico El Vigía, Ensenada, B. C.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”. *Canadian Geographer*, 24 (1), 5-12
- Chávez, O. R. (2008). Turismo: factor de desarrollo y competitividad en México. *Centro*.
- CIETEC (2010). Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey Índice de competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2010
- García, J. (2016). Definen perfil del turista en Baja California. *Frontera Info*. Consultado el 18 de octubre de 2017, en: <http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/27122016/1162931-Definen-perfil-del-turista-en-Baja-California.html>
- García, J. (2016). Regresan líneas navieras al puerto de Ensenada. *Frontera Info*. Consultado el 16 de octubre de 2017 en: <http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/24082016/1119133-Regresaran-lineas-navieras-al-puerto-de-Ensenada.html>
- García, J. (2016). Vive crisis y desorden zona turística. *Frontera. Info*. Consultado el 2 de noviembre de 2017, en: <http://www.frontera.info/Movil/EdicionEnLinea/Noticias/Notas/1054154.html>
- Guerrero, P. and Ramos, J. (2014) Introducción al turismo. Primera Edición E-Book. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. México.
<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384130.pdf>
- Novelo, M. A. (2017). Plan Municipal de Desarrollo 2017-2019 Ensenada, B. C., consultado el 14 de octubre de 2017, en: <http://transparencia.ensenada.gob.mx/doc/file10455s229d87.pdf>
- Propín, Sánchez & López (1997). Situación geográfica – económico del turismo en el extremo norte de América Latina: El corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada. *Revista de Geografía Norte Grande*.
http://www.icp.puc.cl/html/revista/PDF/RGNG_N24/art29.pdf
- Schulte S. (2003). “Guía conceptual y metodología para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Naciones Unidas. Consultado el 4 de mayo de 2017, en:
http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=desarrollo+de+nichos+turisticos+&ots=VIkAXcCXIC&sig=U
- SECTUR (2016) Turismo en México 2016. Consultado el 28 de septiembre de 2017 en:
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>
- World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, consultado el 20 de octubre de 2017, en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

BIOGRAFÍA

José de Jesús Moreno Neri es Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los Lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México.

María del Mar Obregón Angulo es Maestra en Contaduría por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesora Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México.

Santiago Alejandro Arellano Zepeda es Maestro en Impuestos por CETYS Universidad. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México.