

**SISTEMA INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE
ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY**



CENTRO DE ESTUDIOS ESTRATÉGICOS

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN

LIC. LEOPOLDO GONZÁLEZ GUTIÉRREZ

MONTERREY, N.L. SEPTIEMBRE / 1991

4.16



LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ESTADO DE NUEVO LEON

De acuerdo a la estrategia de crecimiento económico el estado de Nuevo León se ha caracterizado por su actividad predominantemente industrial. Sin embargo hay que destacar la importancia de otros sectores o ramas de actividad en el desarrollo de Nuevo León, en cuanto que estos permiten generar mayores ingresos y aumentar los niveles actuales de empleo en el estado.

Aunque el estado de Nuevo León carece de atractivos turísticos comparables a los de otros estados de México y la temperatura es bastante extremosa, el crecimiento de la actividad industrial de Nuevo León ha permitido un mayor dinamismo en la actividad turística del estado. De esta forma puede entenderse que exista una manifiesta complementariedad entre ambos tipos de actividad, es decir, que el desarrollo del turismo en Nuevo León, sea explicado por el crecimiento industrial del mismo.

Por otra parte hay que resaltar el efecto colateral que ha generado la actividad industrial sobre otros campos de la actividad productiva no menos importantes, como podrían ser: enseñanza, salud, servicios financieros, esparcimiento, etc.

Es así, que a partir de la actividad fundamental del estado, se diversifica la actividad turística, aumenta la oferta y mejora la calidad de la misma.

El objetivo del presente documento es hacer un diagnóstico preliminar de la actividad turística en el estado de Nuevo León, a partir de las fuentes secundarias disponibles. Este diagnóstico comprenderá los tres grandes temas en que generalmente se desglosa el estudio de la actividad turística: Demanda, Oferta y Superestructura.

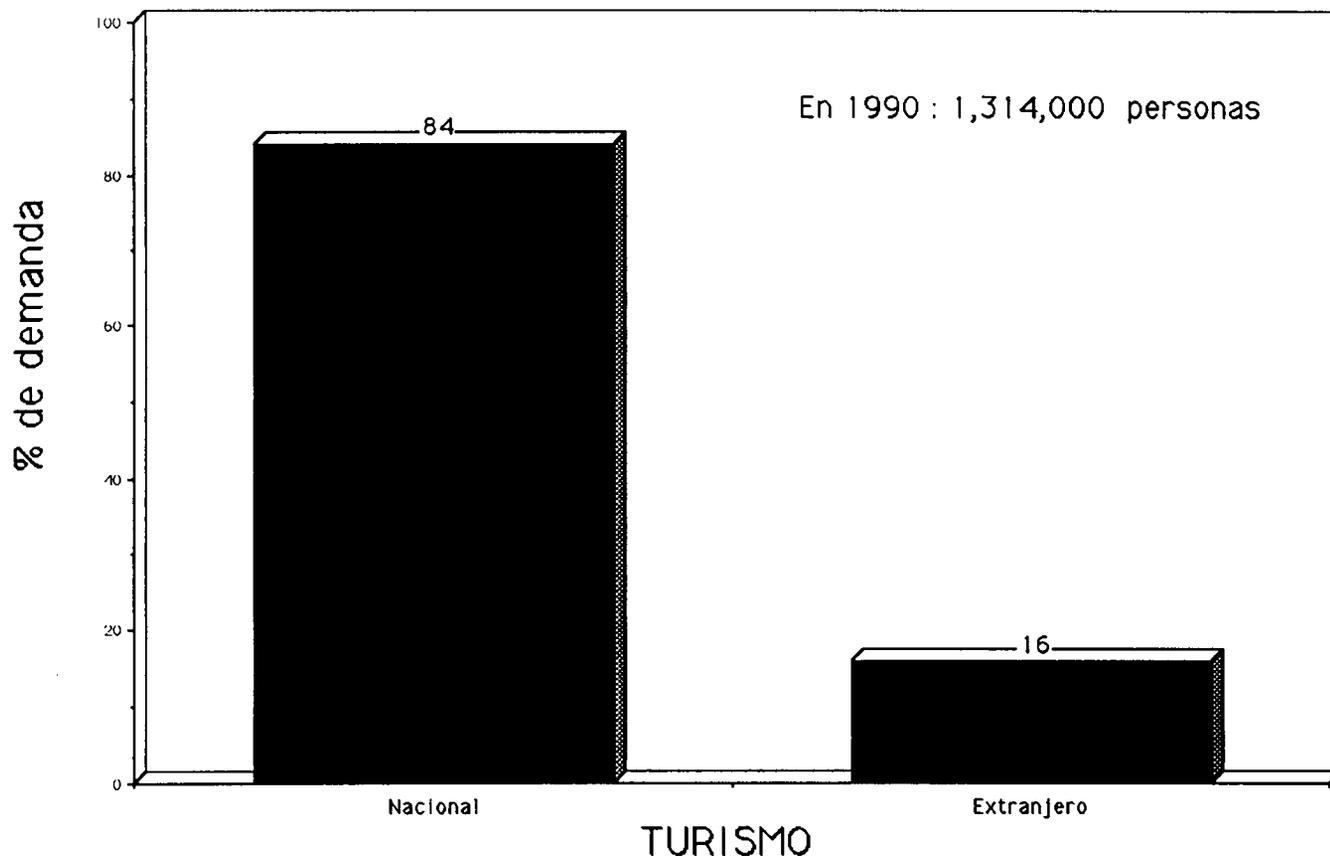


I. DEMANDA TURISTICA

El estado presenta una creciente demanda turística (por motivos tan diversos como: negocios, compras, congresos o conferencias, educación, salud, placer, etc.) que requiere ser atendida y un potencial cada vez más importante que debe ser capturado.

1. De acuerdo a lo reportado por la Secretaría de Turismo del estado de Nuevo León, de 1985 hasta 1990, se presentó un crecimiento promedio anual del 8.9% en la afluencia total de turistas al estado. Llegando a ser esta demanda en 1990, de 1,314,000 personas, de las cuales, el 84% correspondió a turistas nacionales y el 16% restante a extranjeros.

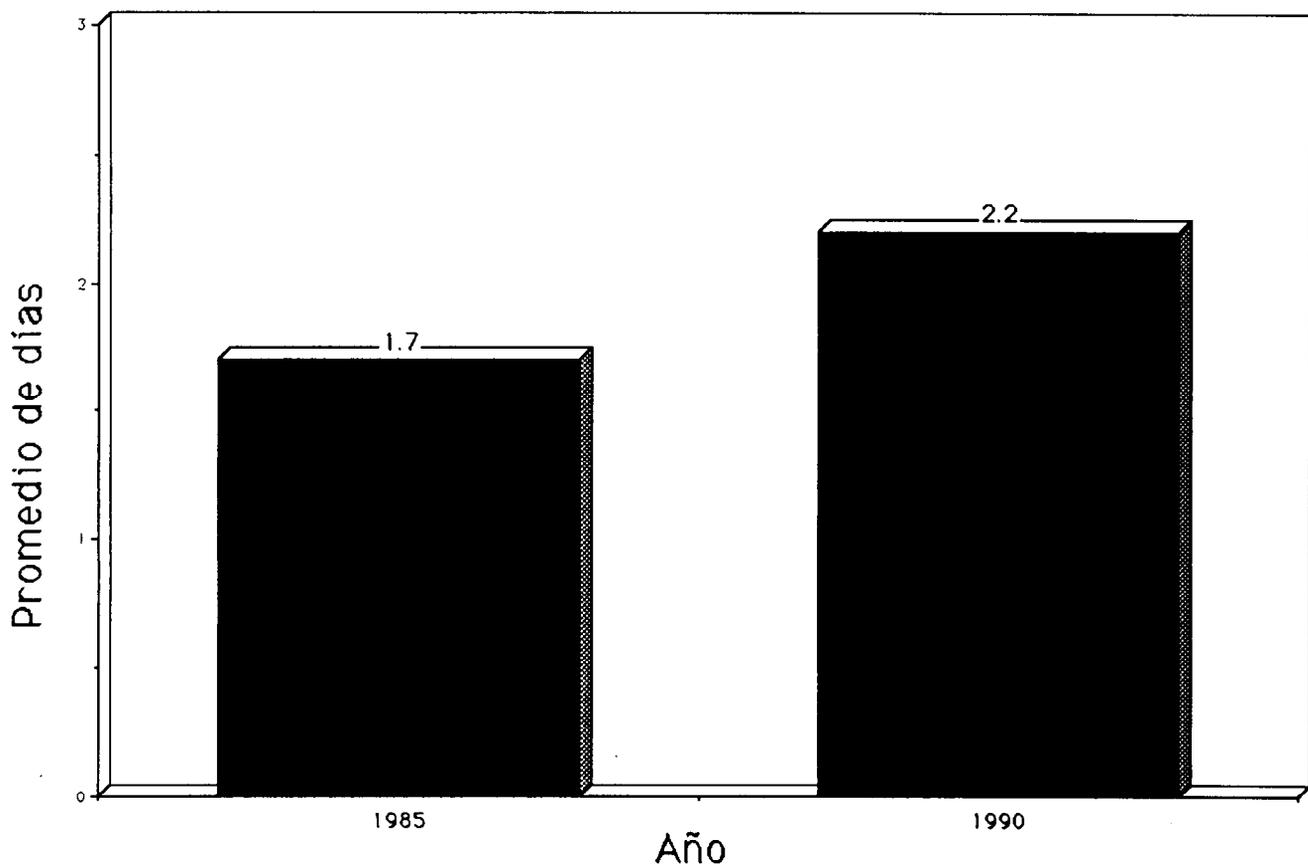
Demanda de turismo en Nuevo León





- 2. Para 1990 se estimó que el total de visitantes dejó una derrama económica de aproximadamente \$624,000 millones de pesos.
- 3. La estadía promedio de los turistas (nacionales y extranjeros) aumentó en el lapso de 1985 hasta 1990, de 1.7 a 2.2 días, siendo mayor en el caso de extranjeros que en el de nacionales.

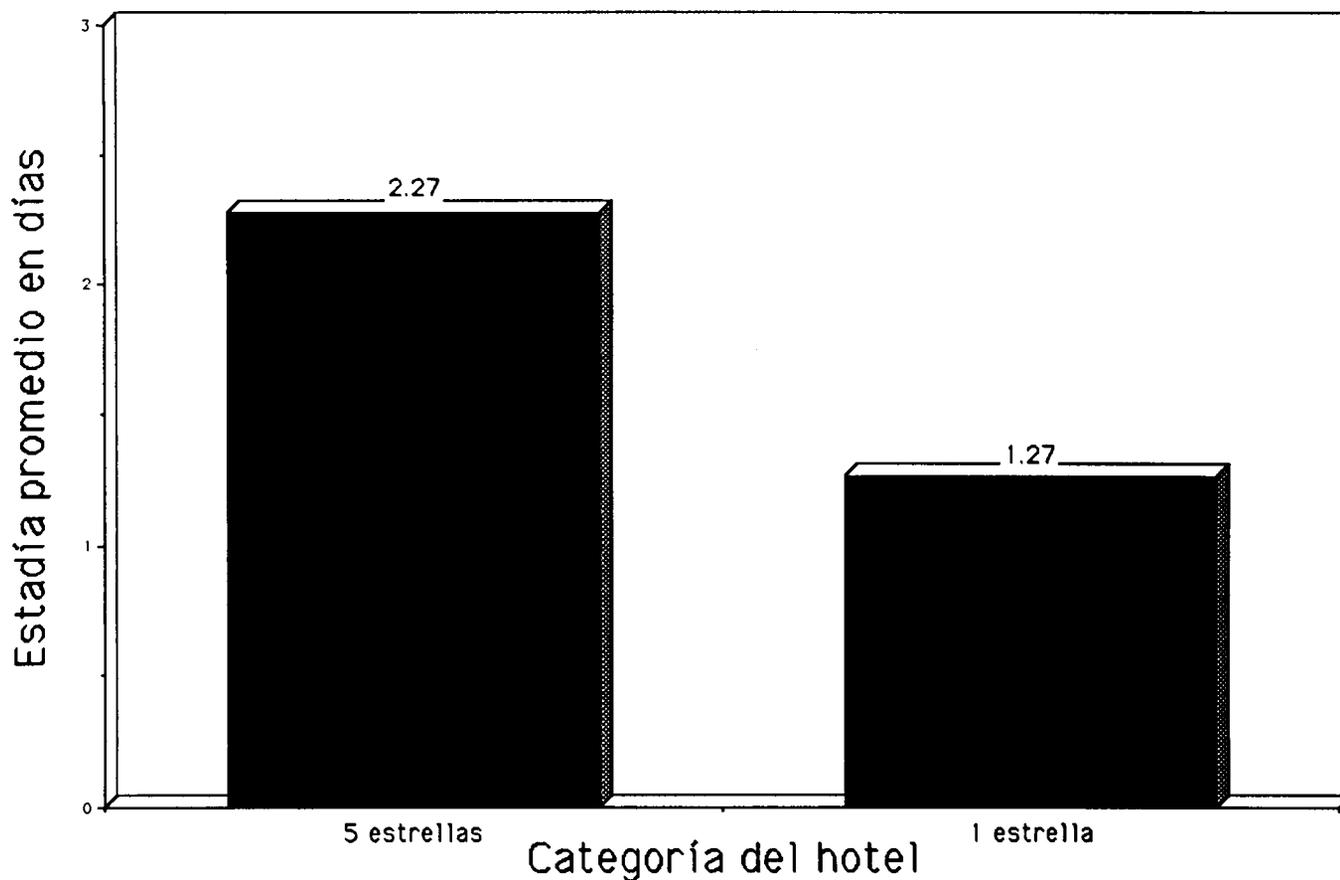
Estadía promedio de turistas





4. Existe una relación directa entre la estadía promedio de los turistas en los hoteles y la categoría de hotel; llegando a ser la más alta de 2.27 días, en los hoteles de 5 estrellas; y la más baja de 1.27 días, en los hoteles de 1 estrella, según datos de 1990.

Relación entre estadía y tipo de hotel

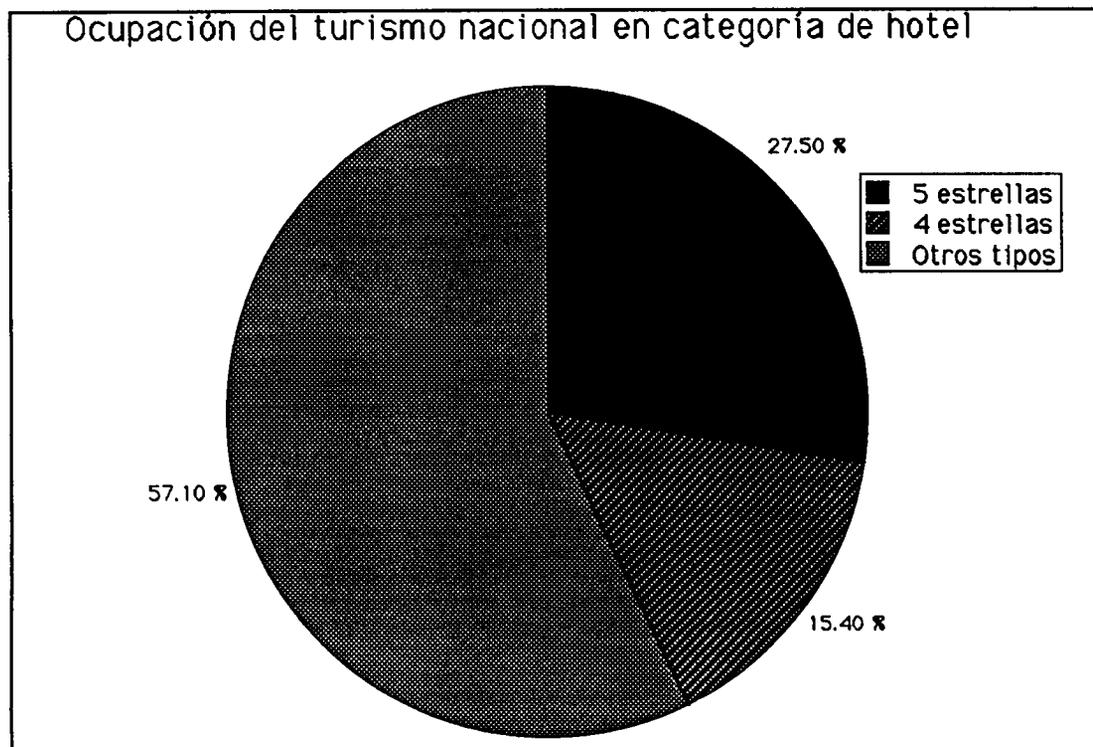
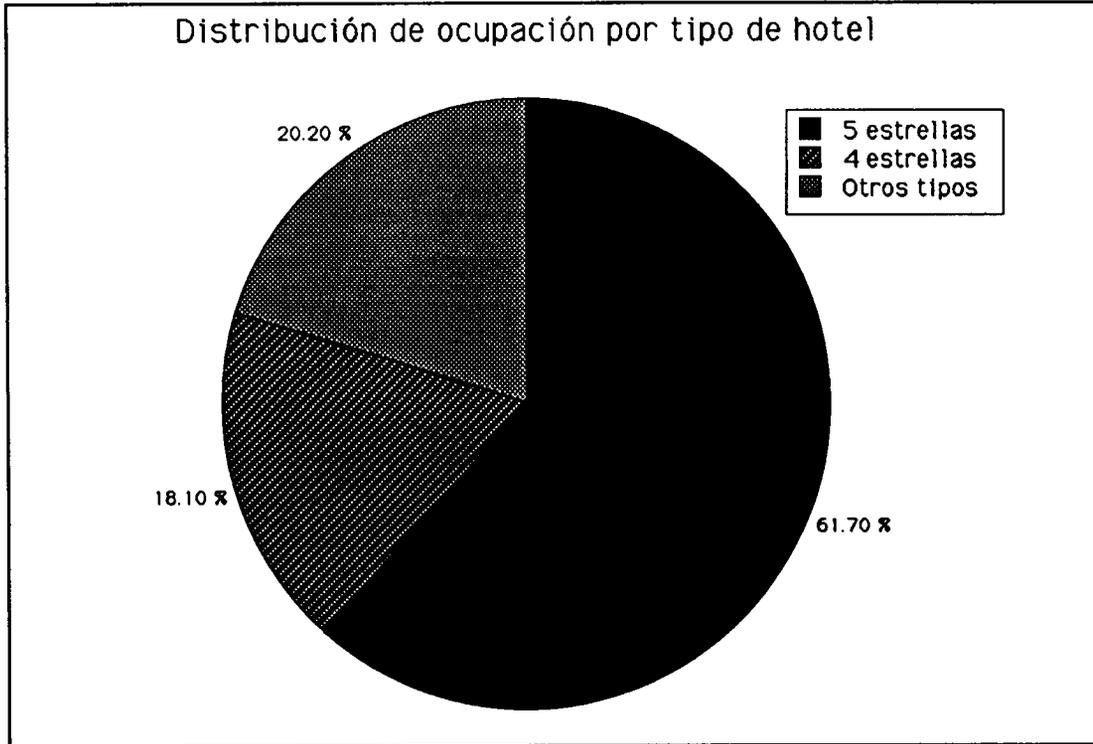


5. Para ese mismo año, la densidad de huéspedes por cuarto más baja, es de 1.28 personas en los hoteles de 5 estrellas y las más altas les corresponde a los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas.



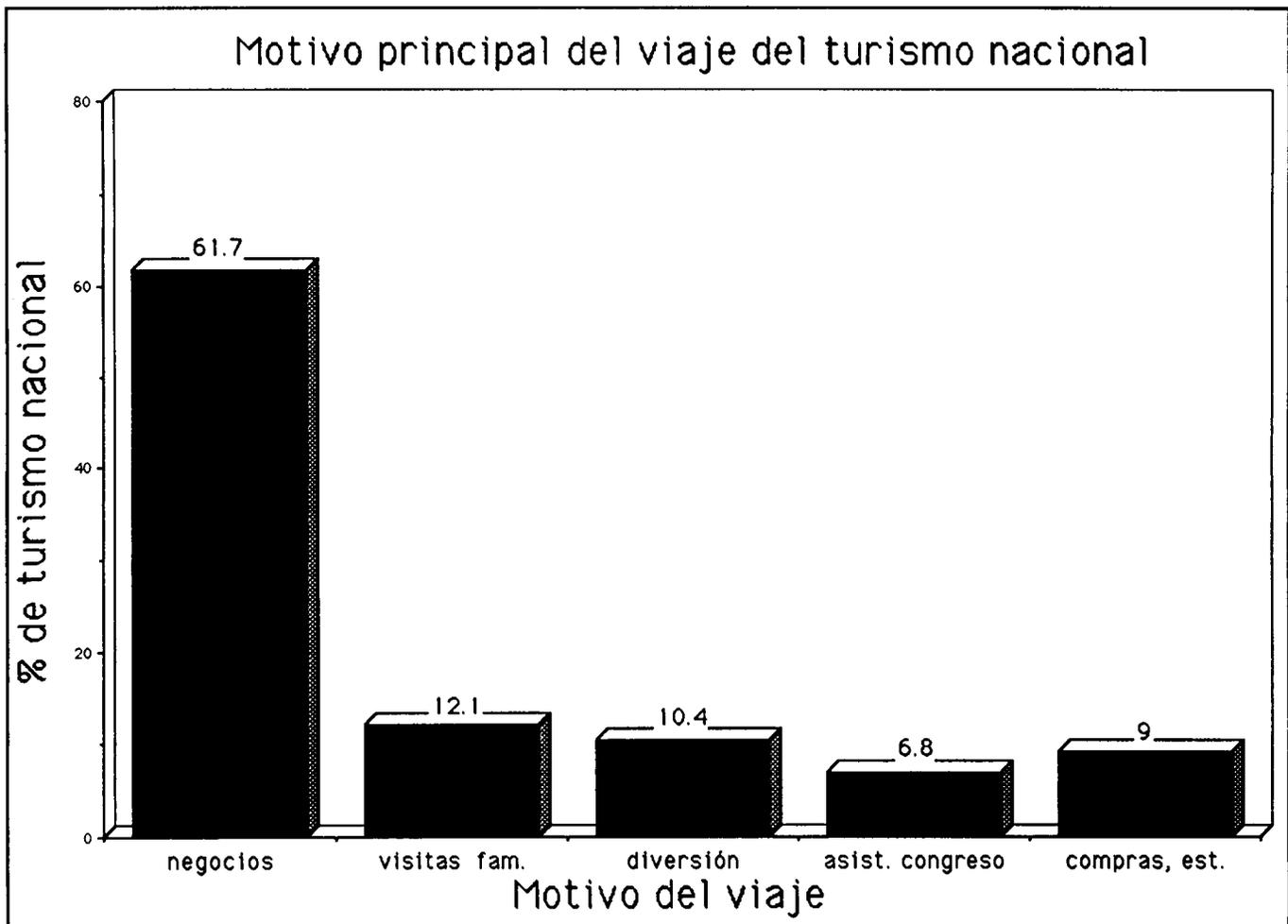
6. La estructura de la categoría de hotel utilizado por el turismo, muestra que para 1989; el 61.7%, utilizaba hoteles de 5 estrellas; el 18.1 %, hoteles de 4 estrellas; y el 20.2% restante, los otros tipos de hoteles. En el caso del turismo nacional estos porcentajes son del 27.5, 15.4 y 57.1% respectivamente.

Estos datos se observan en las siguientes dos gráficas:



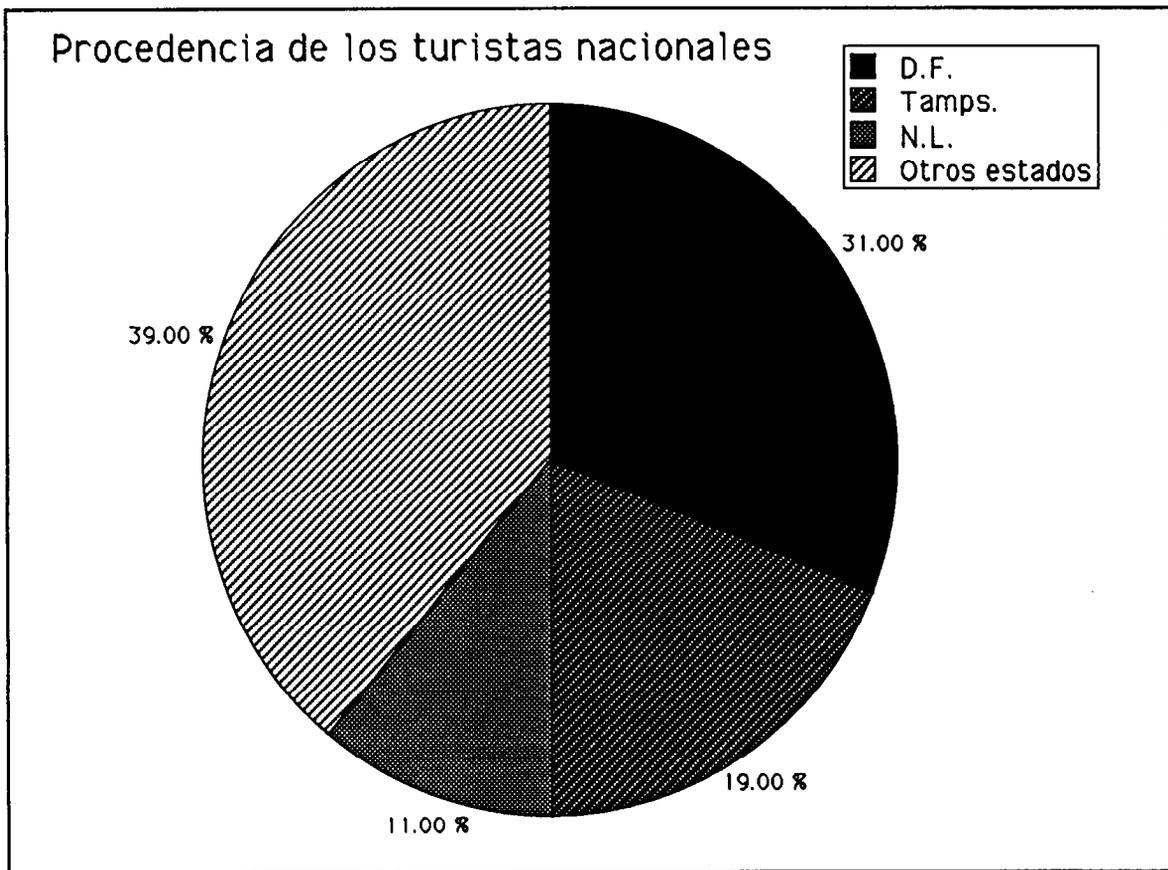


7. Los meses de mayor afluencia turística extranjera al estado, según datos de 1988 son febrero, julio y agosto, mientras que en el turismo nacional, se presenta en los meses de marzo, mayo y junio. De 1986 hasta 1988, en forma global la afluencia turística al estado es más alta en los meses de marzo, julio y agosto.
8. De acuerdo al motivo principal del viaje, según información de 1983, el 61.7% de los turistas nacionales que visitaron el estado, tuvieron como objetivo realizar negocios; el 12.1%, realizar visitas familiares; el 10.4%, divertirse; el 6.8%, asistir a congresos y convenciones; y el 9% restante, realizar otras actividades como compras, estudios, etc.



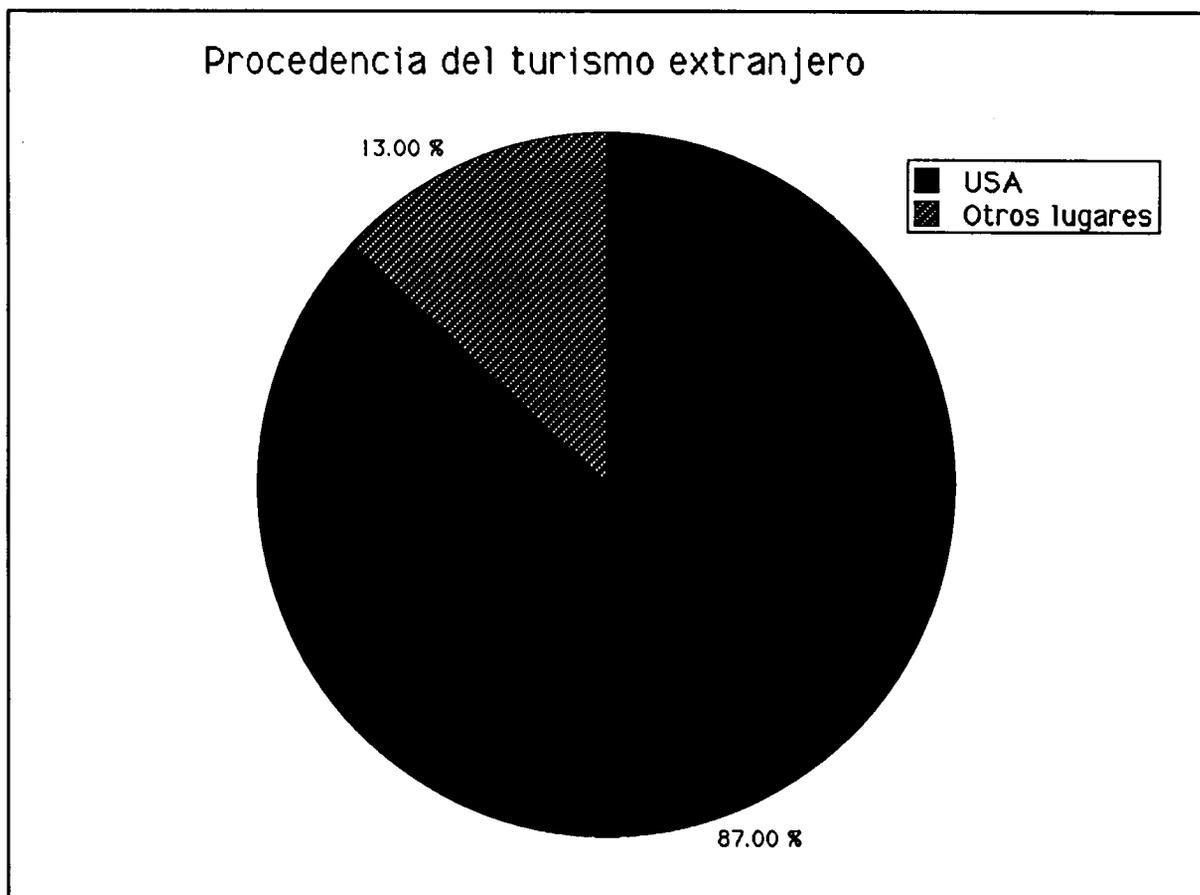


9. De acuerdo a la procedencia de los turistas nacionales que visitan Monterrey, según información de 1983; el 31%, provienen del D.F.; el 19%, de Tamaulipas; el 11%, del mismo estado; y el 39% restante, de otros lugares del país, lo cual se explica en la gráfica siguiente :



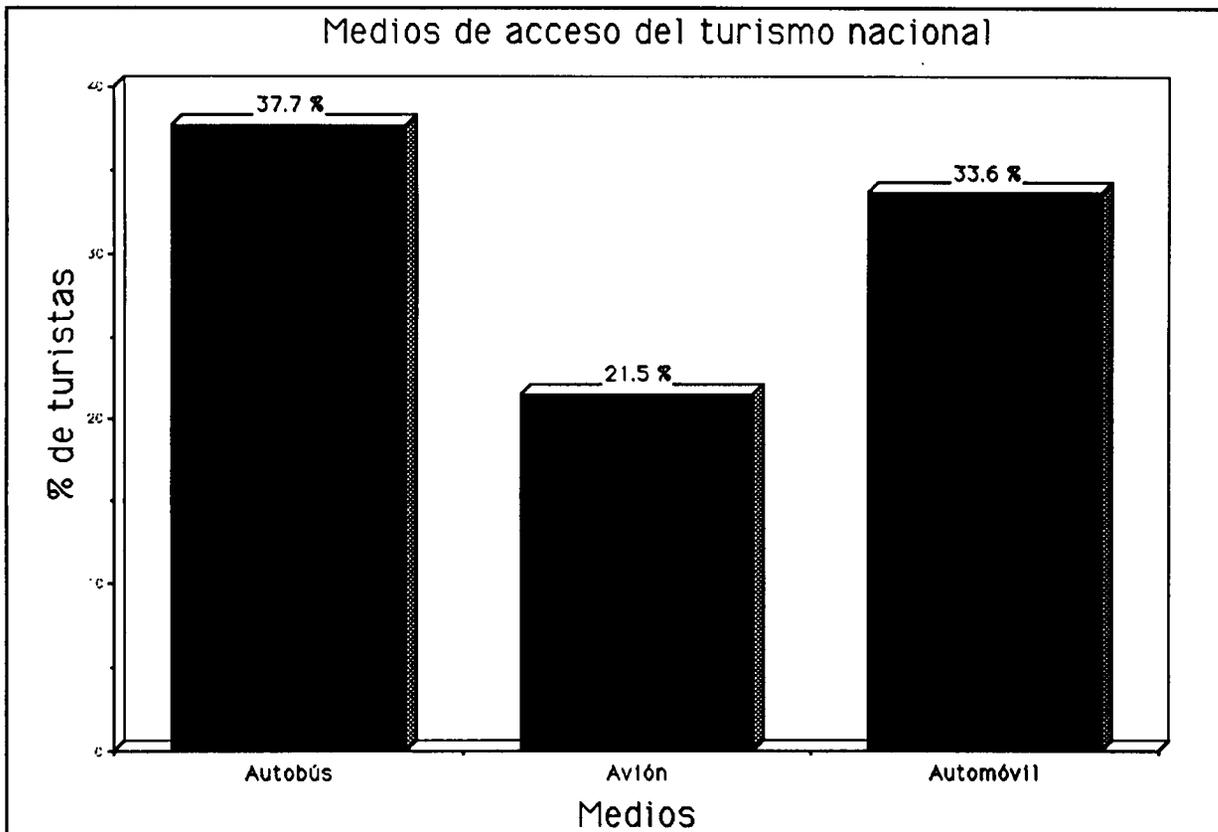


- En el caso del turismo extranjero, para ese mismo año, se registra que el 87% provienen de E.U.A y el 13% restante de otros lugares del mundo.



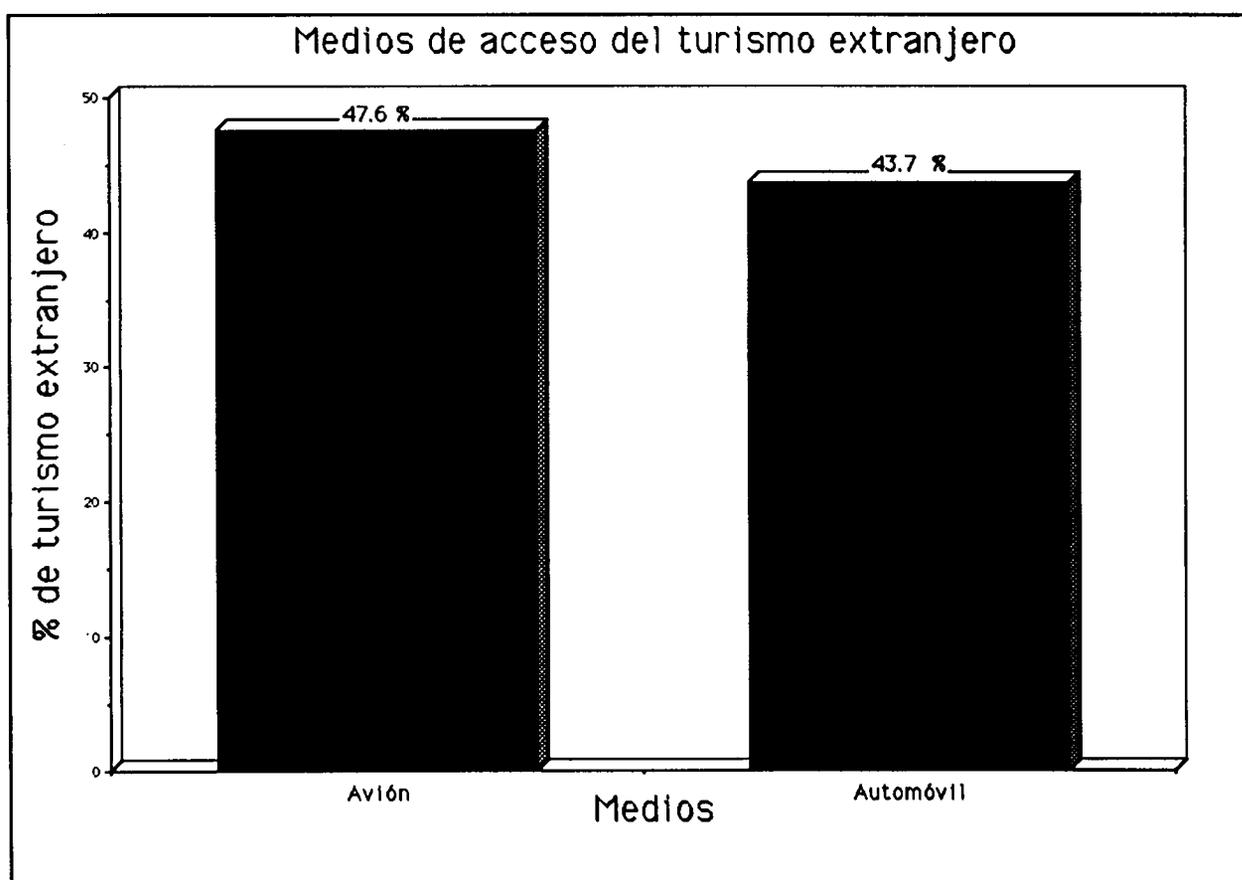


10. Los medios de acceso principales que utilizaron los turistas nacionales para llegar al estado, según información de 1983, fueron: autobús (37.7%), automóvil (33.6%) y avión (21.50%).



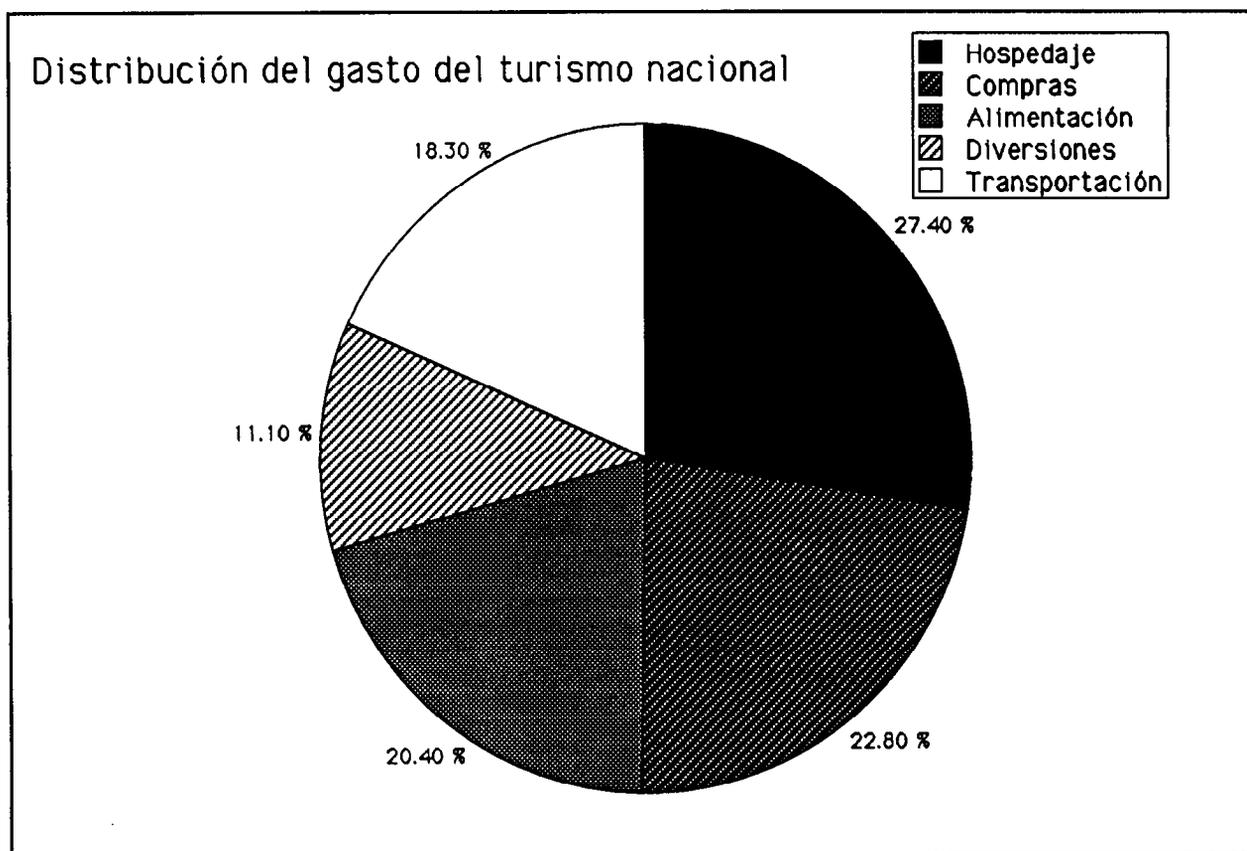


- En el caso del turismo extranjero, los medios fueron: Avión (47.6%) y el automóvil (43.7%).



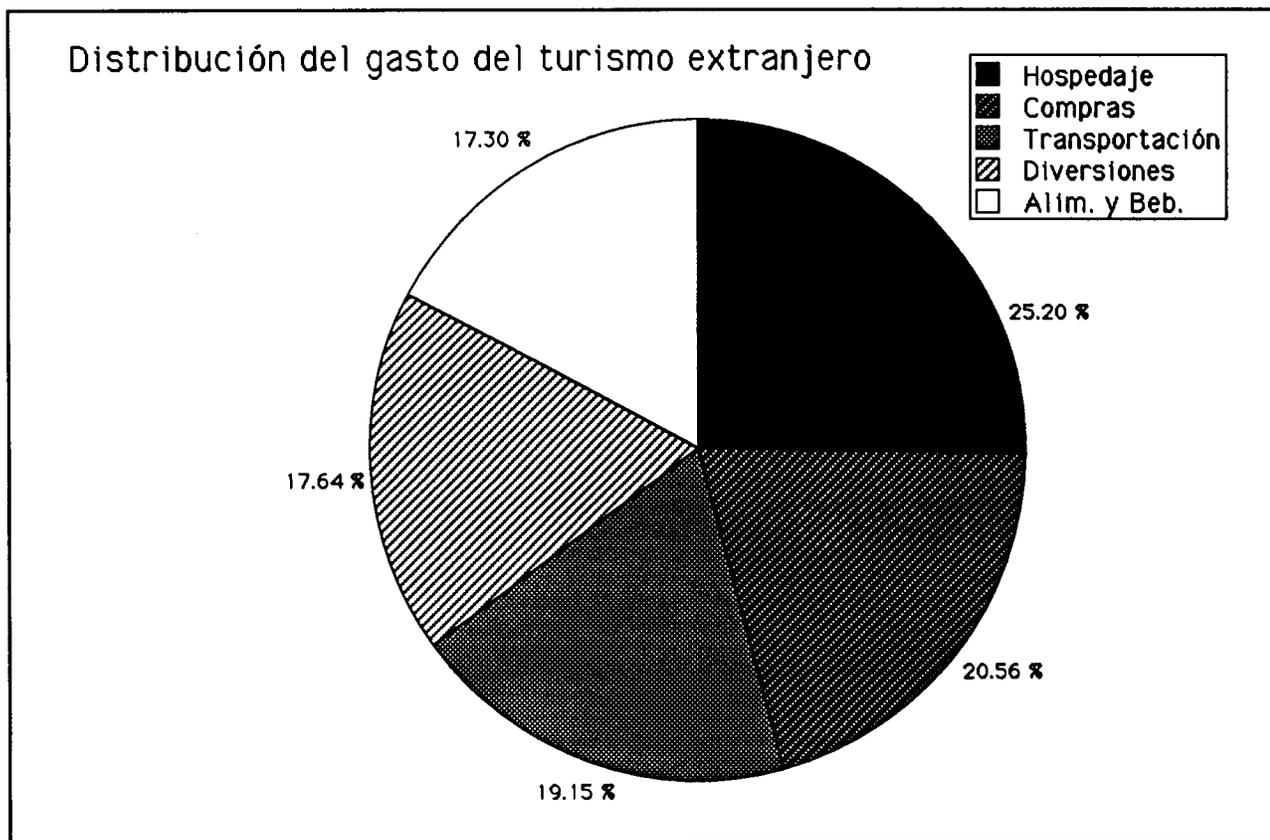


11. La estructura de la distribución del gasto de los turistas nacionales en 1983 fue la siguiente: el 27.4% se asignó a hospedaje; el 22.8% a compras; el 20.4% a alimentación el 11.1% a diversiones y el 18.3% a transportación. En la siguiente gráfica se presentan estos datos:





Para el turista extranjero la estructura fue la siguiente: el 25% se asignó a hospedaje, el 20.4% a compras, el 19.8% a transportación el 17.5% a diversiones y el 17.3% a alimentos y bebidas.





II. OFERTA TURISTICA

Para llevar a cabo el análisis de la oferta turística se estudiarán sus componentes: infraestructura básica, recursos o atractivos turísticos y planta turística.

A. Infraestructura básica

Por infraestructura básica se contempla la dotación de bienes y servicios que contribuyen a sostener las estructuras sociales y productivas, tales como la educación, la vivienda, el transporte, las comunicaciones, los servicios sanitarios y la energía.

En materia turística, la infraestructura básica debe considerarse como condición necesaria para su desarrollo, ya que, por ejemplo, sería difícil pensar en inversiones turísticas en lugares donde no se cuenta con medios de acceso apropiados.

En terminos generales, Nuevo León es considerado como un estado que cuenta con todos los servicios antes mencionados, en magnitudes y calidades que lo ubican por encima del promedio nacional. A continuación se detallan algunas de las principales características que reúne el Estado en este renglón:

- 1) El estado de Nuevo León cuenta con dos aeropuertos, una central de autobuses y una estación ferroviaria que aloja diferentes líneas con una amplia variedad de destinos.
- 2) Existen importantes vías de acceso carretero al estado y se espera que estas mejoren en calidad al inaugurarse próximamente las autopistas Mty-Laredo y Mty-Reynosa.
- 3) Otro desarrollo importante en esta materia será la inauguración del puente Internacional Solidaridad Colombia y el complejo de servicios que se ofrecerá en dicha localidad.
- 4) Monterrey cuenta con una línea aérea regional "Aeromonterrey", con vuelos a la ciudad de Tampico y se espera próximamente la inauguración de vuelos tales como: Mty-Reynosa, Mty-Cd. Victoria, Mty-Tampico-Veracruz, Mty-Harlingen y Mty-San Antonio.
- 5) Se han abierto nuevos vuelos como el Mty-Miami, de Panam que permite conectar tanto al turismo receptivo, como al egresivo, con un sinúmero de líneas y rutas.
- 6) La ciudad de Monterrey cuenta actualmente con el servicio de transporte metro que contribuye a eficientizar los medios de comunicaciones en la ciudad.
- 7) En la 5a Conferencia de Secretarios y Directores de Turismo de los Estados Fronterizos de México y E.U.A. se acordó la implementación del señalamiento bilingüe y de procedimientos para la obtención de estadísticas en materia turística en toda la franja fronteriza.



- 8) Se han abierto servicios de transportación especiales como los que ofrece aeroejecutivos y el Servicio de transportación de lujo en autobús (ruta Mty-México).
- 9) También se han puesto en marcha distintos servicios de transportación turística en Monterrey como los que ofrece OSETUR, Mexicorama y Transportaciones Aeropuerto, entre otros.
- 10) A través de la Secretaría de Salud se han llevado numerosas inspecciones a diferentes centros que dan servicio al turista.
- 11) Otro aspecto importante en materia de sanidad es la definición de secciones de fumadores y no fumadores en el servicio de restaurantes y en áreas públicas.
- 12) Se han sentado las bases de negociación entre inversionistas neoloneses y "Royal Eagle Lines" para establecer un servicio de transportación turística por ferrocarril entre San Antonio, Laredo y Monterrey, con extensiones eventuales hasta Saltillo, SLP, Querétaro y México, D.F.
- 13) Se realizó el acuerdo entre México y E.U.A. para la internación de autobuses de fletamiento exclusivos de turismo (charters).



B. Inventario de recursos turísticos.

La actividad turística tiene lugar solo si existen atracciones que motiven a las personas a abandonar su domicilio habitual. Estas atracciones son las que se denominan recursos o atractivos turísticos.

En este diagnóstico preliminar de la actividad turística del estado de Nuevo León, se contemplará un listado inicial de los recursos o atractivos turísticos principales con que cuenta el estado. Este listado se presenta a continuación en una tabla de dos entradas, en la que por un lado se señalan aquellos municipios que son considerados por la Secretaría de Turismo con cierto nivel de comercialización de algunos de sus lugares turísticos y también aquellos que en el corto plazo pueden considerarse con potencialidad; y por el otro; se detallan los sitios naturales, parques y plazas y los museos y manifestaciones culturales. Dicho listado deberá ser sujeto a revisiones una vez que se desarrollen las fases subsiguientes del proyecto "TURISMO EN NUEVO LEON".

Municipio	Sitios naturales Parques y Plazas	Museos y Manifestaciones Culturales
<u>Agualeguas</u>	-Paseo del Nogalar -Presa de Agualeguas	-Templo de Nuestra Señora de Agualeguas
<u>Allende</u>	-Río Ramos - Cerro los Cavazos	- Casa de la Cultura
<u>Anahuac</u>	- Laguna de Salinillas	
<u>Aramberri</u>	- Manantial de aguas termales "Puerto de los borregos" - Laguna Ascensión - Cueva Gardel - Cueva del camparario de Santa Teresa	- Pinturas Rupestres en Cueva Gardel
<u>Bustamante</u>	-Grutas de Bustamante -Manantial de San Lorenzo -Cañón de Bustamante	-Iglesia de San Miguel Arcangel



- Grutas de García
- Parque La Pastora
- Parque Canoas
- Parque España
- Parque Fundidora
- Parque Niños Héroes
- Alameda de Mty.
- Alamey
- Macroplaza
- Iglesia de la Purisima
- Palacio Estatal
- Palacio Municipal
- Edificio de Correos
- CETEC
- CINTERMEX
- Edificios Bancarios, Corporativos, de Centros Financieros, Bibliotecas, Gimnasios, Teatros, Cines, Centros Comerciales, etc.
- Museo del Obispado
- Museo de Arte Contemporáneo (MARCO)
- Museo de la fauna
- Catedral de Ntra. Sra. de Mty.
- Santuario de la Virgen de Guadalupe
- Basílica de Gpe.

Sabinas Hidalgo

- Parque la Cascada
- Centro Recreativo Playa Azul
- Iglesia de San José

Villa de Santiago

- Cola de Caballo
- Potrero Redondo
- Laguna de Sanchez
- Presa de la Boca
- Iglesia de Santiago Apostol

Zaragoza

- Laguna Pericos
- Cascada el Salto
- Río Blanco



C. Planta Turística

El concepto de planta turística comprende dos grandes agregados: equipamiento e instalaciones. Equipamiento involucra los conceptos de alojamiento comercial, alimentación, esparcimiento, y otros servicios complementarios. En cuanto a las instalaciones se contemplan todas aquellas inversiones que se han realizado para impulsar de manera directa los recursos naturales con que cuenta el estado.

a) Alojamiento Comercial.

Actualmente, en el estado de Nuevo León, a través de la Secretaría de Turismo, se recopila información de primera mano de la actividad turística del estado, llevándose a cabo, por medio de el levantamiento de una encuesta continua sobre una muestra de hoteles del estado. El cuestionario hotelero arroja información en forma mensual sobre el siguiente listado de variables (ver anexo el cuestionario y el instructivo para su llenado):

- Número de cuartos
- Cuartos por mes disponibles
- Cuartos por mes ocupados
- Coeficiente de ocupación
- Llegadas de turistas: total, nacionales y extranjeros
- Turistas noche: total, nacionales y extranjeros
- Estadía promedio: Total, nacionales y extranjeros
- Proporción de turistas nacionales y extranjeros
- Densidad de huéspedes por cuarto

El "Cuestionario hotelero" tiene como objetivo fundamental establecer un sistema oportuno y veraz, que permita detectar el desarrollo de la oferta y la demanda en la entidad. Además, con base en la información que se obtenga, se persigue implementar las medidas necesarias en función de los lineamientos que establece el Programa Nacional de Turismo.

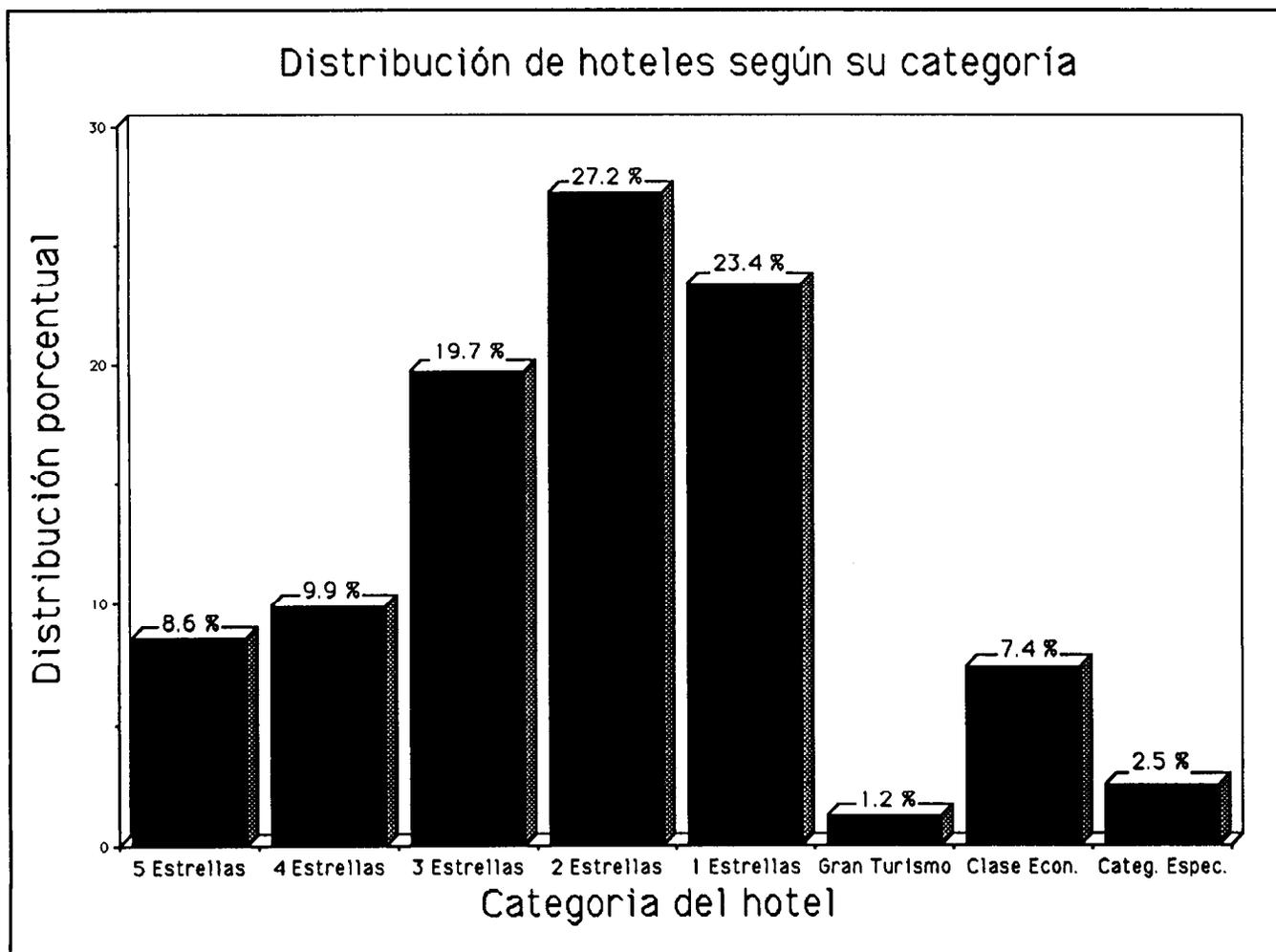
Propiamente hablando, se puede considerar que la oferta turística está dada en términos potenciales por el número de cuartos disponibles y en términos reales por el porcentaje de ocupación, ya que el primero, indica el potencial o el nivel máximo de ocupación que se podría llegar a obtener (100%), mientras que el segundo captura el nivel efectivo al cual está operando el alojamiento comercial.



Las características del alojamiento comercial que permite describir la información disponible hasta el momento, son las siguientes:

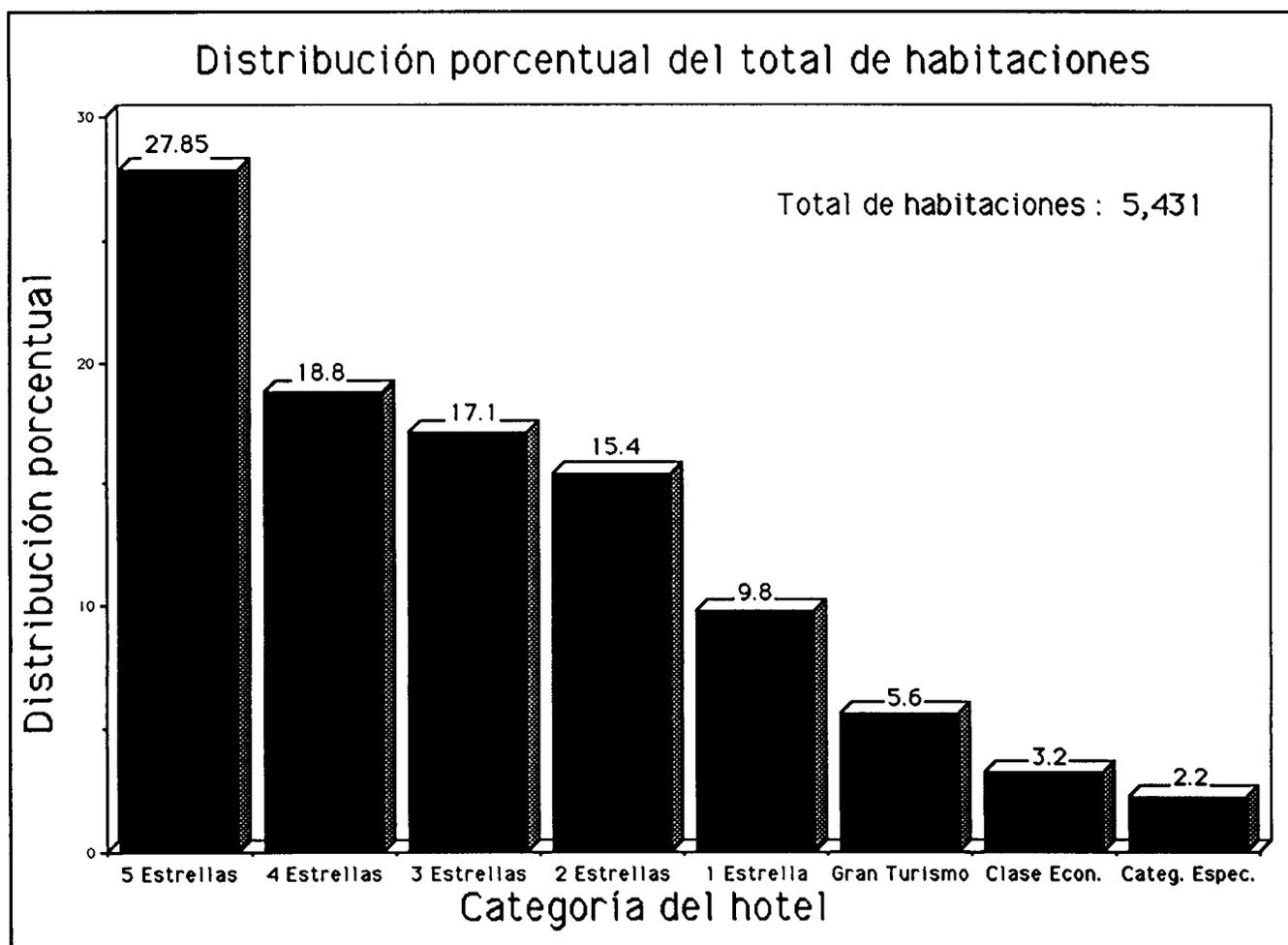
1. La oferta turística, medida a través del número de habitaciones, ha presentado un crecimiento promedio anual, de 1985 hasta 1990, del 3.08%, Para 1990 se registran 5,431 habitaciones sobre un total de 81 hoteles.

2. La estructura de estos 81 hoteles, según su categoría, es la siguiente: 27.2%, corresponden a hoteles de 2 estrellas; 23.4%, de 1 estrella; 19.7%, de 3 estrellas; 9.9%, de 4 estrellas; 8.6%, de 5 estrellas; 1.2%, de gran turismo; 7.4%, de clase económica; y el 2.5% restante, de categoría especial.



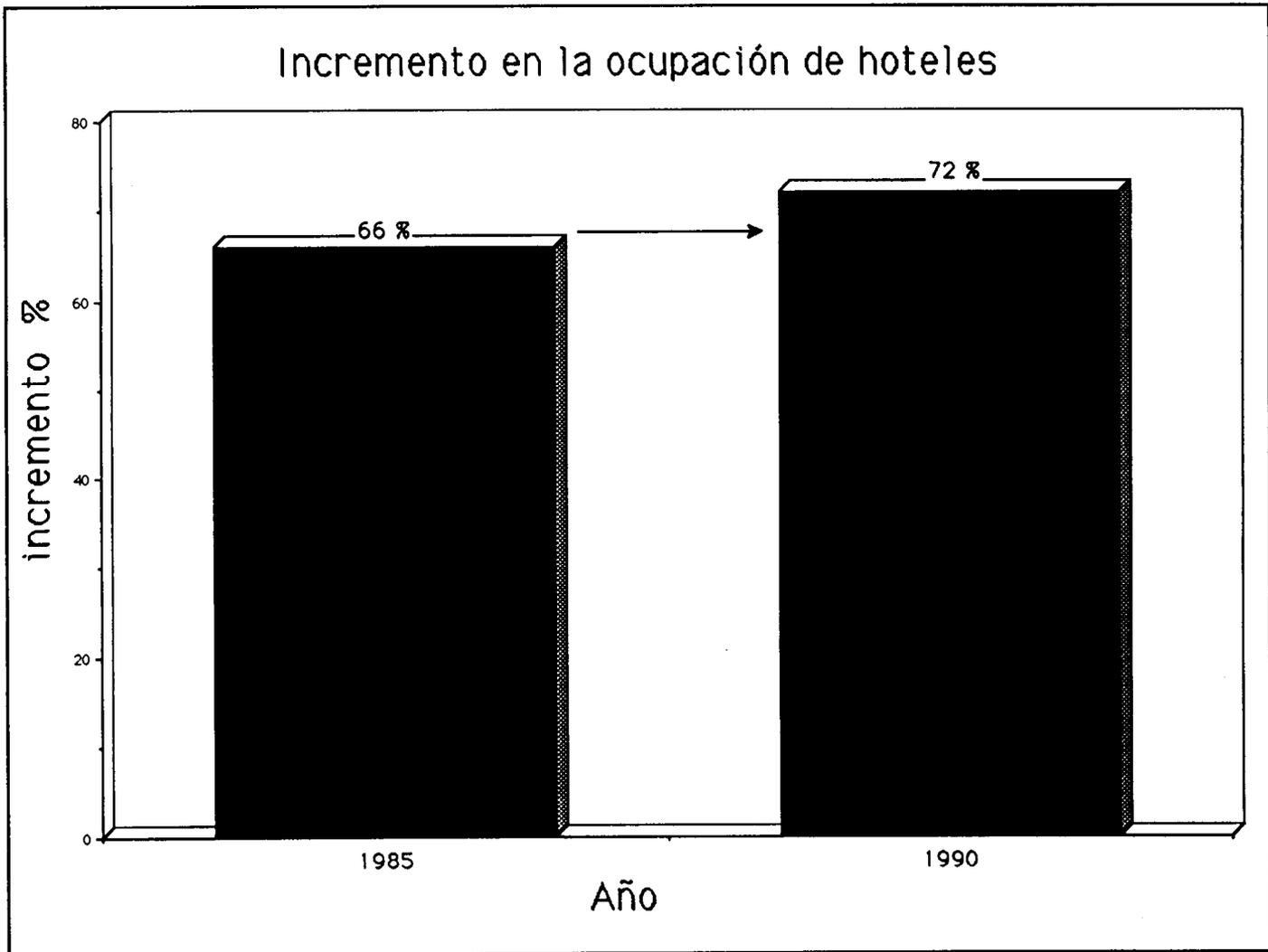


3. La distribución porcentual de las 5431 habitaciones comerciales según la categoría de hotel al que pertenecen es la siguiente: 27.85%, se concentran en hoteles de 5 estrellas; el 18.8%, en hoteles de 4 estrellas; 17.10%, en hoteles de 3 estrellas; 15.4%, en hoteles de 2 estrellas; 9.8%, en hoteles de 1 estrella; 5.6%, en el único hotel de gran turismo que existe en Monterrey; 3.2%, en hoteles de clase económica y el 2.2% restante, en los hoteles de categoría especial.





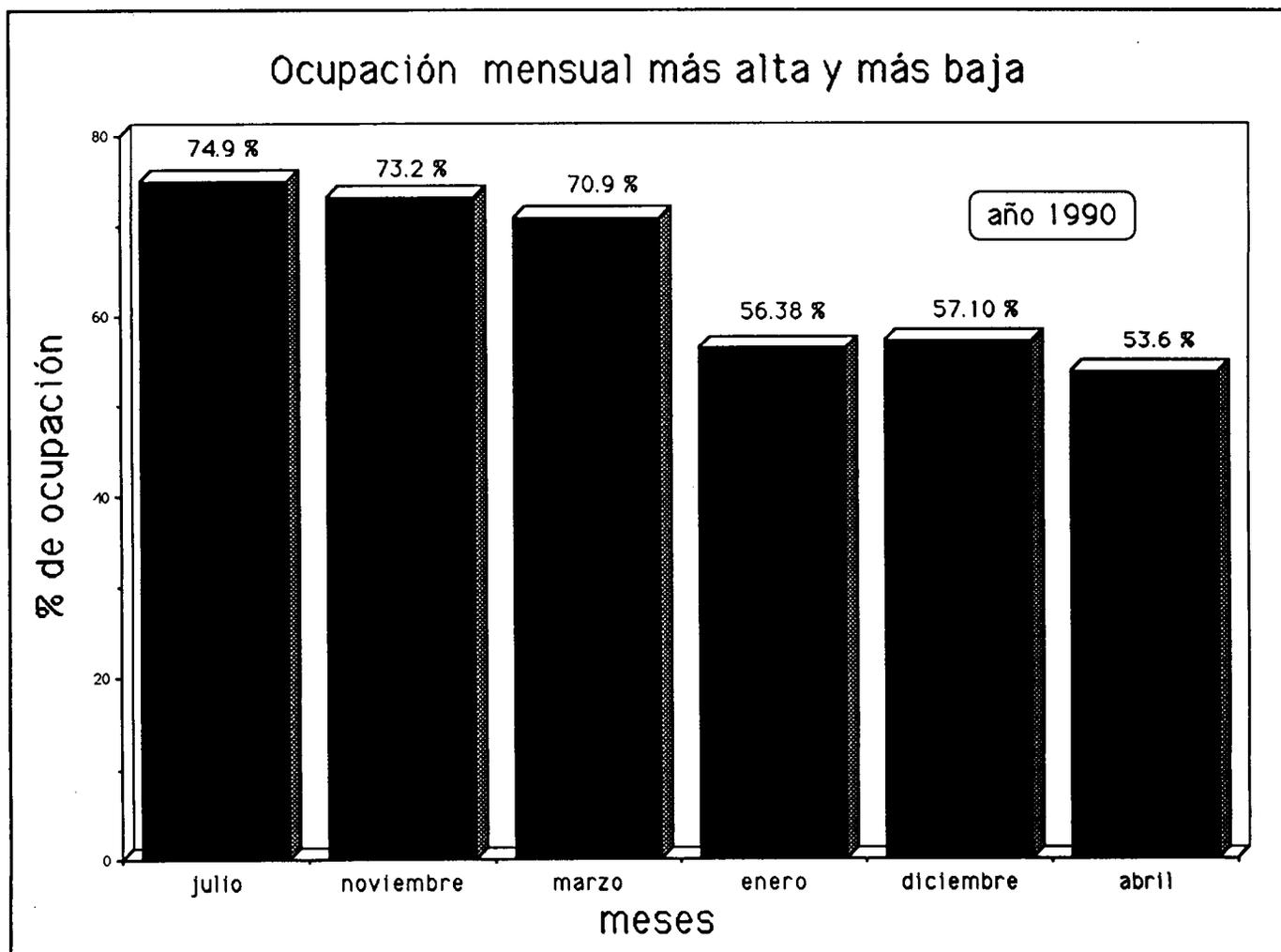
4. La ocupación de los hoteles en general, se ha incrementado en 1.8% en promedio por año en el periodo de 1985(66%) hasta 1990(72%).





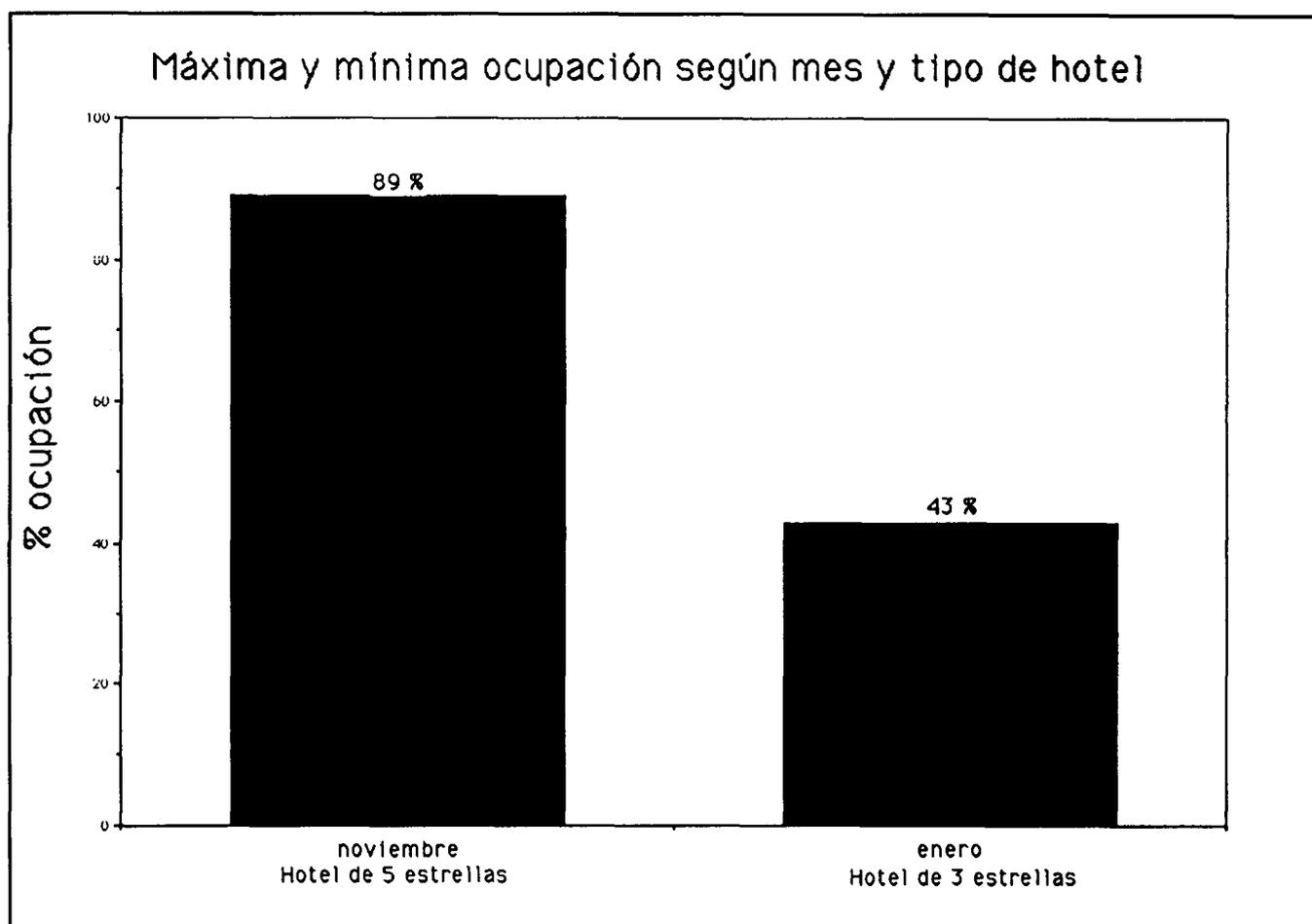
5. Para 1990, la ocupación promedio en el año por categorías de hotel es significativamente mayor en los hoteles de alta categoría (3, 4 y 5 estrellas) que en los de baja categoría (1 y 2 estrellas), llegando a ser la diferencia más alta de un 29% entre el porcentaje de ocupación más alto (78% en hoteles de 5 estrellas) y el más bajo (49% en hoteles de 2 estrellas).

6. La estacionalidad que presenta el porcentaje de ocupación en los hoteles muestra que para 1990, la ocupación más alta ocurre en los meses de julio (74.9%), noviembre (73.2%) y marzo (70.9%) y la más baja en los meses de enero (56.38%), diciembre (57.1%) y abril (56.3%).





7. Según categoría de hotel y mes en el año de 1990 se registra el porcentaje de ocupación más alto en el mes de noviembre, en hoteles de 5 estrellas (89%) y el más bajo en Enero en hoteles de 3 estrellas (43%).



8. Además de las obras en construcción antes señaladas, se encuentran en proyecto la construcción de 2 hoteles más, uno de ellos de 5 estrellas (Fiesta Americana, Fundidora-Cintermex) con capacidad de 330 habitaciones y un hotel de gran turismo (Hilton Monterrey), con capacidad de 350 habitaciones, lo que podría significar un incremento de un 11% en el número de habitaciones disponibles en el Estado, de llevarse a cabo dichos proyectos.



b) Alimentación

Los alimentos típicos que se pueden encontrar en el estado de Nuevo León son principalmente los siguientes: cabrito al pastor, fritada de cabrito, tortillas de harina de trigo, machacado, cortadillo norteño, carnes asadas y una amplia variedad de dulces de leche y nuez.

El estado de Nuevo León cuenta con una amplia variedad de restaurantes, entre los que destacan los de comida regional, internacional, alemana, italiana, griega, oriental y mexicana.

Se cuenta además con un importante número de cafeterías y de establecimientos que ofrecen el servicio de comida rápida.

c). Esparcimiento

Entre los servicios de recreación y esparcimiento que se ofrecen en el estado se encuentran: Balnearios, albercas, billares y boliches, discotec, centros nocturnos, centros sociales, bares, videobares, clubes deportivos, pistas para patinar, juegos electrónicos y mecánicos, cines, teatros, estadios deportivos, plaza de toros, palenques, peleas de gallos, etc.

Existe además una gran variedad de ferias y fiestas populares entre las que destacan: la feria del cabrito, en Lampazos de Naranjo; la feria de San Pedro y San Pablo, en el municipio de Garza García; la feria de la manzana, en Villa de Santiago; la feria de la naranja, en Montemorelos; la feria del queso, en Apodaca; las fiestas del Señor de Tlaxcala, en Bustamante; la feria del machacado, en Ciénega de Flores; la feria de la papa y la manzana, en Galeana, la feria industrial y de la nuez, en El Carmen. Además, se celebra el 20 de Septiembre, el aniversario de la Fundación de Monterrey; el 12 de Diciembre, el día de la virgen de Guadalupe, y los días correspondientes a las fechas conmemorativas nacionales.

d). Otros Servicios complementarios

1. Uno de los renglones importantes dentro de los motivos de visita al estado de Nuevo León, tanto por turistas nacionales como extranjeros, es el turismo de congresos, convenciones, conferencias, simposium y seminarios. En 1989 en Monterrey se recibió a 1,275,000 visitantes, la mayoría de ellos hombres de negocios y convencionistas. Se realizaron aproximadamente 100 convenciones en el año.



2. Existe una gran variedad de espacios para la realización de dichos eventos, los cuales podrían quedar clasificados dentro de las siguientes categorías:

- Salones y salas de juntas dentro de los hoteles
- Teatros y auditorios
- Auditorios dentro de las escuelas
- Salones de eventos
- Cines
- Otras áreas especiales para realizar dichos eventos en empresas y oficinas de gobierno.

3. La selección del espacio adecuado para la realización de los diferentes tipos de eventos, que ya se mencionaron antes esta en función de los siguientes factores:

- Capacidad
- Características del evento
- Servicios complementarios que ofrecen las instalaciones antes mencionadas.

Cabe destacar que no todos los eventos pueden inducir una demanda de Servicios Turísticos, ya que parte de ellos tienen un carácter local.

4. Algunos espacios importantes que son utilizados en la ciudad, para su realización son los siguientes:

<i>Salones</i>	<i>Capacidad máxima (personas)</i>
Auditorio San Pedro	1,065
Teatro Monterrey	773
Teatro de la Ciudad	1,451
Multiteatro del Centro Cultural Alfa	300
Salón Colonial del Holliday Inn Norte	156
Salón N.L. del Holliday Inn Crown Plaza	1,200
Salón Perla del Hotel Ancira	106
Salón San Embajadores del Hotel Ambassador	800
CINTERMEX	
Gran Salón	2,626
Salón A/B	1,346
Salón B/C	1,716

5. El estado de Nuevo León cuenta además con empresas arrendadoras y subarrendadoras de autos, empresas de transportación aérea comercial y privada, transportadoras turísticas, agencias y subagencias de viajes y guías de turismo, que permiten complementar el desarrollo de la actividad turística.



e) Instalaciones.

Existen ciertos atractivos turísticos en el Estado que destacan por su importancia, entre ellos se encuentran:

- La macroplaza
- El centro Cultural ALFA
- MARCO
- Las grutas de García y de Bustamente
- El cerro de la Silla
- El parque nacional cumbres
- La presa de la boca, el cuchillo y cerro prieto
- El parque Fundidora y el parque Niños Héroe
- CINTRMEX
- Centros empresariales importantes como: El grupo ALFA, CYDSA, VITRO y PROTEXA, así como, centros financieros y casas de bolsa.
- Centros educativos importantes como: ITESM, UANL, y la UDEM
- Centros Hospitalarios importantes como: El Hospital San José, Muguerza, Universitario, y los Hospitales de especialidades del IMSS.
- CETEC
- El estadio Universitario y el del Tecnológico de Monterrey.



III. Superestructura

1) La dirección estatal de Turismo de Nuevo León utiliza el servicio de LADA 800 (Llamadas sin costo) para proporcionar información turística a todo el país y a los E.U.A.

2) En la 5a. Conferencia de Secretarios y Directores de Turismo de los estados Fronterizos de México y E.U.A. se acordó el intercambio de cursos de capacitación a empleados de empresas turísticas y el establecimiento de un fideicomiso de apoyo a estas mismas.

Por otra parte se han desarrollado en el estado seminarios sobre concientización turística a los agentes de tránsito, agentes de aduana y migración, así como al personal de auxilio y en general al personal que labora en actividades turísticas.

3) Se ha incrementado la promoción de los atractivos turísticos del estado en los tianguis turísticos de Acapulco, además de fuertes promociones en los E.U.A. principalmente en el estado de Texas (se han distribuido más de 50,000 folletos publicitarios), esperando estimular la afluencia de los turistas denominados "Winter Texas".

4) Se consolida el Fideicomiso binacional para la instrumentación del concepto "Vacaciones en dos Naciones" con la participación de los Estados de Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila y el Estado de Texas y como coadyuvante la Secretaría de Turismo. A partir de la definición del fideicomiso se pretende promocionar el turismo en ambas regiones fronterizas a través de campañas publicitarias que involucren a dichas regiones en sólo circuito turístico.

5) Se forma el Consejo de Fomento Turístico de Nuevo León, A.C. (COTUR) cuyo objetivo es coordinar los esfuerzos entre la secretaría e Turismo, los organismos del Gobierno Federal Estatal y Municipal y prestadores de servicios con el propósito de unificar metas, proyectos y objetivos y encaminarlos a impulsar el crecimiento de esta actividad en la entidad.

6) Se instituyen consejos Municipales de Fomento turístico en los municipios de Cerralvo, Santiago, Sabinas, Hidalgo, San Pedro Garza García, Bustamante, Linares y Zaragoza con la participación de autoridades y prestadores de servicios de dichas localidades, cuyo propósito principal es el de realizar tareas como el remozamiento de sus principales puntos de atracción turística. Un ejemplo concreto es el que se lleva a cabo en el municipio de Santiago, en el cual se dieron a la tarea de remozar 33 cuadras del Centro de la ciudad, que una vez terminada serán declaradas Monumento Nacional.

7) Se realizaron carteleras panorámicas de atractivos turísticos como Potrero Redondo Chico, El ojo de agua de Sabinas, el Río Ramos, el Pozo de los Gavilanes, y otros más invitando a los ciudadanos a ser "turistas en su propio estado".



IV. Comentarios finales

La demanda turística del estado de Nuevo León se ha caracterizado por un crecimiento promedio anual, en los últimos, cinco años del 8.9%; una densidad mínima de 1.28 turistas por cuarto y una estadía promedio de 2.2 días. El 61.7% de los visitantes se concentra en hoteles de 5 estrellas. El motivo principal de visita es realizar negocios(61.7%).

La oferta hotelera, cuantificada por el número de habitaciones, ha presentado un crecimiento promedio anual del 3.08% en los últimos cinco años. De un total de 5431 habitaciones, el 27.8% corresponde a hoteles de 5 estrellas. En terminos generales, para 1990, el porcentaje de ocupación de los hoteles, ha llegado a ser del 72%.

Actualmente, la Secretaría de Turismo del estado de Nuevo León trabaja en el diseño de campañas encaminadas a incrementar la afluencia turística al estado, tales como: capacitación, publicidad, señalización, etc.

Por otra parte, cabe destacar que el estado cuenta con recursos naturales, con la infraestructura suficiente y con los medios de apoyo al turismo que podrían encaminar a esta actividad hacia un mayor dinamismo.

De acuerdo con la información recopilada de segunda mano, se realizaron los pronósticos que se muestran en los cuadros que se anexan al final del documento. Estos pronósticos se realizaron considerando constantes algunos indicadores como: estadía promedio, densidad promedio y porcentaje de ocupación. El resultado de dichos pronóstico, muestra que para el año 2000 habrá un déficit de 7172 habitaciones, ya que se supuso que se mantendrán los mismos crecimientos observados en los últimos cinco años, tanto en la oferta, como en la demanda.

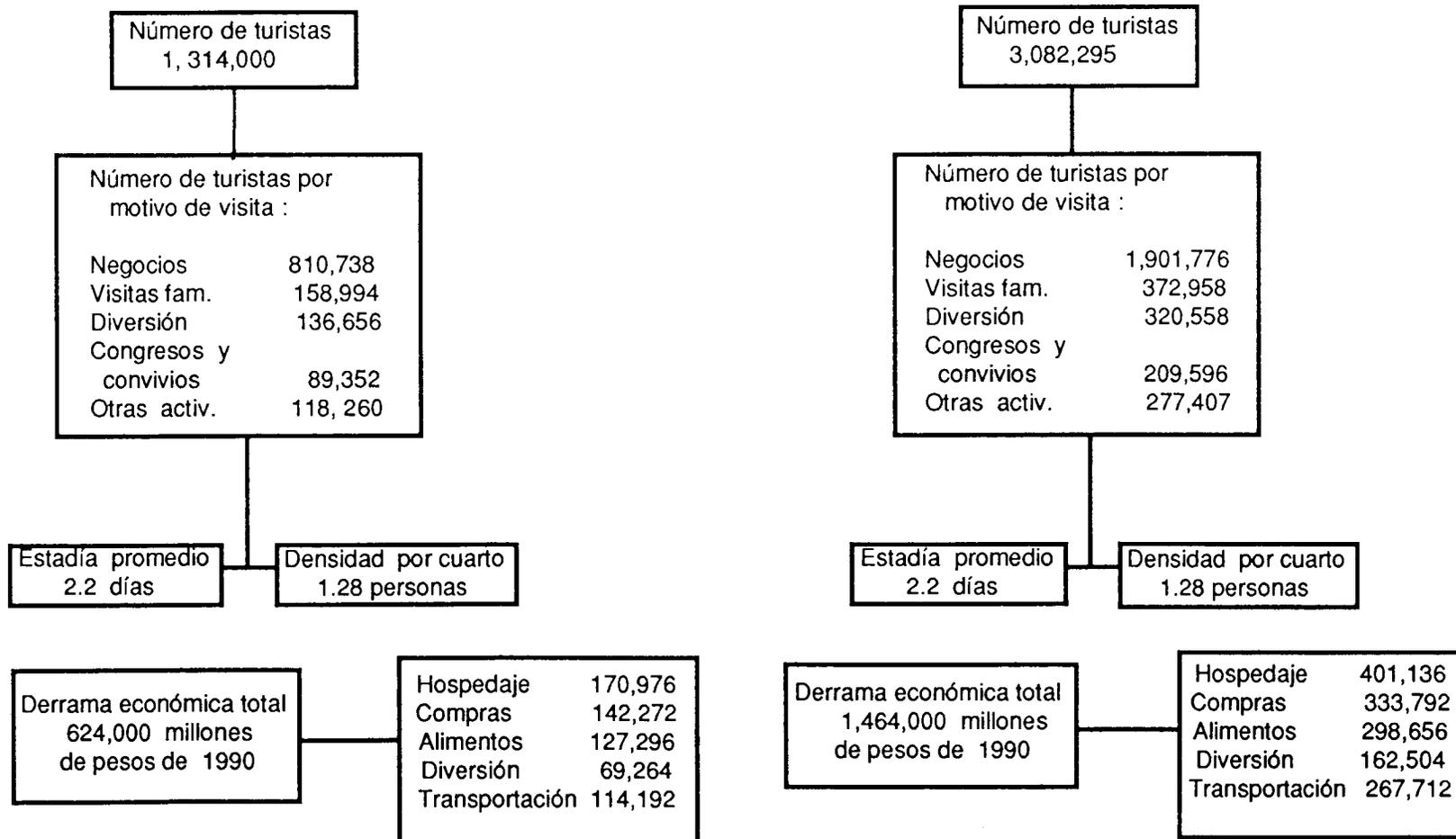
Este mayor dinamismo que se espera del sector turístico hace necesario el desarrollo de las fases subsiguientes del proyecto "TURISMO EN NUEVO LEON".



DEMANDA TURISTICA EN NUEVO LEON

1990

2000





OFERTA TURISTICA EN NUEVO LEON

1990

Número de habitaciones en alojamiento comercial : 5,431

Crecimiento promedio anual de 3.08%

2000

Número de habitaciones en alojamiento comercial : 7,886

Estructura de las habitaciones comerciales por categoría de hotel

Categoría de hotel	Número de habitaciones
Gran Turismo	304
5 Estrellas	1,513
4 Estrellas	1,021
3 Estrellas	929
2 Estrellas	836
Otras categorías	828

Estructura de las habitaciones comerciales por categoría de hotel

Categoría de hotel	Número de habitaciones
Gran Turismo	441
5 Estrellas	2,196
4 Estrellas	1,483
3 Estrellas	1,349
2 Estrellas	1,214
Otras categorías	1,202

**RELACION ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA
TURISTICA EN NUEVO LEON EN EL AÑO 2000**

NUMERO DE TURISTAS	3,082,295
DENSIDAD PROMEDIO POR CUARTO	1.28
NUMERO DE DIAS TURISTICOS HABILES	262
DEMANDA DE CUARTOS	15,058
OFERTA PROYECTADA DE CUARTOS	7886
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	
DEFICIT DE CUARTOS	7,172