



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

TESIS

**Turismo y economía: El discurso de las
otredades sobre el desarrollo de Chetumal**

Para Obtener el grado de:

Licenciados en Turismo

Presentan

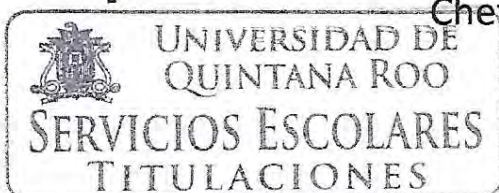
Irsel de los Angeles Herrera Cauich

Nathalia de Jesús Herrera Cauich

Directora

M.E. Jacqueline Ganzo Olivares.

Chetumal Quintana Roo, septiembre del 2016



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobada como requisito parcial para obtener el grado de

LICENCIADO EN TURISMO

COMITÉ

DIRECTORA _____

M.E. Jacqueline Ganzo Olivares.

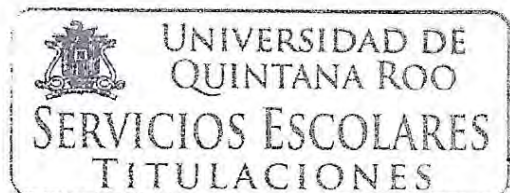
ASESOR _____

M.P. Úrsula Serrano Bores.

ASESOR _____

Lic. Guillermo Velázquez Ramírez.

Chetumal, Quintana Roo, septiembre del 2016



ÍNDICE

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVO GENERAL	10
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
HIPÓTESIS.....	12
METODOLOGÍA	12
CAPITULO I.....	15
CHETUMAL: EL PERFIL DEL ÁREA DE ESTUDIO: ANÁLISIS EXTERNO	15
1.1 Ubicación geográfica.....	15
1.2 Economía y participación.....	16
1.3 Diagnóstico turístico	17
1.3.1 Análisis externo.....	18
1.3.3 Marco legal y prioridades en materia turística	25
1.3.4 Competencia.....	28
CAPITULO II	33
CHETUMAL, EL PERFIL DEL ÁREA DE ESTUDIO:	33
ANÁLISIS INTERNO	33
2.1 Análisis interno	33
2.2 Oferta Turística	34
2.2.1 Atractivos turísticos de Chetumal	36
2.2.2 Zonas Arqueológicas.....	36
2.2.3 Monumentos Históricos	36
2.3 Servicios e Infraestructura.....	36
2.3.1 Vías de Comunicación	40
2.4 Demanda turística: Características de los visitantes.....	41
CAPITULO III.....	43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	43
3.1 Metodología	43
3.1.1 Población.....	43

3.1.2 Tamaño de la muestra	43
3.1.3 Diseño de la encuesta	44
3.1.4 Aplicación de encuesta piloto.	44
3.1.5 Aplicación de las encuestas.....	45
3.1.6 Captura de información.....	45
3.2 Análisis de la información.....	45
CAPITULO IV.....	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
4.2 Historia de turismo de negocios en México	80
4.3 ¿Qué es turismo de negocios?	82
4.4 Perfil de los turistas visitan Chetumal.....	83
4.5 Resultados de diagnóstico	84
4.6 Conclusiones y recomendaciones.....	87
ANEXOS.....	93
Anexo 1. Inventario de atractivos culturales.....	94
Anexo 2. Inventario de atractivos naturales	98
Anexo 3. Zonas Arqueológicas	101
Anexo 4. Inventario: Monumentos Históricos	103
Anexo 5. Inventario de iglesias	107
Anexo 6. Inventario de estadios y lugares deportivos.....	109
Anexo 7. Celebraciones y festividades de Chetumal	111
BIBLIOGRAFÍA:	114

DEDICATORIA

“Con todo nuestro cariño y amor queremos dedicarte nuestra Tesis, por el amor y devoción que tienes a tus hijas, por el apoyo ilimitado e incondicional que siempre nos brindas, por tener siempre la fortaleza de salir adelante sin importar los obstáculos, por habernos formado como mujeres de bien, y por ser la mujer que nos dio la vida.. No hay palabras en este mundo para agradecerte mamá”

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a la universidad de Quintana Roo por ser la institución que me formo a lo largo de estos años, junto con todos los maestros que me impartieron clases, que gracias a ellos aprendí muchas cosas que me servirán a lo largo de toda mi vida. Agradecer en especial a nuestra directora de tesis la maestra Jacqueline Ganzo Olivares, que siempre estuvo atrás de nosotras animándonos, aconsejándonos y mostrándonos a través de sus conocimientos y experiencias que todo se puede lograr, por apoyarnos en este trabajo de tesis y por tantas cosas más. A mis padres que gracias a ellos tengo una formación profesional, por sus buenos consejos y educación, ayudarme a cumplir mis sueños y por darme la vida, que no hay mejor padres que ellos en especial a mi mamá Irma. A mi hermana María que siempre me dice que soy dedicada en todo lo que hacía, me anima, y también en especial a mi

hermana mayor Nathalia, porque es un ejemplo en la casa y apoyándonos a mi madre y a mí que también tuvo mucho que ver en que estudie y termine la universidad, con su ánimos y sobre todo sus regaños. Y a mi novio Max Israel que me ha apoyado en estos cinco años, me motiva para que sea mejor persona, profesional y en la vida, que juntos hemos logrado nuestro propósito; concluir una carrera y salir adelante, sé que nos faltan muchas cosas más por lograr. A mis amigos que son muy contados los que tengo pero únicos, que también me enseñaron muchas cosas buenas y siempre han estado para mí, mis compañeros que también de ellos aprendí, gracias a todos.

Irsel de los A. Herrera Cauch

Gracias a mi madre por apoyarme siempre y en todo momento, saber que siempre puedo contar con ella, la considero padre y madre porque para mí juega esos dos roles la amo demasiado aunque en ocasiones tengamos diferencias. ¡Nunca me faltes madre! Este triunfo es igual para ti.

A Kike por ser parte importante en mi vida, por apoyarme en las buenas y en las malas, sobretodo su paciencia y amor incondicional, él sabe lo mucho que lo admiro como ser humano y me encanta su forma de ser, aunque me enoje que sea olvidadizo. Enserio muchas gracias por ser parte de mi vida y ser parte de la tuya, esto es un triunfo para los dos, a continuar cosechando muchos más.

Recuerda todos los proyectos que tenemos aún nos faltan, el camino no será fácil pero con constancia y perseverancia se realizaran. Siempre que tengo un mal día sé que tu estas apoyándome y eso es lo que me motiva a no darme por vencida, por tus sabios consejos y por creer en mí cuando estoy a punto de rendirme, tengo mucho más que decir y no acabaría solo diré una cosa más “INFINITAS GRACIAS”.

Le agradezco a la Sra. Josefina Manzo y al Sr. Enrique Canto gracias por todo el apoyo que me brindan y por toda la confianza que me dan son unas personas muy valiosas en mi vida y gracias por sus consejos, nunca les he dicho que son un ejemplo de familia y algún día me encantaría llegar a tener una como la suya, son un ejemplo de padres siempre apoyando en todo momento los quiero mucho y admiro. No podía olvidar a Karen que se ha convertido en una hermana para mí y en un ejemplo te quiero.

A mi hermana Irsel la quiero mucho aunque ella sea una persona que no lo demuestre mucho, sé que también me quieres, gracias por estos años en la universidad hizo que nos acerquemos más y conocí muchas cosas de ti que ignoraba, jamás pensé que estudiaríamos juntas, te agradezco porque me ayudaste mucho siempre me regañabas cuando no quería hacer tarea porque estaba cansada por el trabajo y eso aunque no lo creas ayudo.

A la profesora Jacqueline Ganzo Olivares nuestra directora, le agradezco sus enseñanzas y conocimientos transmitidos, aprendí mucho y gracias por dirigir esta tesis, su apoyo, tiempo y dedicación.

A todos los profesores de la universidad gracias por la formación académica. Y a mis amigos y compañeros de fuera y dentro de la universidad gracias.

Nathalia de J. Herrera Cauich

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es una investigación llevada a cabo para analizar el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Chetumal y proponer un turismo de negocios para el lugar como una alternativa de desarrollo local. Se determinó que tipos de turistas son los potenciales, se detectó otros tipos y la oferta turística a plantear. Con la investigación también se consiguió percibir qué es lo que los ciudadanos, funcionarios públicos y privados opinan acerca de esta actividad turística que servirá como aportación para la mejora en la ciudad.

La metodología aplicada en la investigación es el modelo mixto, (cualitativo y cuantitativo), y una herramienta de evaluación a través de un diagnóstico que permitió identificar los atractivos potenciales y la realización de la propuesta.

El trabajo incluye cuatro capítulos los cuales comprenden:

El primer capítulo presenta la primera parte del diagnóstico turístico de Chetumal, incluye el análisis externo, la descripción del área de estudio, datos estadísticos, cifras de la actividad turística, economía y la participación de la ciudad referente a turismo, menciona la competencia con relación a otros destinos, la importancia del marco legal, normas y reglas en relación al turismo.

El segundo capítulo está conformado por la segunda parte del diagnóstico, contempla el análisis interno, muestra la oferta turística de Chetumal, describe los atractivos turísticos culturales, naturales, infraestructura, servicios con los que cuenta el sitio, vías de comunicación, así como la demanda y características de los visitantes de la ciudad.

El tercer capítulo describe la interpretación de los resultados de las encuestas, y se muestran las gráficas y porcentajes.

Finalmente en el cuarto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones que son los resultados de la investigación para la creación de la propuesta, así como la bibliografía consultada y algunos anexos que se consideramos de vital importancia.

JUSTIFICACIÓN

El turismo es una actividad económica que numerosos países con problemas económicos han adoptado como alternativa para su subsistencia, gracias a esta actividad, la belleza natural y cultural que poseen han sabido sobre llevar las crisis económicas de los tiempos actuales.

El turismo es una actividad importante para Quintana Roo, cuenta con el centro integralmente denominado Cancún que se creó en los 70's que en la actualidad es conocido a nivel mundial. Además de este importante destino turístico existen municipios y otros lugares que aún no son tan reconocidos y visitados por los turistas; tal vez porque no es el mismo tipo de turismo o la misma oferta, como el caso de Chetumal la capital del estado.

Se pretende realizar con la presente investigación, un análisis del turismo de negocios como complemento de la actividad económica para la ciudad de Chetumal, que tipo de turistas son los potenciales y si este turismo logra desarrollar otros tipos u ofertas turísticas para el beneficio económico del sitio.

También se logra analizar lo que los ciudadanos, funcionarios públicos y privados especulan acerca de esta actividad.

Los resultados obtenidos se analizan para generar una propuesta que ayude al posicionamiento de la ciudad; la revalorización de sus atractivos potenciales e integración de la participación social de funcionarios públicos, privados y sociedad.

Este proyecto de tesis además de ayudar a obtener el grado de licenciatura, permite reforzar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para mejorar académicamente y dar un paso más en nuestra formación personal; con esta investigación se propicia el uso de herramientas aprendidas que permitan distinguir problemáticas del entorno social, económico y natural para posteriormente generar conocimiento capaz de aportar soluciones o mejoras que sirvan al desarrollo local de la ciudad y la sociedad.

OBJETIVO GENERAL

Plantear el turismo de negocios para la ciudad de Chetumal como una alternativa de desarrollo local.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Distinguir la infraestructura, equipamiento, así como las potencialidades turísticas que posee la ciudad de Chetumal.
- Detectar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para el desarrollo de turismo de negocios.
- Interpretar la opinión de funcionarios públicos, los prestadores de servicios, los alumnos y maestros de turismo y ciudadanos sobre la actividad turística.
- Analizar al turismo de negocios como alternativa de desarrollo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Quintana Roo es un estado que se dedica a la actividad turística y genera cuantiosa derrama económica, aunque esta actividad está concentrada en la parte norte del estado, que es en donde hay uno de los centros turísticos más conocidos a nivel mundial “Cancún”; creada en los años setenta, desde entonces se ha invertido en este proyecto lo contrario al sur del estado.

En el municipio de Othón Pompeyo Blanco se tiene todo tipo de comercios, las comunidades, también cuentan con tiendas de diferentes giros que permiten el abasto de los consumidores. Actualmente no se ha encontrado la diversificación que se necesita para un desarrollo de la ciudad. Existen diversos proyectos y programas que no se han concretado. Se espera que se encuentren las bases para detonar el municipio para aprovechar con el potencial que se cuenta.

En Chetumal existe la actividad turística en menor flujo, se ha invertido en infraestructura, en proyectos para generar esta actividad, a pesar de lo mencionado con anterioridad no deja tanta derrama económica como en la parte norte del estado, en realidad, ¿Chetumal tiene vocación turística o no es necesaria esta actividad? tal vez por la diferencia del tipo de turismo que se logra captar; no es necesario estudiar turismo para darse cuenta que la parte sur de Quintana Roo no es igual que la del norte y que la mayor inversión se da en esa zona, mientras que la del sur carece de promoción.

Chetumal es la capital de Quintana Roo y es poco frecuentado a diferencia de otros destinos, esto se debe a que no es un destino de sol y playa como la zona norte.

La ciudad de Chetumal cuenta con infraestructura suficiente para desarrollar el turismo de negocios, al ser la capital muchos empresarios viajan para arreglar asuntos en las diferentes secretarías y para reuniones.

En este estudio se pretende analizar a la ciudad de Chetumal para saber qué tan estructurado está en la cuestión turística, como los funcionarios públicos o privados ven la actividad turística en esta zona ¿en realidad será viable la actividad turística para un desarrollo económico?

La ciudad tiene un potencial para el desarrollo turístico en el ámbito de turismo de negocios y gracias a ellos se puede vincular a otras ramas del turismo como el cultural, convenciones u otros, entonces ¿estas modalidades del turismo serán las que Chetumal necesita aprovechar para que se convierta en un destino turístico exitoso?

El turismo es una actividad que genera ingresos económicos en el lugar donde se realiza; y aunque en Chetumal el turismo no es su principal actividad se sabe que se le está dando impulso al sitio y que recibe ingresos de esta actividad.

Chetumal es una ciudad con atractivos naturales y culturales, sobre todo con gran historia lo que da paso a emprender un tipo de turismo específico.

Esta investigación pretende responder a estas y otras cuestiones y proponer que en esta ciudad se pueda desarrollar el turismo de negocios. ¿Chetumal tiene potencial para la actividad turística? ¿Qué opinan los funcionarios públicos, los prestadores de servicios, los alumnos y maestros de turismo sobre dicha actividad en Chetumal? ¿El turismo de negocios podría ser la principal actividad para el desarrollo y beneficio de Chetumal?

HIPÓTESIS

h1= En la ciudad de Chetumal se puede desarrollar el turismo de negocios

h2= En la ciudad de Chetumal no se puede desarrollar el turismo de negocios

METODOLOGÍA

La metodología seleccionada para el desarrollo del proyecto “turismo y economía: el discurso de las otredades sobre el desarrollo de Chetumal” se establecerá en el modelo mixto, (cualitativo y cuantitativo). Puesto que vamos a recabar información donde

necesitamos las palabras y opinión de las personas, la conducta observable del tema de estudio así como la recolección de información de datos específicos.

La herramienta a utilizar será el método de evaluación a través de la metodología descriptiva que propone varios puntos de cualquier investigación: las características del problema escogido, formulación de hipótesis, eligen los temas y las fuentes apropiados, seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos, establecen a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan manifestar las semejanzas, diferencias y relaciones significativas, describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos para obtener los resultados.

Las fases de la metodología descriptiva se describen a continuación.

Figura 1 Fases de la metodología



Fuente: Elaboración propia

Fase I Se realizara a través de un diagnóstico general donde se incluirá descripción del sitio, un análisis interno y externo turístico donde incluye infraestructura, equipamiento, atractivos turísticos, oferta y demanda turística, cifras y tendencias de la actividad turística a través de la recolección de información de fuentes confiables como secretaria de turismo, municipio y otras fuentes locales que recolectan información de la actividad turística en Chetumal.

Fase II Determinar el tipo de turista (demanda). Se realizara a través de recopilación de datos de fuentes confiables para conocer el perfil del turista.

Fase III Interpretar la opinión. Esta fase de investigación busca captar la opinión de funcionarios públicos, los prestadores de servicios, los alumnos y maestros de turismo y sociedad de lugar de estudio sobre la actividad turística se realizara una encuesta estructurada y posteriormente se analizaran los resultados.

Fase IV Diseñar una propuesta. En base los resultados de las fases anteriores se obtendrán una propuesta para el desarrollo de turismo de negocios en la ciudad de Chetumal.

CAPITULO I

CHETUMAL: EL PERFIL DEL ÁREA DE ESTUDIO: ANÁLISIS EXTERNO

En el primer capítulo se describe la fase I: el diagnóstico del sitio objetivo, la ciudad de Chetumal, la fase II: la determinación del tipo de turista que visita la ciudad (demanda), se aborda la descripción de cifras con relación a la actividad turística que se presenta a través de gráficas; aspectos como la descripción del área de estudio; la ubicación geográfica del sitio, la economía y participación en cuanto a turismo de la ciudad, el marco legal y prioridades en materia turística y muestra la competencia de Chetumal con otros destinos. Los aspectos mencionados integran el análisis externo del diagnóstico, describe la importancia de su elaboración para la investigación, muestra conceptos y lo interpreta con información de Chetumal.

El diagnóstico de Chetumal realizado en este primer capítulo es de gran ayuda para enriquecer la información acerca de la actividad turística.

1.1 Ubicación geográfica

Quintana Roo se sitúa en la parte oriental de la Península de Yucatán, México; entre los 21° 39' N y 17° 49' S latitud norte, y los 86° 42' E y 89° 24' O. Su extensión territorial es de 50,843 km². Limita al Norte con el Golfo de México, al Noroeste con el estado de Yucatán; al Sur con el país de Belice; al Sudoeste con el país de Guatemala; al Oeste con el estado de Campeche y al Este con el Mar Caribe con una longitud de 860 km de litoral. (INEGI, 2002 cit. By Ballesteros)

La ciudad de Chetumal capital del estado se definió como el área de estudio, se encuentra ubicada en el municipio de Othón Pompeyo Blanco, los antecedentes históricos de la ciudad según León, afirma que:

Los primeros españoles arriban a tierras mayas en 1511 como consecuencia de un naufragio entre los que se encontraban Gonzalo Guerrero y Jerónimo de Aguilar, quienes fueron hechos esclavos. Dos años después, Guerrero fue regalado al jefe supremo de

Chactemal donde se integró a la vida lugareña, llegando a ocupar el cargo de jefe militar y contrajo matrimonio con una mujer de la nobleza, Zazil-Ha a sus descendientes se les conoce como “Los Primeros Mestizos” por eso Chetumal es conocida como “La cuna del mestizaje” (2013, p.26).

1.2 Economía y participación

El Municipio de Othón Pompeyo Blanco cuenta con alrededor de 240 mil habitantes en el 2015, el 18.4% del total estatal, según informe de taller del “Programa de Desarrollo turístico” realizado por el municipio de Othón P. Blanco. El estudio menciona las tasas de crecimiento promedio son del 2% y se estima que al 2030 llegue a 334,100 habitantes, 94 mil más que los actuales. (Ver figura 2)

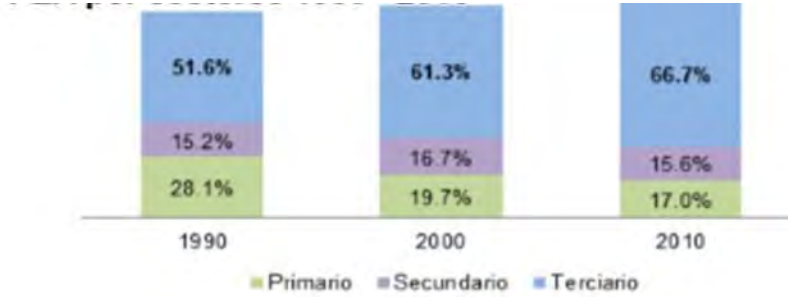
Figura 2 Crecimiento demográfico 2000-2013



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

El Municipio cuenta con un grado de marginación bajo, un nivel de desarrollo humano muy alto y un grado de intensidad migratoria muy bajo. (Ver Figura 3)

Figura 3 Población Económicamente activa



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

Según la Secretaría de Turismo y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2014) los servicios representan la principal fuente de empleo en Chetumal, destacando el comercio como los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas. (Ver Figura 4).

Figura 4 Participación en el total municipal 2014



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

1.3 Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico es fundamental llevarlo a cabo, sirve para obtener información que permita describir, tomar decisiones acerca del lugar, en este caso el diagnóstico servirá para tener un panorama general sobre la actividad turística.

Desde un enfoque físico- territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (Vera, 1997 cit. by Quijano, 2009)

Al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación. (Quijano, 2009:11)

Para realizar el diagnóstico turístico de Chetumal fue necesario recabar información disponible sobre el área de estudio, investigar y consultar fuentes que tengan datos actuales sobre la actividad turística, al igual que la realización del trabajo de campo, el levantamiento de información correspondiente del lugar de estudio.

El diagnóstico interesa para tres propósitos concretos según Quijano, (2009):

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (p.11)

Según el Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal elaborado por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI, 2004) un diagnóstico del municipio implica el conocimiento de sus condiciones reales, para realizarlo es necesario recoger el máximo de información disponible, de dos tipos sobre nuestro municipio y sobre lo que nos rodea. Y en un espacio turístico confluyen elementos internos y externos, los internos corresponden a las características del municipio: su patrimonio natural, cultural, historia, infraestructura, equipamiento, servicios, entre otros y en los elementos externos, son las condiciones del entorno que nos sirve de referencia, tales como el turismo estatal, regional y nacional, para posteriormente se organice con el propósito de realizar una lista sobre puntos fuertes y débiles, es decir un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) en este primer capítulo se expresa a continuación.

1.3.1 Análisis externo

El análisis externo es el marco de referencia general que consiste en describir el entorno turístico de Chetumal; la manera cómo está posicionada a nivel nacional, estatal y

municipal, el cual muestra cifras de la llegada de turistas, que buscan, que lugares visitan, sus preferencias, si son turistas nacionales o extranjeros, la competencia con otros destinos y en el marco de legislación que rigen el turismo en cuanto a medio ambiente, urbanismo, entre otros.

Según informes recabados del Plan de Desarrollo Turístico Nacional (PDTN) 2013-2016, donde se obtuvieron datos generales del turismo en México a nivel mundial de organizaciones como: Organización Mundial del Turismo (OMT), El Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index), la Cuenta Satélite del Turismo en México, El Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (Datatur) entre otros informes anuales mencionan:

El turismo internacional que arribó a México durante los primeros seis meses de 2012 arrojó los siguientes resultados:

Los visitantes internacionales que ingresaron al país sumaron 38.2 millones, de los cuales, la llegada de visitantes internacionales vía aérea ascendió a 5.8 millones de personas, procedentes principalmente de Estados Unidos de América (55.5%), Canadá (17.4%), y Europa y Asia (15.6%).

11.7 millones fueron turistas internacionales que pernoctaron al menos una noche en el interior o en la franja fronteriza de México y 26.5 millones excursionistas sin pernoctar.

En Quintana Roo en el periodo de enero a junio del año 2014 recibió 4 millones 865 mil 642 turistas, de los cuales fueron un millón 372 mil 161 turistas nacionales y 3 millones 439 mil 481 extranjeros. (SEDETUR, 2014) El origen de los turistas es de Canadá, Australia, Estados Unidos y Alemania porque buscan destinos de Sol y Playa: Riviera Maya y Cancún.

La ciudad de Chetumal recibió de enero a diciembre en el 2015 472,364 turistas de los cuales el gasto promedio fue de \$120.00 pesos, la derrama fue de \$4.22 MDD y la estadía promedio fue de 1.1 días.

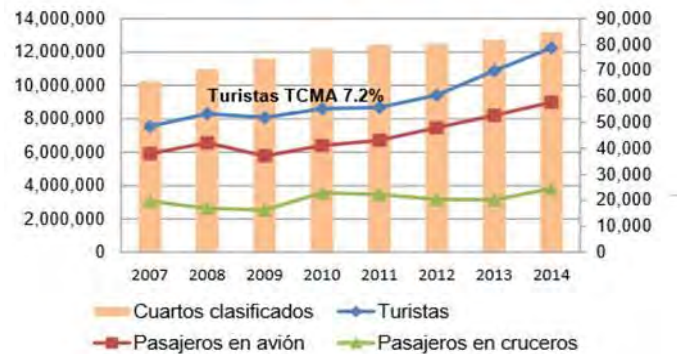
Chetumal es un destino turístico diferenciado, en el que los turistas buscan nuevas experiencias como; cultura, aventura y el contacto con la naturaleza.

1.3.2 Cifras del turismo

A pesar de sus recursos turísticos, el municipio de Othón P. Blanco, participa de manera marginal en la actividad turística de la entidad, sin embargo Quintana Roo es el estado con mayor dinamismo turístico en el país.

En el año 2014 un estudio realizado por SECTUR, arroja que el total de turistas que arribaron a Quintana Roo fue de 12.3 millones de turistas, de los cuales 3.8 millones de pasajeros viajó en cruceros, 9.0 millones de pasajeros lo hicieron por la vía aérea, en cuanto al alojamiento se tuvo 82,600 cuartos clasificados. (Ver figura 5)

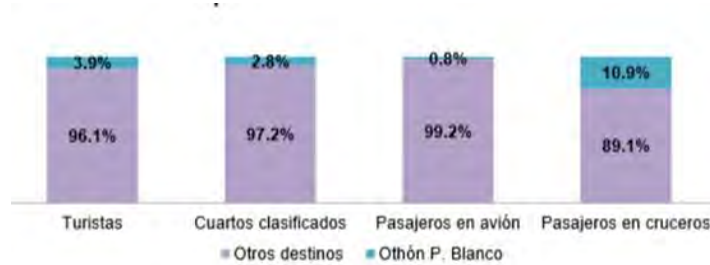
Figura 5 Quintana Roo y dinamismo turístico



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco (2014) SECTUR

En el municipio de Othón P. Blanco la llegada de turistas es de 3.9%, los cuartos clasificados son de 2.8%, mientras que el 0.8% de los pasajeros son los que arriban al lugar por la vía aérea y el 10.9% a través de cruceros. Según datos obtenidos del Programa de Desarrollo Turístico Municipal (PDTM) 2014. (Ver figura 6).

Figura 6 Participación de Othón P. Blanco 2014



Fuente: programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco (2014).
SECTUR

En el 2013 el municipio contaba con 113 establecimientos de los cuales el 8% eran de 4 y 5 estrellas, el 68.1% era de 1 a 3 estrellas; en el cual se concentraba el 63.7% de alojamiento. (Ver figura 7).

Figura 7 Establecimientos de hospedaje por categoría 2007- 2013



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014) SECTUR

El municipio contaba con 2599 cuartos en el año 2013, los cuales el 27.4 % eran de 4 y 5 estrellas, el 62.8% de 1 a 3 estrellas y se concentraba el 85.2% de unidades de alojamiento. (PDTM de Othón P. Blanco 2014) (Véase figura 8 y 9)

Figura 8 Cuartos de hospedaje por destino 2007-2013



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico Del Municipio de Othón P. Blanco. (2014)
SECTUR

Figura 9 Cuartos de Hospedaje por categoría 2007- 2013



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014)
SECTUR

La actividad turística del municipio de Othón P. Blanco contaba para el 2007 con 1.8 millones de visitantes y en 2014 con 1.4 millones de visitantes, del cual en los últimos siete años hubo una disminución de 373,600 visitantes según un estudio que realizó la SECTUR. La cifra de turistas que dejaron de llegar es de -34,800, mientras que en los cruceros fue de -158,700 y los visitantes de Belice se redujeron en -180,000 (Ver figura 10).

Figura 10 Visitantes al municipio 2007- 2014 (miles)



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

En el 2014, el municipio recibía 478,059 mil de turistas (33.4%), 415,367 pasajeros de cruceros (29.0%) y 538,209 visitantes de Belice (37.6). (Ver figura 11).

Figura 11 Visitantes al municipio 2014



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014) SECTUR

La actividad turística de Chetumal en el año 2014 según el hospedaje clasificado fue de 1798 cuartos, el 21% de 4 estrellas (371 cuartos) y 27% de 3 estrellas. La ocupación anual era de 37.3% que en comparación con 2013 fue de 35.8% el cual nos muestra que subió 1.5% y tuvo un aumento de 242 cuartos en los últimos siete años (Ver figura 12, 13 y 14)

Figura 12: Cuartos clasificados por categoría 2007- 2013



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014) SECTUR

Figura 13 Ocupación 2014

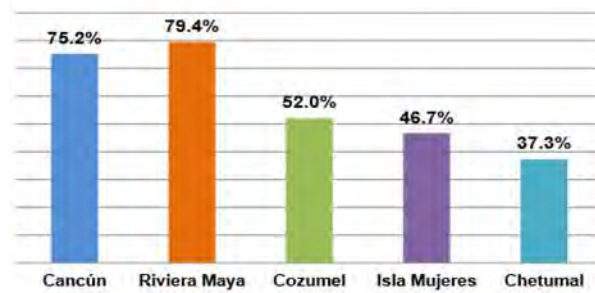
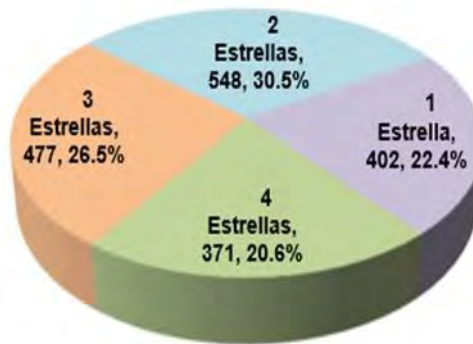


Figura 13 Ocupación 2014. Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014) SECTUR

Figura 14 Cuartos clasificados por categoría 2014



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco.(2014) SECTUR

1.3.3 Marco legal y prioridades en materia turística

Según el autor Chávez (2008) en su publicación Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México menciona sobre los puntos importantes a considerar en la actividad turística entre sus líneas nos resume que:

Hoy en día, el turismo se debe basar en la herencia cultural y en el potencial del destino para el desarrollo de las comunidades más necesitadas y crear nuevas formas de turismo.

Las políticas relacionadas al turismo deberán estar cuidadosamente diseñadas para operar con una infraestructura que sea conductiva para el sector turístico.

Los hacedores de políticas públicas tienen que situar la atención en la elaboración y diseño de las mismas, las decisiones no solo deberán estar en manos del gobierno, también, deberán ser llevadas hacia los gobiernos regionales, lo que posibilitará llevar en práctica políticas coordinadas del sector turismo, destinadas a mejorar la oferta, modernizar la infraestructura y promocionar las posibles atracciones, así como a la importancia de preservar el medio ambiente para mantener la competitividad de los destinos turísticos, al igual que la creación de estrategias y metas que contribuyan al desarrollo turístico de cualquier lugar. (Chávez, 2008)

A continuación se presenta la legislación de normas y la reglamentación que apoya al buen funcionamiento de la actividad turística nacional, regional o local.

Con frecuencia las leyes no son tan rígidas como parecen, en algunos casos, tan sólo se trata de un problema de falta de conocimiento o atención, por ello, es fundamental estudiar

a fondo las disposiciones que afecten las competencias del municipio y la planificación del territorio municipal en su conjunto.

Legislación federal

- Ley General de Turismo
- Reglamento de la Ley General de Turismo
- Acuerdos de coordinación para la descentralización de funciones que realiza la Secretaria de Turismo
- Ley de adquisiciones, arrendamientos y servicios del sector público
- Ley de la propiedad industrial y su reglamento
- Política pública de cruceros en México.

Normas oficiales mexicanas

Son herramientas de calidad, protección, seguridad e información importante para los turistas que visitan México, los empresarios o trabajadores deben asumir y adoptar estas herramientas para ofertar un mejor servicio o producto a los turistas. Son un conjunto de leyes cuyo objetivo es asegurar el estándar de calidad que los empresarios brindan hacia el turismo. A continuación se describen algunas normas:

- NOM-06-TUR-2000, Requisitos mínimos de seguridad e higiene que debe cumplir los prestadores de campamentos y paradores de casas rodantes.
- NOM-10-TUR-2001, De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios con los usuarios-turistas.
- NOM-11.TUR-2001, Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios Turísticos de Aventura.
- NOM-07-TUR-2002, De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios.
- NOM-08-TUR-2002, Que establece los elementos a que debe sujetarse los guías generales y especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural.
- NOM-09-TUR-2002, Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas.

- NOM-01-TUR-2002, De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, alimentos y bebidas y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.
- NOM-05-TUR-2003, Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse los operadores de buceo para garantizar la presentación del servicio.
- NOM-06-SCT4-2006, Especificadores que deben cumplir los chalecos salvavidas.

Legislación estatal

- Ley estatal de turismo
- Reglamento de la ley estatal de turismo
- Ley que establece a las normas a que se sujetan los contratos celebrados en el régimen de tiempo compartido turístico del estado de Quintana Roo
- Ley de planeación para el desarrollo del estado de Quintana Roo
- Ley de adquisiciones. Arrendamientos y prestación de Servicios relacionados con Bienes Muebles del estado de Quintana Roo
- Código civil del estado
- Ley de municipios del estado.

Las leyes principales: Ley General del Turismo

La Secretaría de Turismo es una institución que facilita la actividad dentro del país, verifica que los establecimientos tanto de hospedaje, agencias de viaje, restaurantes proporcionen un buen servicio y cumplan con los estándares de calidad para que los turistas tengan una buena estancia.

Los órganos estatales y municipales se encargan de elaborar y llevar a cabo programas de desarrollo a los establecimientos turísticos para una mayor satisfacción en el cliente, por medio de promociones turísticas las cuales se realizan por el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México).

Reglamento de la Ley General del Turismo

Este reglamento básicamente está basado en las actividades que cada uno de los oferentes de la actividad turística tiene que realizar, es de observancia general y obligatoria para los prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros.

1.3.4 Competencia

Un municipio turístico compite frente a otros municipios de su entorno para atraer el mayor número de visitantes, esto es lo que se llama “Competencia” esta información, es útil para indicar la importancia de cuidar a los turistas que nos eligen como destino turístico (SECTUR, 2004)

Según informe en el periódico El Economista (2014) sobre la ciudad de Chetumal el Presidente Municipal Eduardo Espinoza Abuxapqui comenta que la ciudad es un complemento no competencia con diferencia de la zona norte:

“El turismo extranjero llega de Cancún y Playa del Carmen a Chetumal, conocen las zonas arqueológicas y la ciudad, pero se regresan el mismo día, por lo que si los tour operadores consideran nuestra oferta turística, sin duda habrá una mayor derrama económica al municipio”

También menciona que lo mismo ocurre con el turismo de Belice, de donde, en promedio, llegan 2,400 personas todos los días, pero es un turismo de consumo.¹

El turismo es considerado como no solo por el presidente municipal sino también por todos los empresarios de Chetumal, como un turismo de paso y es un método que ha funcionado para que la ciudad reciba turismo, porque en la ciudad pueden visitar las zonas arqueológicas cercanas, museos, monumentos, entre otras. Las *tour* operadoras ofrecen diferentes paquetes y consideran en hospedar a los turistas dos o tres días en la ciudad y de este modo los empresarios puedan brindar sus servicios y los turistas conocer los sitios de mayor importancia de Chetumal.

¹ <http://eleconomista.com.mx/estados/2014/05/28/chetumal-busca-abrirse-paso-turismo-cultural>

Cuba como competidor para Quintana Roo

Hoy en día Cuba cuenta con una infraestructura para recibir a 3 millones de turistas cada año. Una cifra pequeña si la comparamos con los casi 11 millones de visitantes extranjeros que llegan al estado de Quintana Roo.

En 2014 aumentó a 5 millones el número de turistas nacionales, quienes, al igual que los extranjeros, han abandonado destinos como Acapulco a raíz de la ola de violencia.²

El restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre Cuba y Estados Unidos, así como la paulatina apertura económica que se está dando entre ambos países contribuye a que los estadounidenses tengan más oportunidad de ir a conocer el lugar y de esta manera dejan de visitar el Estado de Quintana Roo.

Comparativo Othón P. Blanco con otros destinos 2014

En el 2014 el Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco realizó una investigación donde se compara a Chetumal con otros destinos de la República Mexicana, es importante mencionar las cifras que muestran el progreso de llegadas de turistas, Chetumal tiene potencial y es un destino que es visitado con más frecuencia a comparación que otros estados del país. En llegada de turistas, Chetumal se encuentra por arriba de reconocidos destinos como: Bahías de Huatulco, Campeche, La Paz, San Miguel de Allende (ver figura 15)

² <http://www.forbes.com.mx/cuba-competencia-para-cancun/>

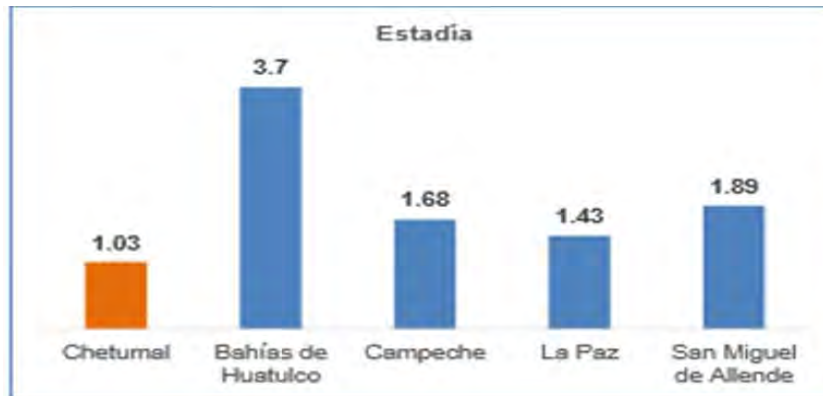
Figura 15 Comparación de llegada de turistas con otros destinos



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

Se puede observar que Chetumal presenta una baja estadía del 1.03 mientras que en Bahías Huatulco es alta la estadía con 3.7 (Ver figura 16).

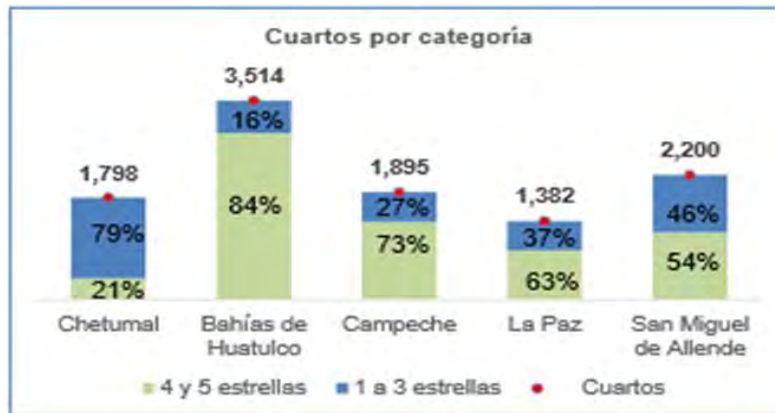
Figura 16 Comparación de estadía con otros destinos



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

En oferta de alojamiento Chetumal registra poca oferta de categorías superiores con una baja ocupación. (Ver figura 17 y 18)

Figura 17 Cuartos por categoría en comparación con otros destinos



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

Figura 18 Ocupación de Chetumal en comparación con otros destinos.



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

En pasajeros de cruceros Mahahual supera la llegada de varios puertos consolidados. (Ver figura 19)

Figura 19 Pasajeros de crucero de Chetumal en comparación con otros destinos



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othón P. Blanco. (2014) SECTUR

En este capítulo se realizó un análisis externo de la ciudad de Chetumal, donde se puede observar antecedentes en cuanto al ámbito turístico, algunos datos de llegadas al lugar y el potencial con el que cuenta.

En este capítulo se mostraron gráficas e información de turismo en cuanto a cifras de llegadas, hoteles, categorías de los últimos siete años 2007-2014 y la competencia que tiene con otros estados y países como Cuba.

Se recabó información de sitios oficiales como (SECTUR) y el municipio de turismo, la ciudad de Chetumal está diferenciada de otros lugares y como ya se vio en esta información la ciudad sí tiene potencial para la actividad turística.

CAPITULO II

CHETUMAL, EL PERFIL DEL ÁREA DE ESTUDIO: ANÁLISIS INTERNO

En el segundo capítulo se describe el perfil del área de estudio de Chetumal, de acuerdo al análisis interno, comprende la oferta turística de la ciudad como son: zonas arqueológicas, atractivos naturales y culturales, infraestructura y servicios con los que cuenta el sitio, para recibir al turista.

Se realizó un inventario de monumentos históricos, sitios naturales, iglesias, estadios y lugares deportivos, y por ultimo celebraciones y festividades de la ciudad, información contenida en el apartado de anexos.

2.1 Análisis interno

El análisis determina el potencial que manifiesta la ciudad, los lugares que son importantes, se elabora un inventario de monumentos sobresalientes del sitio, se analizó el tipo de oferta que se ofrece y los turistas potenciales. Se consideran las vías de comunicación terrestre, marítima y aérea, los servicios con los que cuenta es de vital importancia para la actividad turística.

En el análisis interno se pretende recopilar información de los recursos turísticos naturales y culturales así como el equipamiento e infraestructura de apoyo para la actividad turística. (Boullon, 2012).

Los recursos turísticos que motivan el desplazamiento del turista son:

- Sitios naturales; esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- Manifestaciones culturales; se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) que representan por ello una atracción en sí mismos.
- Folclor; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan sintetizan el carácter único diferente del país, región o pueblo.

- Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

La infraestructura básica es el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país que el turismo utiliza para impulsar la actividad. Entre estos encontramos: rutas de acceso: terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, comunicaciones, abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, entre otros. Equipamiento urbano, comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

2.2 Oferta Turística

Según el Programa de Desarrollo Turístico de Othón P. Blanco (PDT) Estado de Quintana Roo a partir de septiembre de 2014 el Municipio cuenta con un conjunto de atractivos propios del Caribe Mexicano que los hacen atrayentes para distintos segmentos turísticos, a continuación se mencionan:

- Turismo de Sol y Playa: Buceo en Costa Maya y Banco Chinchorro.
- Turismo Cultural: Zonas arqueológicas, Museos, Planetario, Corredor escultórico, Artesanías y gastronomía regional, Ferias festivas e internacionales.
- Turismo de Naturaleza-Aventura: Santuario del Manatí, Laguna Bacalar y Ribera del Río Hondo
- Turismo de Negocios Compras: Centro Internacional de Negocios y Convenciones, Zona libre en Belice
- Turismo Deportivo: Torneos de pesca y Maratón

Se requiere generar productos que los diferencien de los destinos del norte de la entidad.

Figura 20 Mapa de turismo sol y playa y turismo cultural de Chetumal



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico Municipal (PDTM) 2014.

La figura 20 muestra que el municipio es un destino diversificado, cuenta con varios sitios naturales como lagunas, playas, ríos (ovalo azul) y zonas arqueológicas (ovalo naranja), entre otros, por esa gran variedad se puede ofertar diferentes tipos de turismo como: cultural, sustentable y sol y playa.

Figura 21 Mapa de turismo naturaleza- aventura, turismo de negocios -compras y turismo deportivo



Fuente: Programa de Desarrollo Turístico Municipal (PDTM) 2014.

En la figura 21 se muestra los sitios de turismo de naturaleza, (ovalo verdes) de negocios y deportivo (ovalo morado) esto se debe a la diversificación que existe en la ciudad.

2.2.1 Atractivos turísticos de Chetumal

Chetumal proviene de vocablo Ch'aak Temal: Chactemal que en lengua maya significa “el lugar donde crecen los arboles rojos”, es una ciudad tranquila cuenta con servicios e infraestructura para recibir turismo, además cuenta con gran riqueza histórica y cultural.

En este apartado mencionamos los atractivos turísticos naturales y culturales, monumentos y sitios más importantes de la ciudad de Chetumal, estos forman parte de la oferta turística del sitio. (Ver anexos)

2.2.2 Zonas Arqueológicas

Las zonas arqueológicas son lugares donde se encuentran monumentos u objetos de tiempos pasados, que para la actividad turística tienen un gran valor porque permite a los turistas tener idea y comprender de cómo era la civilización de esa época. Se mencionan los principales sitios arqueológicos: Konhinlich, Dzibanché-Kinichná, Oxtankah y Chacchoben. La ciudad de Chetumal tiene varias zonas arqueológicas cercanas (Ver anexos)

2.2.3 Monumentos Históricos

Los monumentos son estructuras que recuerda a algún personaje o acontecimiento, en Chetumal se encuentran representaciones de personajes célebres o bien, para recordar eventos que de alguna manera han “marcado” a este municipio, los hay de todas formas, tamaños, materiales y colores, cada uno tiene una historia que contar., en los que sobresalen: monumento a la Bandera, monumento a la cuna del Mestizaje, mural del Congreso, monumento del Renacimiento, monumento al pescador, entre otros.

Se realizó una recopilación de los monumentos de la ciudad. (Ver anexos).

2.3 Servicios e Infraestructura

Los servicios turísticos son de gran importancia para la actividad turística, si no existen deberán crearse, lo que el turista debe encontrar a su llegada es:

- Información: sobre el sitio que visita y los servicios a su disposición
- Medios de transporte: para desplazarse

- Señalización: para orientarse.

Y durante su estancia, requiere:

- Alojamiento.
- Restaurantes.
- Agencias de viajes.
- Instalaciones deportivas.
- Comercios.
- Transportes.
- Servicios bancarios.

Alojamiento en Chetumal 2014 según el Compendio Estadístico del Turismo en México, (SECTUR, 2014)

- 1.798 cuartos de alojamiento clasificado
- El 21% de 4 estrellas y 27% de 3 estrellas
- Promedio de ocupación anual 37.3% (35.8% en 2013)
- Densidad 1.9 turistas por cuarto 242 nuevos cuartos en los últimos 7 años

A continuación se presenta el número de hoteles que existen en el municipio de Othón P. Blanco y habitaciones con que cuenta cada sitio. (Ver tabla)

DESTINO 2015		
AÑO 2015	HOTELES	NUMERO DE HABITACIONES
CHETUMAL	72	2,214
CALDERITAS		
MAHAHUAL	39	343
XCALAK		
KOHUNLICH	2	42
SANTA ELENA		

HUAY PIX		
XUL HA		
RIBERA RIO HONDO		
OTROS		
TOTAL	113	2,599

Figura 22 Número de hoteles y número de habitaciones. Fuente: Dirección de Turismo de Othón P. Blanco.

En el siguiente cuadro se muestra el nombre de cada hotel registrado en la ciudad de Chetumal, la ubicación y el número de habitaciones disponibles por hotel.

NOMBRE DEL HOTEL	DIRECCIÓN	NÚMERO DE HABITACIONES
HOTEL FIESTA INN	AV. ÁLVARO OBREGÓN # 229	131
HOTEL CAPITAL PLAZA	AV. HEROES NO. 171 A	85
HOTEL CASA BLANCA	AV. ALVARO OBREGON #132 ENTRE EMILIANO ZAPATA Y RAFAEL E. MELGAR	81
HOTEL LOS COCOS	AV. HEROES #134 COL. CENTRO	137
MARLON JUAREZ	AV. JUAREZ NO. 87 ENTRE ZARAGOZA Y PLUTARCO E. CALLES	50
SUITE ARGES	AV. LAZARO CARDENAS #212 COL. CENTRO	89
HOTEL PRINCIPE	AV. HEROES #326	79
HACIENDA CAMPESTRE	AV. CENTENARIO NO. 680	36
HOTEL GHANDI	MAHATMA GHANDI #166	33

HOTEL GRAN MARLON	AV. JUAREZ #88 ENTRE PLUTARCO E. CALLES E IGNACIO Z.	34
CARIBE PRINCESS	AV. ALVARO OBREGON #168	54
HOTEL JULIETTE	AV. HEROES NO. 169	32
HOTEL VILLANUEVA	CARMEN OCHOA DE MERINO NO. 16	73
HOTEL NOOR	AV. MORELOS # 3 ESQ. BOULEVARD BAHIA	35

Figuran 23 Principales hoteles de Chetumal. Fuente: Dirección de Turismo de Othón P. Blanco

También se presenta un cuadro con los servicios turísticos como por ejemplo de agencias de viaje, tour operadoras, entre otros y la cantidad que existen de cada uno de ellos.

SERVICIO	CANTIDAD
Agencias de Viaje	12
Tour Operadores	6
Grupos y Convenciones	6
Transporte Aéreo	1 o 3 diarios a México
Restaurantes	93
Oficinas de Migración	1
Operadores de Buceo y Snorkel	11

Figura 24 Servicios turísticos de Chetumal. Fuente: Dirección de Turismo de Othón P. Blanco

La infraestructura

La infraestructura es un conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado, debe estar a disposición de todas las personas que integran una comunidad, sean residentes o visitantes, su función básica es satisfacer las necesidades de la comunidad.

Entre las necesidades que se deben cubrir son: salud, educación, recreación, accesibilidad, agua, electricidad, saneamiento, entre otras.

2.3.1 Vías de Comunicación

Existen dos carreteras principales en el municipio: ambas son de dos carriles, una que enlaza con el Estado de Campeche por el sur y otra que da acceso hacia el norte del Estado vía el municipio de Felipe Carrillo Puerto, a partir de Tulum corre paralela a la costa.

Otras carreteras importantes son: la paralela al Río Hondo hasta la frontera con Belice y la carretera Cafetal–Mahahual que comunica al litoral del Mar Caribe. El total de las comunidades mayores de 50 habitantes cuentan con caminos de acceso.

El municipio cuenta con un aeropuerto internacional y cuatro aeropistas localizadas en diversos centros de interés turístico: Kohunlich, Xcalak, Mahahual y Pultikú. También hay una central camionera en la ciudad de Chetumal que comunica con el resto de la Península y el país, una central para autobuses que realizan el transporte al interior de la ciudad y otra hacia Belice que se encuentra en el mercado.

Para la comunicación se cuenta con una terminal en Chetumal, con instalaciones para el atraque de transbordadores y un muelle fiscal.

La Terminal La Aguada, actualmente en desuso, se ubica en la Bahía de Chetumal, cerca del poblado Xcalak, al cual se comunica por un camino de terracería; está equipada con un muelle para ferris.

El propio poblado de Xcalak cuenta con un muelle para embarcaciones menores. Al norte de Xcalak, en la comunidad de Mahahual, hay un muelle de pescadores que se encuentra en obras de reconstrucción y ampliación. El principal muelle del municipio es el de la Terminal de Cruceros Costa Maya, al norte de Mahahual, diseñado para recibir todo tipo de cruceros y permitir el atraque simultáneo de hasta tres naves del tipo "Eagle Class". Es el puerto en desarrollo con el mayor pronóstico mundial de arribos.

Se dispone de servicio telefónico particular en las localidades de mayor número de habitantes, así como de telefonía celular y localizadores. Para las localidades rurales existe el servicio de telefonía por caseta. El servicio postal se presta a través de 3 Administraciones en Chetumal, Bacalar y Nicolás Bravo, 6 Sucursales, 13 Agencias y

buzones en 7 localidades. El servicio telegráfico se tiene en Chetumal, Bacalar, Xcalak y Nicolás Bravo.

2.4 Demanda turística: Características de los visitantes

La demanda turística como el conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, o están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta. (Martínez Roget y De Miguel Domínguez, 2000 cit. by Madrazo, 2011)

A continuación se describe las características de los visitantes a Chetumal el número de visitantes en el municipio, motivos de viaje, procedencias, días de permanencia, lugar de estadía, gastos realizados, tipos de consumo (estadísticas).

En el 2008 el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) realizó un estudio para evaluar de manera consistente la competitividad de la ciudad de Chetumal, a través de las satisfacción de sus turistas y caracterizarlos de acuerdo a sus variables socio demográficas y de hábitos de viaje como herramientas para la planeación, fomento y desarrollo de productos turísticos en el destino donde se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 80% de los turistas son hombres.
- En promedio, los turistas pernoctaron 5 noches en la Ciudad Chetumal.
- La edad promedio de los turistas es de 34 años.
- El 79% de los turistas cuenta con preparación universitaria.
- El 48% de los turistas son empleados.
- Sólo el 1% pertenece al segmento de Turismo de retirados.
- El 29% de los turistas nacionales proceden del Distrito Federal y el 4% de los turistas internacionales, proceden de Belice.
- En promedio, los grupos de viaje estén conformados por 2 personas.
- Los negocios individuales es la razón principal para visitar al destino (37%) y en segundo lugar es para visitar a familiares y amigos (26%).
- El 59% de los turistas se hospedan en hotel y el 29% en casa de familiares y/o amigos.
- El 86% de los turistas gana más de 6,500 pesos al mes.

- El 28% de la gente recuerda haber visto publicidad del destino por Internet.
- Sólo el 20% de los turistas han visitado la Ciudad por primera vez y el 34% son visitantes frecuentes.
- El 25% manifestó haber visitado otras ciudades en este viaje.
- El tiempo de anticipación para planear el viaje fue menos de 1 semana (46%). Solamente el 4% de los turistas compró un paquete.
- El 52% de los turistas manifestaron haber seleccionado el destino por Internet y por recomendación de familiares y amigos.
- El 49% de los turistas manifestaron que el viaje valió lo que gastaron.
- La fortaleza, que identifican los turistas que visitaron el destino es ir de compras.
- El 60% de los turistas Sí regresarían al destino y el 56% Sí recomendarían el destino.
- Los segmentos mejor evaluados fueron la hospitalidad de los residentes y el peor fue el transporte público.

En este segundo capítulo se abordó el análisis interno de Chetumal donde se dio a conocer las importantes zonas arqueológicas, sus atractivos naturales y culturales, la infraestructura y servicios con los que cuenta el lugar para recibir al turista y el tipo de demanda existente. Se puede notar que la ciudad tiene gran variedad de recursos que son atractivos para los turistas que visitan la ciudad.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.1 Metodología

Para conocer la opinión de la actividad turística de Chetumal se requirió de la elaboración de técnicas de investigación, la cual consistió en una encuesta estructurada aplicada a personas que viven y conocen la ciudad como son funcionarios públicos, privados y sociedad.

La herramienta utilizada para obtener esta información, se presenta a continuación.

3.1.1 Población

Una población es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema de investigación de mercados (Malhotra, 2014, pág. 314 cit. By David Dzul, 2011).

Para el estudio de este caso la población está formada por funcionarios públicos y privados y sociedad de la ciudad de Chetumal.

3.1.2 Tamaño de la muestra

Para Malhotra (2014, pág. 314) una muestra “es un subgrupo de población seleccionado para participar en el estudio. Las características de la muestra llamada estadística, se utilizan para hacer deducciones acerca de los parámetros de la población. Las deducciones que vinculan características de muestra y parámetros de población son procedimientos de cálculo y pruebas de hipótesis”

Para conocer el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones infinitas:

$$n = \frac{p q Z^2}{e^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de ocurrencia de un evento

$q = 1 - p$ (ajuste de probabilidad de ocurrencia a la población total de que ocurra un evento “1”)

z = nivel de confianza

e = grado de error estadístico

Entonces, el tamaño de la muestra para el estudio de la actividad turística de Chetumal, es la siguiente:

$$n = \frac{(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(0.08)^2}$$

$n = 150$

Esto indica, que se encuestaron a 150 personas.

3.1.3 Diseño de la encuesta

Para el diseño se utilizó la herramienta de encuesta que está estructurado para obtener información específica.

La encuesta está conformada por 32 preguntas de opción múltiple. El cuestionario contiene algunas preguntas elaboradas de una investigación relacionadas con la competitividad turística elaborada por el Tecnológico Nacional de México y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y otras preguntas de elaboración propia aplicadas a la ciudad de Chetumal. La escala de las preguntas se componen de 6 categorías: completamente en desacuerdo, bastante en desacuerdo, algo en desacuerdo, algo de acuerdo, bastante de acuerdo y completamente de acuerdo.

3.1.4 Aplicación de encuesta piloto.

Previo a la aplicación de encuesta final se realizaron 10 encuestas piloto, las encuestas se realizaron vía internet a través de un programa que facilito la llegada de la encuesta a los encuestados (Formulario google) debido a la especificidad de la encuesta.

Dichas encuestas se aplicaron para determinar la claridad, especificidad y comprensión de las preguntas, las categorías de las respuestas eran idóneas y el tiempo en que contestaban el cuestionario. Posteriormente se realizaron las correcciones de las preguntas incomprensibles, para aplicar finalmente las encuestas.

3.1.5 Aplicación de las encuestas

Las encuestas fueron aplicadas la última semana de 24 al 30 de abril se logró aplicar el total de 140 encuestas. Cabe mencionar que el tamaño de la muestra señala que el número de encuestas es de 150.

3.1.6 Captura de información

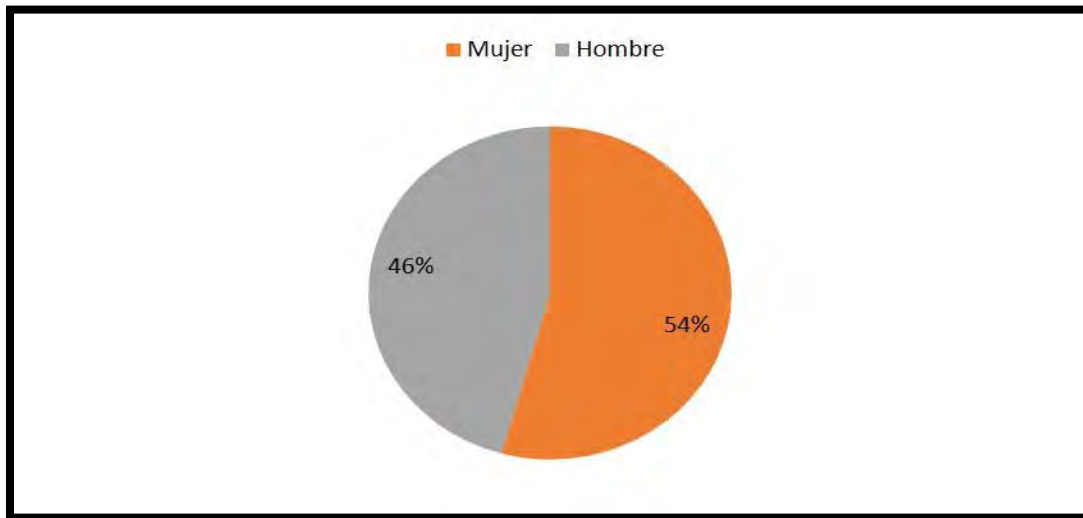
El medio utilizado donde se aplicaron las encuestas formulario google, facilito la captura de la información, con el cual se creó y se almaceno una base de datos que permitió clasificar la información para facilitar la interpretación y análisis de los datos obtenidos.

3.2 Análisis de la información

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre las diversas opiniones vertidas acerca de la actividad turística en Chetumal.

En la gráfica 1, se puede observar que el 54% de los entrevistados pertenecen al género femenino, el 46% restante al género masculino.

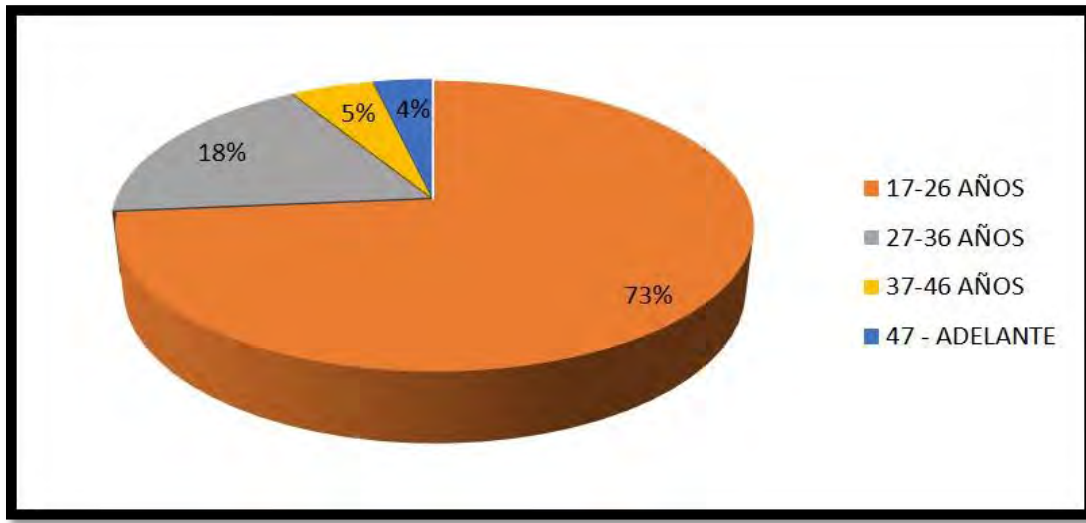
Gráfica 1 Sexo del entrevistado



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica 2, el 73 % de los entrevistados tienen edades entre 17 y 26 años, seguido con un 18% entre 27 y 36 años, con un 5% en edades entre 37-46 años y 47 años en adelante el 4%.

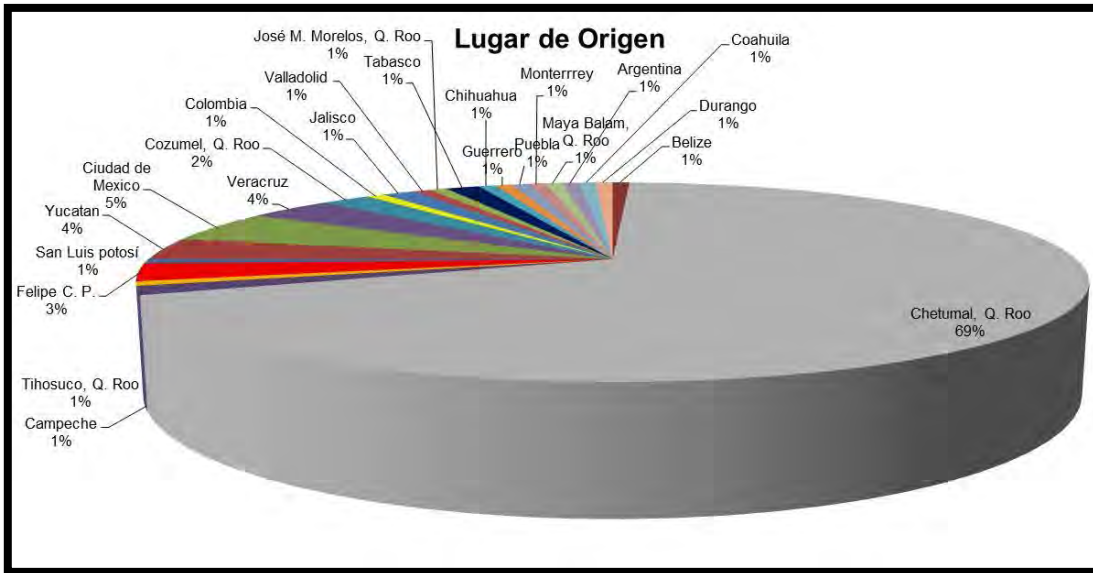
Gráfica 2 Edad del entrevistado



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 3 se muestra que hay gran diversidad en cuanto al lugar de origen de los entrevistados, el 69% son residentes de Chetumal, el 5% son de la Ciudad de México, 4% son de Yucatán y Veracruz, el 3% Felipe Carrillo Puerto, el 2% de Cozumel y el 1% de diferentes lugares de la república mexicana como: Campeche, Tihosuco, San Luis Potosí, Jalisco, Tabasco, Monterrey, Durango, Puebla, Guerrero, Valladolid, Chihuahua, demás respondieron personas originarios de otros países (Colombia, Argentina y Belice).

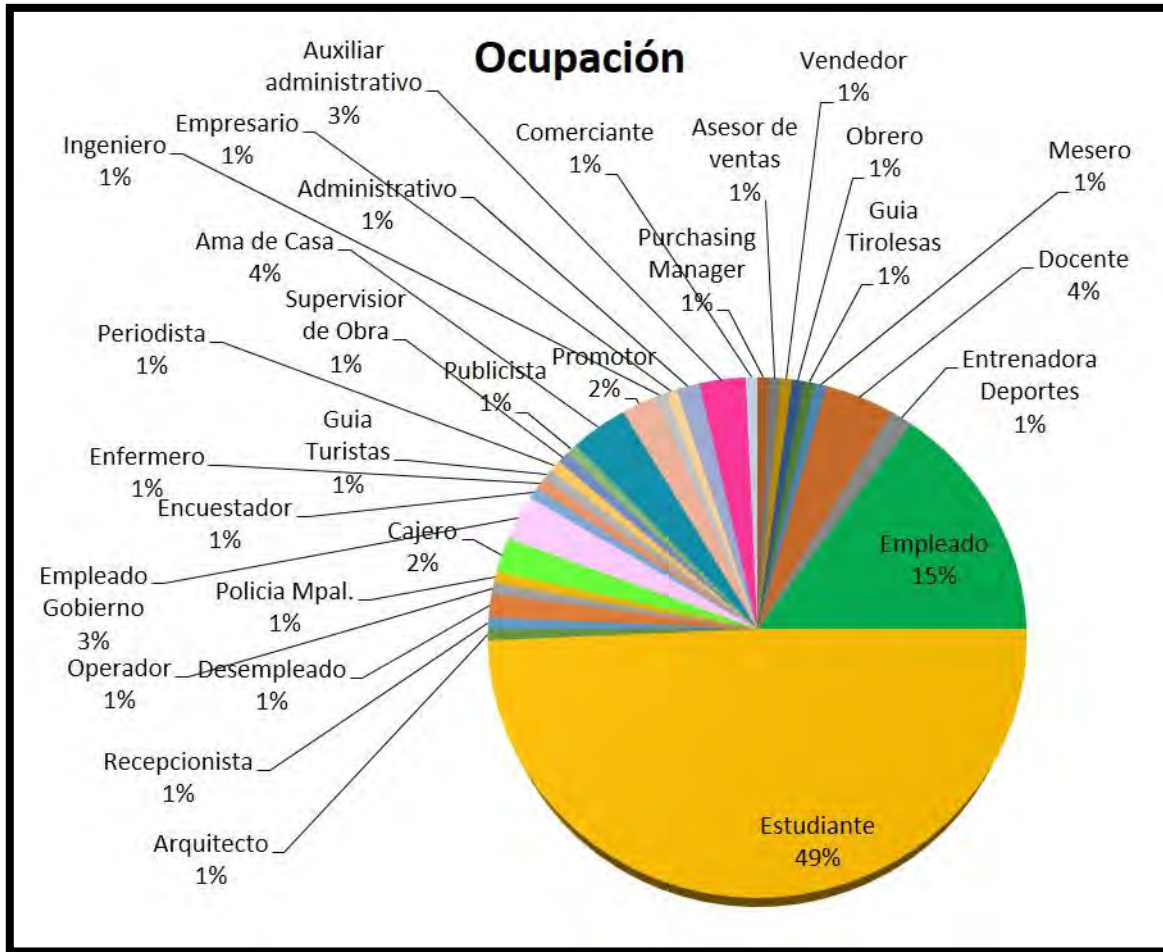
Gráfica 3 Lugar de Origen



Fuente: Elaboración Propia

La gráfica 4 muestra la ocupación de los entrevistados, el 49% son estudiantes, el 15% empleados, 4% docentes y ama de casa, 3% empleado de gobierno y auxiliar administrativo, el 2% cajeros y promotores, el 1% destacan los siguientes empleos: arquitecto, recepcionista, operador, policía municipal, encuestador, guía de turistas, enfermero, periodista, publicista, supervisor de obra, ingeniero, administrativo, empresario, comerciante, *purchasing manager*, asesor de vetas, vendedor, obrero, guía de tirolesas, mesero, entrenadora de deportes; desempleado el 1%.

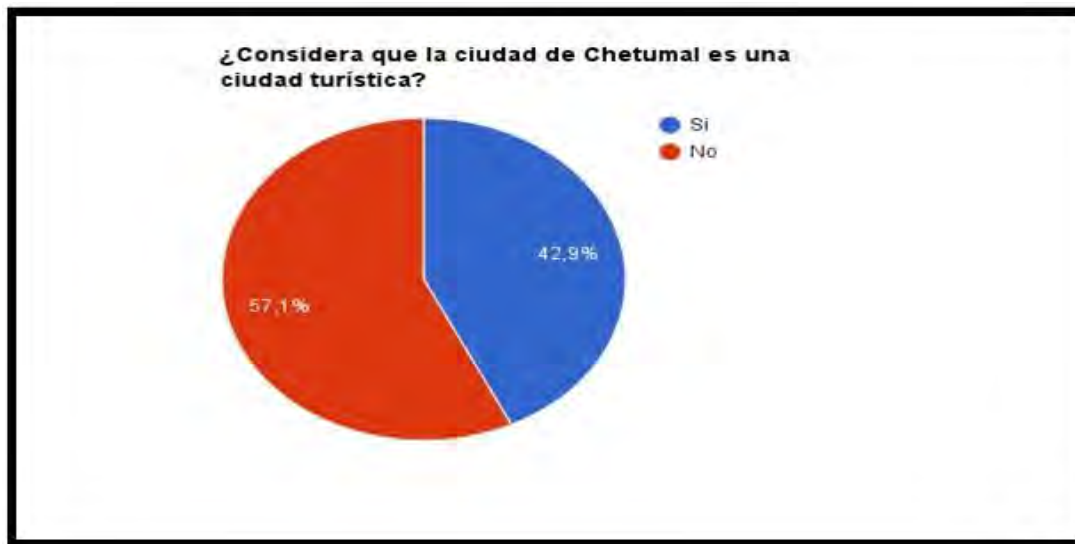
Gráfica 4 Ocupación



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 5, el 57.1% de los entrevistados no considera que la ciudad de Chetumal es una ciudad turística mientras que el 42.9% si la considera como tal.

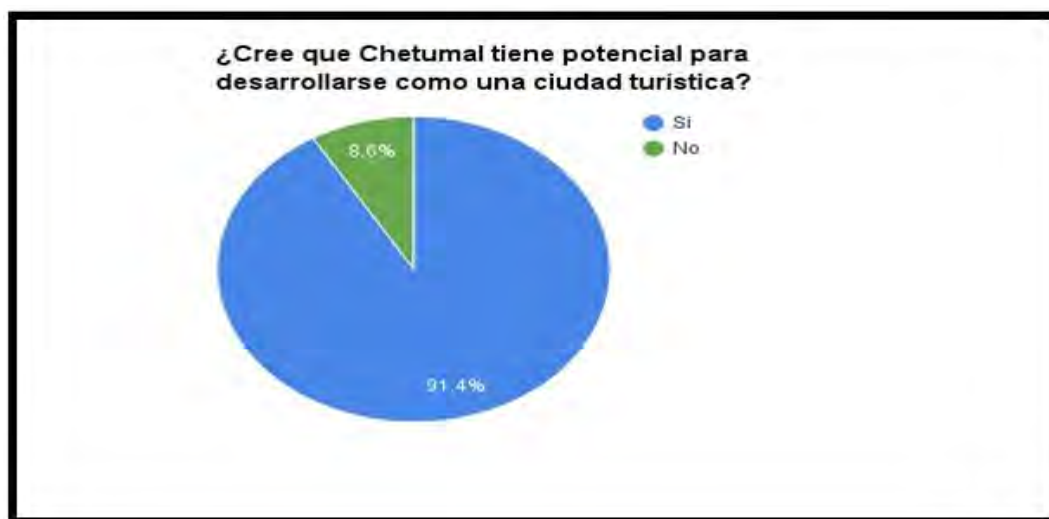
Gráfica 5 ¿Considera que la ciudad de Chetumal es una ciudad turística?



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 6 el 91.4% de los encuestados reacciono de forma positiva diciendo que si tiene potencial mientras que el 8.6 % dijo que Chetumal no tiene potencial turístico

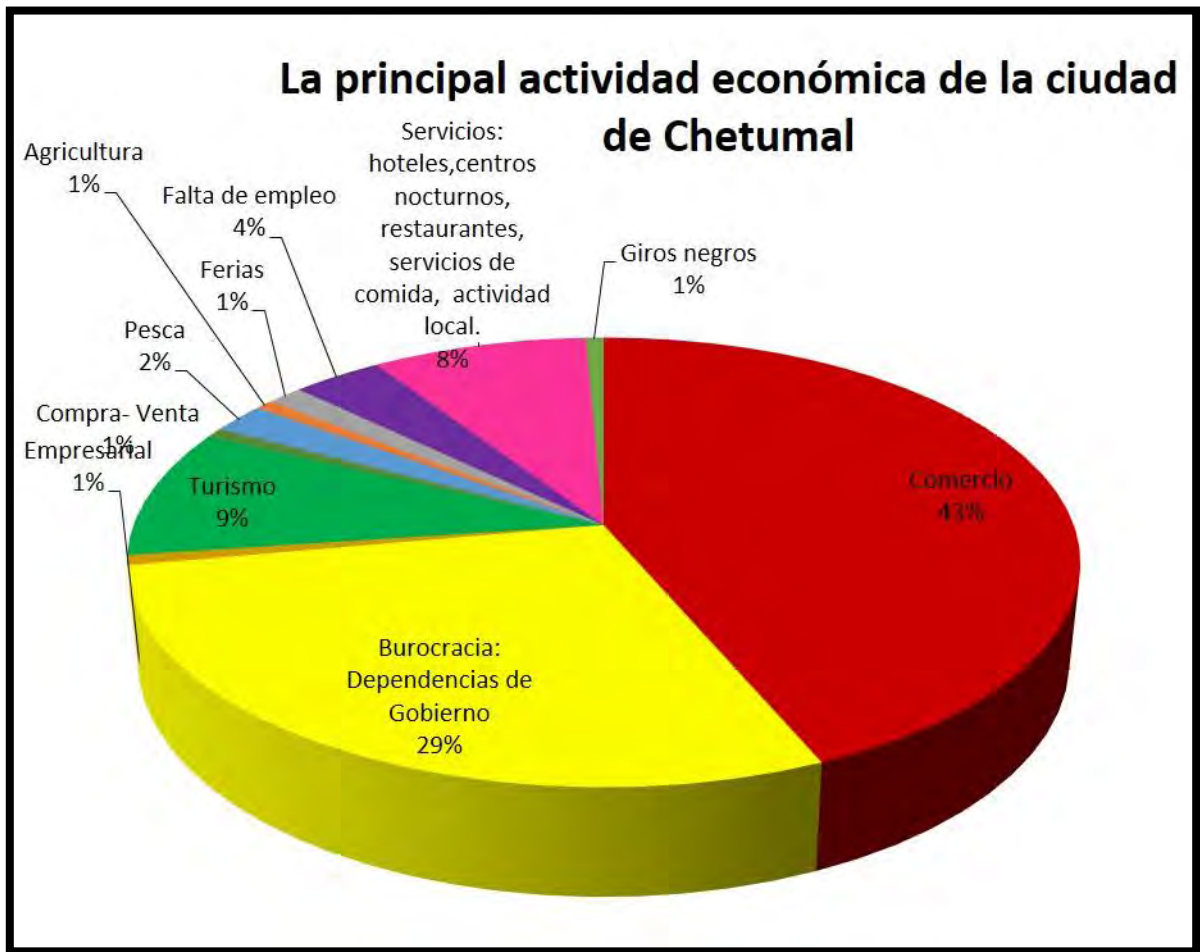
Gráfica 6 ¿Cree que Chetumal tiene potencial para desarrollarse como una ciudad turística?



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 7 el resultado indico que la principal actividad económica de la ciudad con el 43% es el comercio, el 29% burocracia: dependencias de gobierno, el 9% dijo que el turismo es la principal actividad, 8% servicios (hoteles, centros nocturno, restaurantes, servicios de comida, etc.), 4% respondió que existe falta de empleo, 2% es la pesca y el 1% compra venta empresarial, ferias, agricultura y giros negros (entiéndase por giros negros son negocios sucios, dinero lavado, soborno, extorción, entre otros.).

Gráfica 7 La principal actividad económica de la ciudad de Chetumal.



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 8 se muestran diferentes preguntas relacionadas con la principal actividad de Chetumal, la primera dice: ¿esta actividad económica sigue creciendo? de acuerdo a la respuesta que dio cada uno de los encuestados el 69% dijo que si el 31% dijo que no.

El 97% menciona que necesita la población mejorar su calidad de vida y el 3% dijo que no lo necesita.

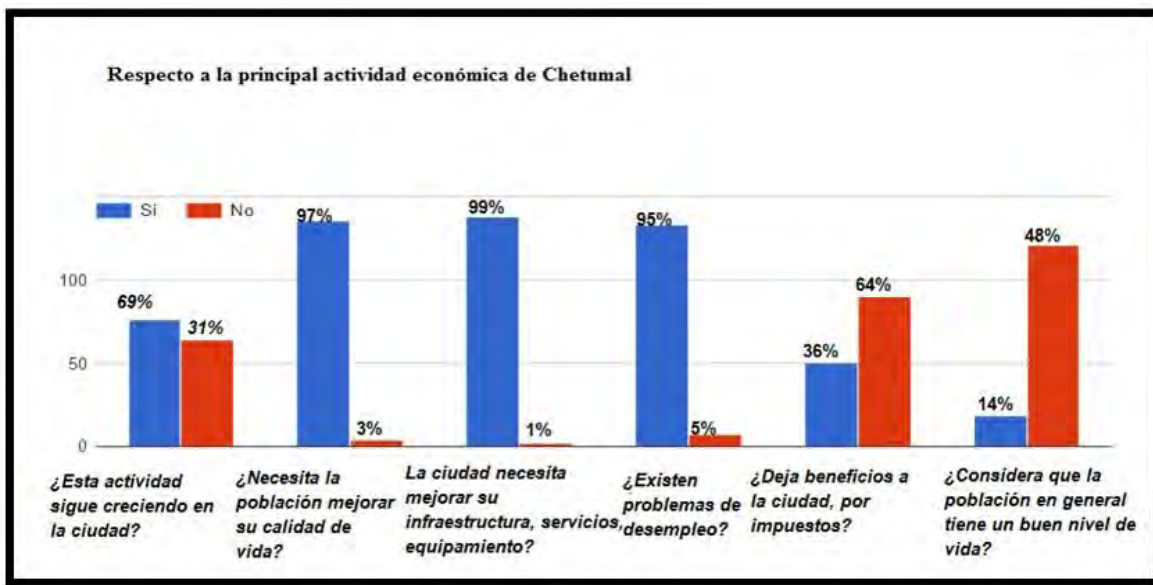
El 99% respondió que la ciudad necesita mejorar su infraestructura, servicios y equipamiento, mientras que el 1% respondió de forma negativa.

El 95% dijo que si existen problemas de desempleo y el 5% opino que no.

El 36% expresó que su actividad principal deja beneficios a la ciudad por impuestos mientras que el 64% señaló que no.

El 48% indicó que no considera que la población en general tenga un buen nivel de vida y el 14% respondió que sí lo tiene.

Gráfica 8 Respecto a la principal actividad económica de Chetumal.



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 9 muestra que el 44% de la gente visita Chetumal, porque son personas de lugares cercanos, con el 22% son los visitantes nacionales, el 17% visitante extranjero, 13% visitantes internos o residentes y el 4% opina que la ciudad no es visitada.

Gráfica 9 ¿Qué tipo de personas Visita Chetumal?



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 10 señala que el 43% de las personas que visitan Chetumal son gente que está de paso, 36% se queda menos de dos días y el 18% se queda una semana.

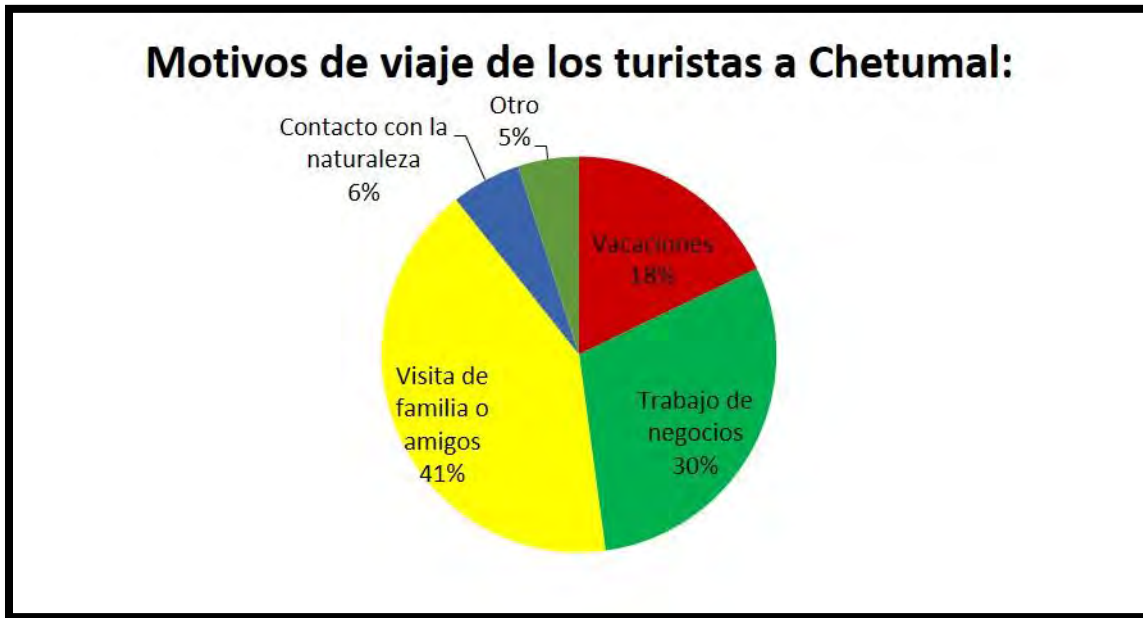
Gráfica 10 Los que visitan Chetumal



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 11 muestra que el principal motivo de visita de un turista a Chetumal con un 41% es para visitar familia o amigos, el 30% trabajo de negocios, el 18% son por vacaciones, 6% contacto con la naturaleza y el 5% otros motivos.

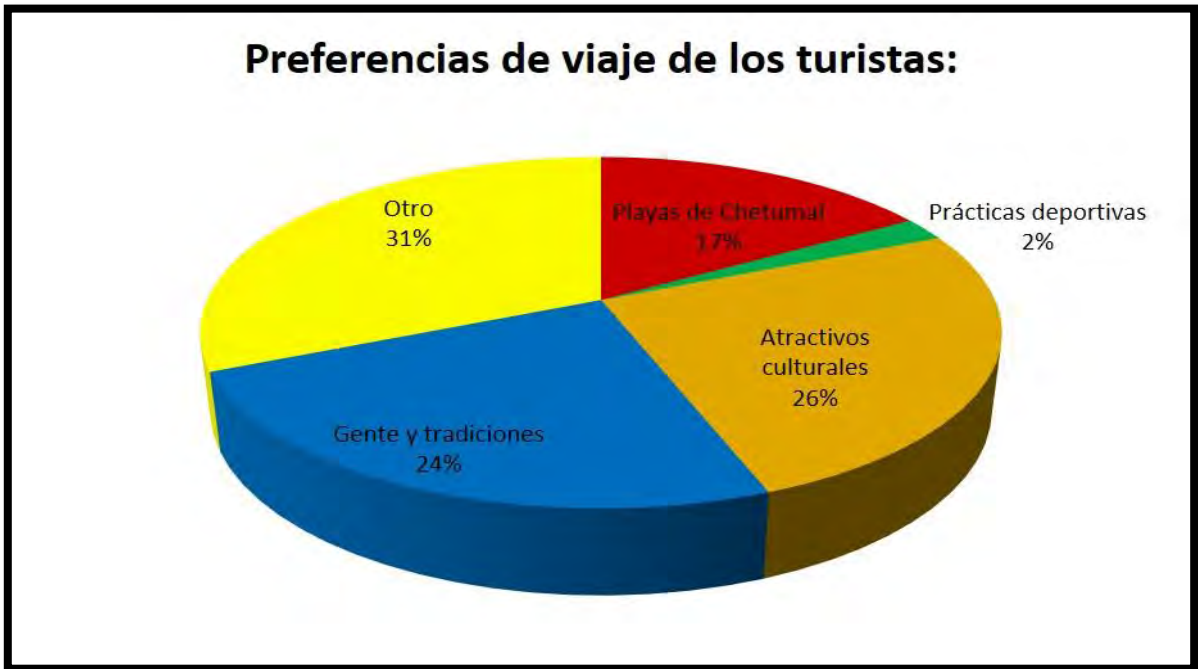
Gráfica 11 Los motivos de viaje de los turistas a Chetumal



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 12 muestra la preferencia de los turistas destacan con 26% atractivos culturales, 24% gente y tradiciones, 17% las playas de Chetumal, 2% por prácticas deportivas y menor porcentaje se agrupan otras preferencias.

Gráfica 12 Preferencias de viaje de los turistas



Fuente: Elaboración propia

En las gráficas número 13, 13.1 y 13.2 se evaluaron aspectos de la ciudad de Chetumal: Medio ambiente el 39% lo considera bueno, 37% regular, 17% opina que excelente y el 7% malo.

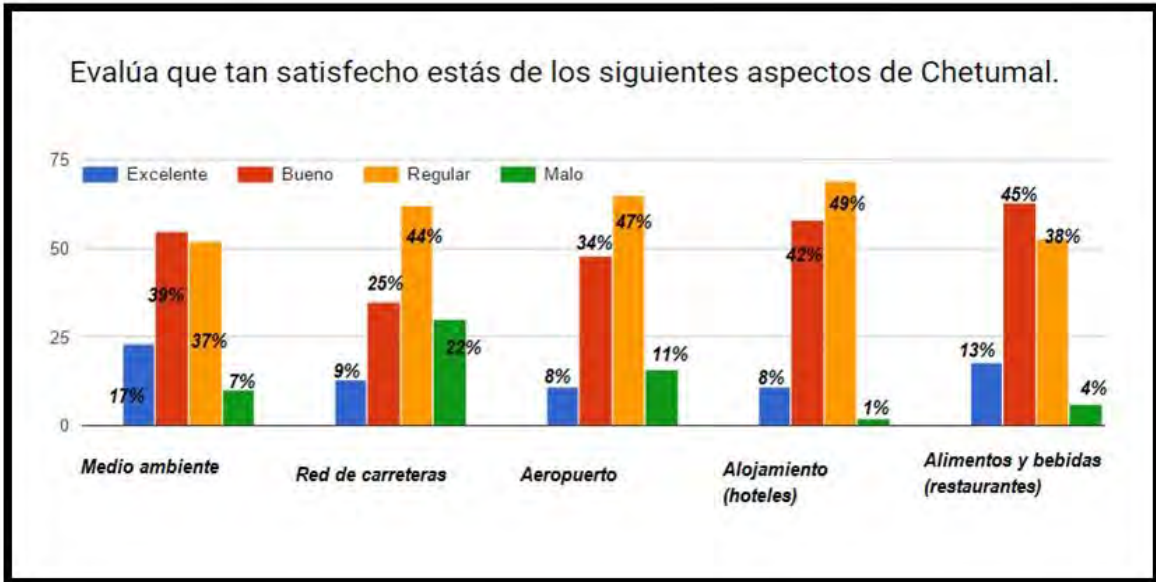
En cuanto a la red carretera el 44% opina que es regular, 25% bueno, 22% malo y el 9% dice que está en excelentes condiciones.

El aeropuerto el 47% considera regular, 34% bueno, 11% malo y el 8% excelente.

Alojamiento (hoteles) el 49% dice que es regular, seguido de un 42% bueno, 8% excelente y 1% malo.

Alimentos y bebidas (restaurantes) el 45% lo considera bueno, 38% regular, 13% excelente y 4% malo.

Gráfica 13 Evaluación de satisfacción del Medio ambiente, Red de carreteras, aeropuerto, alojamiento y restaurantes.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 13.1 muestra la hospitalidad y trato el 37% dijo que es bueno, 35% regular, 15% malo y 13% opina que es excelente.

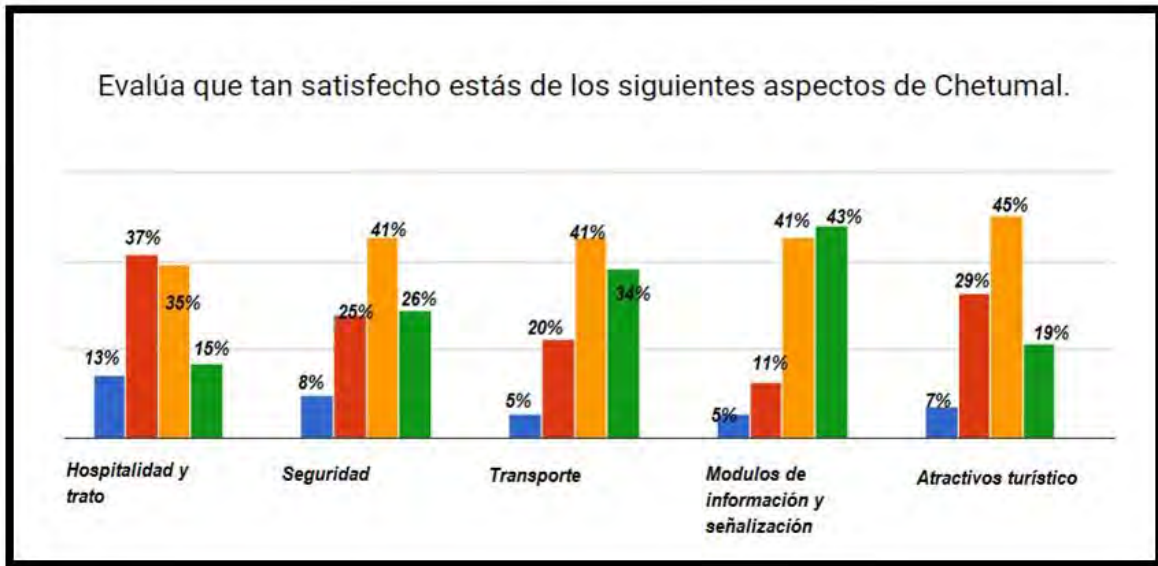
La Seguridad el 41% dice que es regular, 26% malo, 25% bueno y el 8% excelente.

En cuanto a transporte el 41% de los ciudadanos considera que es regular, 34% opina que el servicio de transporte es malo, 20% bueno y el 5% excelente.

Módulos de información y señalización turística el 43% menciono que es malo porque hay muy pocos módulos y en algunos casos no conocen donde se encuentran, 41% regular, 11% bueno y 5% excelente.

Atractivos turísticos 45% dijo que son regulares, 29% bueno, 19% opina que son malos y el 7% excelentes.

Gráfica 13.1 Evaluación de satisfacción de Hospitalidad, seguridad, transporte, módulos de información y señalización y atractivos turísticos.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 13.2 muestra los Servicios básicos el 42% opina que son regulares, 40% bueno, 11% malo y el 7% excelente.

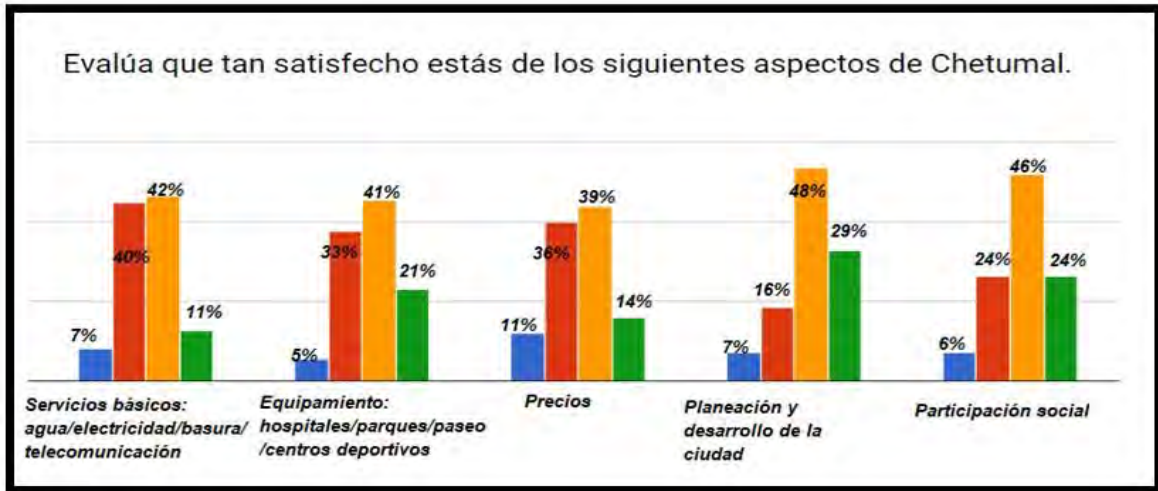
Equipamiento e infraestructura de la ciudad el 41% es regular, 33% bueno 21% malo y el 5% opina que es excelente.

Precios el 39% considera que es regular, 36% dice que son buenos, 14% malos y el 7% malos.

En planeación y desarrollo de la ciudad la gente opina que 48% es regular, 29% es mala la planeación, 16% bueno y 7% es excelente.

En participación social el 46% es regular, el 24% opina que es bueno, al igual que otro 24% dice que es malo el 6% dice que es excelente.

Gráfica 13.2 Evaluación de satisfacción de servicios básicos, equipamiento, precios, planeación y desarrollo de la ciudad y participación social.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 14 y 14.1 muestra lo que opinan los ciudadanos de los elementos históricos y culturales de la ciudad: los monumentos el 45% de encuestados opina que es regular, 36% bueno, 11% malo y el 12% es excelente.

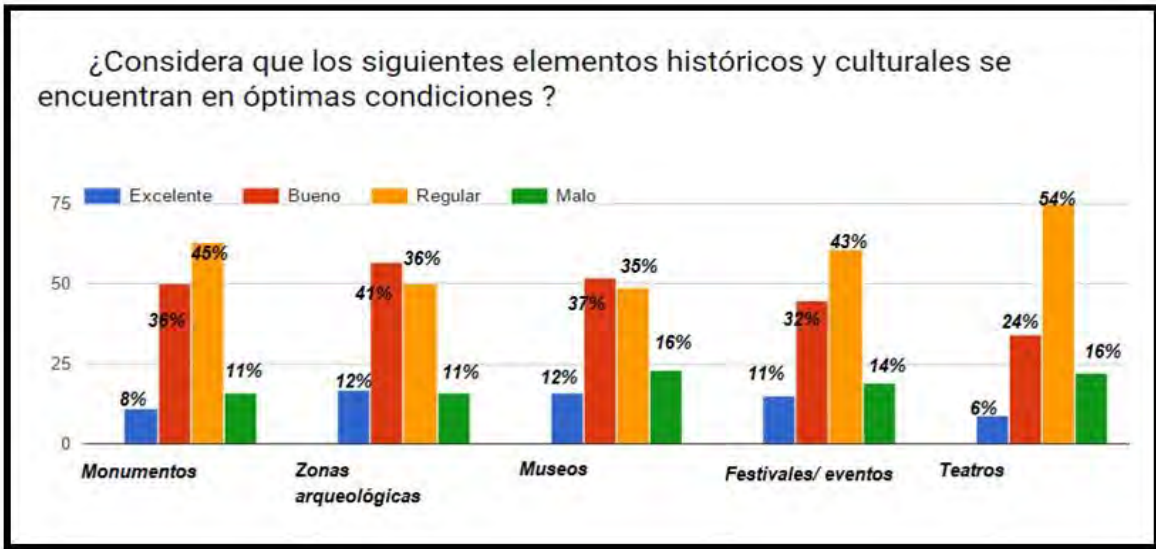
Zonas Arqueológicas el 41% dice que es bueno, el 36% regular, el 12% opina que es excelente y el 11% malo.

El 37% considera que los museos son buenos, 35% regular, 16% malos y el 12% expresan que son excelentes.

Festivales y eventos el 43% señalan que son regulares, 32% buenos, el 14% malos y el 11% malos.

Los teatros de la ciudad el 54% indican que son regulares, 24% buenos, 16% malos y el 6% excelentes, opinan que no hay cierta cultura en esta ciudad para ir al teatro, se debe fomentar más.

Gráfica 14 ¿Considera que los siguientes elementos históricos y culturales se encuentran en óptimas condiciones?

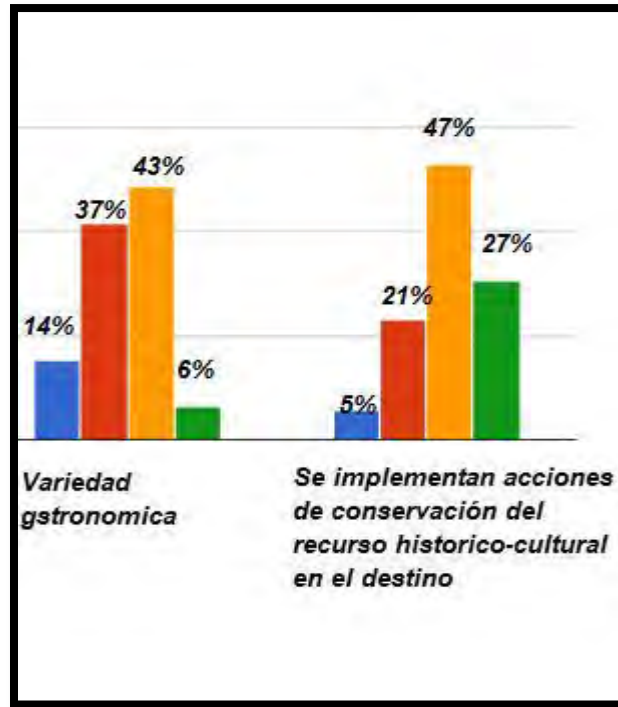


Fuente: Elaboración propia

La gráfica 14.1 la variedad gastronómica el 43% es regular, el 37% bueno, 14% excelente y el 6% opina que no hay mucha variedad.

Se implementan acciones de conservación de los recursos históricos-culturales el 47% regular, 27% dijo que es malo, 21% bueno y el 5% excelente.

Gráfica 14.1 ¿Considera que los siguientes elementos históricos y culturales se encuentran en óptimas condiciones?



Fuente: Elaboración propia

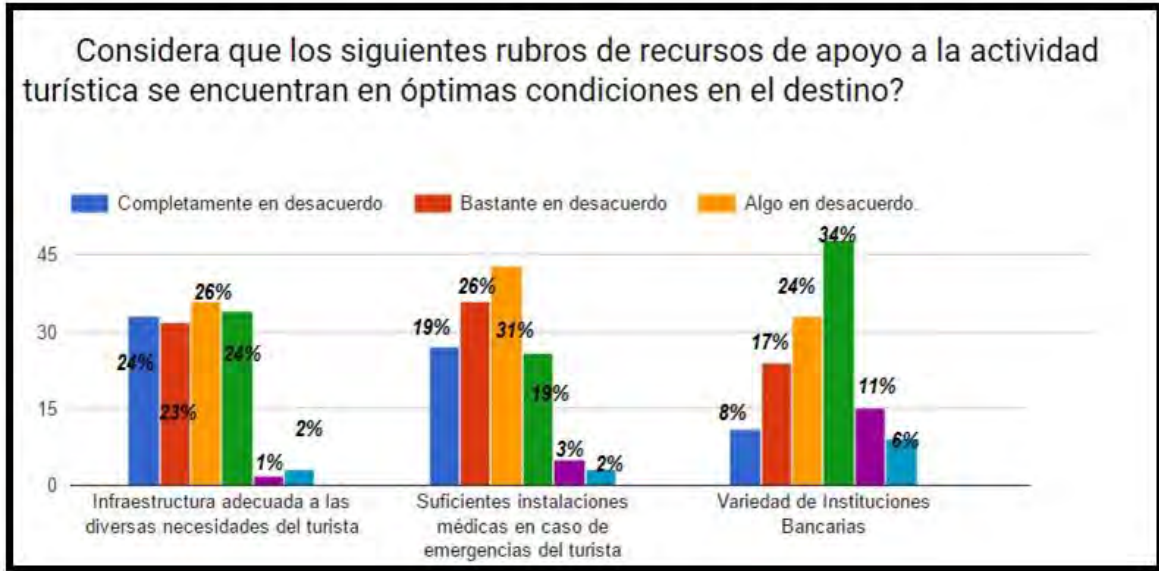
La gráfica 15 y 15.1 muestra las condiciones de apoyo a la actividad turística:

Infraestructura adecuada a las diversas necesidades de turistas el 26% expreso que está algo desacuerdo, 24% completamente en desacuerdo y algo de acuerdo, 23% bastante en desacuerdo, el 2% completamente de acuerdo y el 1% bastante en acuerdo.

Suficientes instalaciones médicas en caso de emergencias del turista el 31% está algo en desacuerdo, 26% bastante en desacuerdo, 19% completamente en desacuerdo y algo de acuerdo, el 3% bastante de acuerdo y el 2% completamente de acuerdo.

Variedad de instituciones bancarias 34% algo de acuerdo, 24% algo en desacuerdo, 17% bastante en desacuerdo, 11% bastante en acuerdo, 8% completamente en desacuerdo y el 6% completamente de acuerdo.

Gráfica 15 Condiciones de recursos de apoyo a la actividad turística



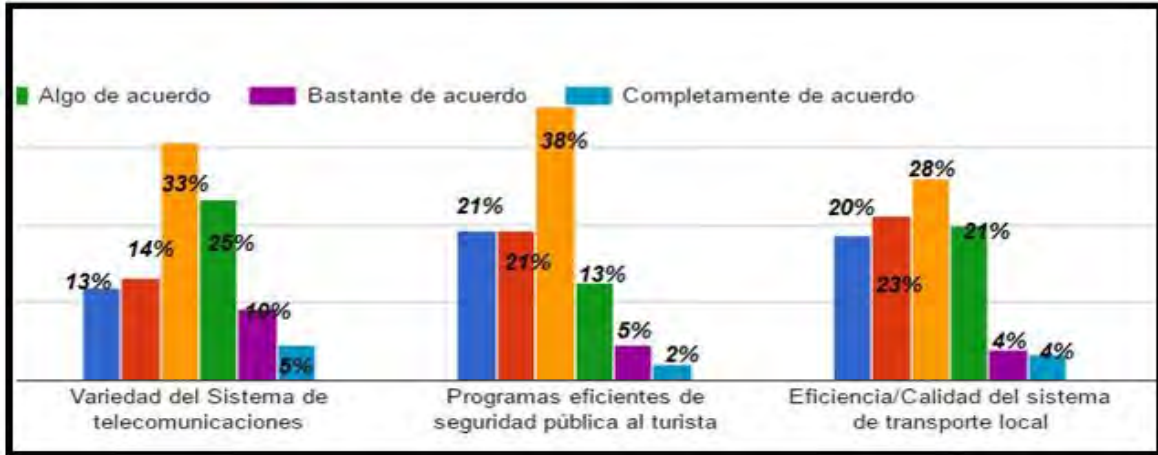
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 15.1 la variedad del sistema de telecomunicaciones 33% algo en desacuerdo, 25% algo de acuerdo, 14% bastante en desacuerdo. 13% completamente en desacuerdo, 10% bastante de acuerdo y el 5% completamente de acuerdo.

Programas eficientes de seguridad pública al turista 38% algo en desacuerdo, 21% completamente en desacuerdo y bastante en desacuerdo, 13% algo de acuerdo, 10% bastante en acuerdo y 2% completamente de acuerdo.

Eficiencia/calidad del sistema de transporte local 28% algo en desacuerdo, 23% bastante en desacuerdo, 20% completamente en desacuerdo, 21% algo de acuerdo y 4% bastante en acuerdo y completamente de acuerdo.

Gráfica 15.1 Condiciones de recursos de apoyo a la actividad turística



Fuente: Elaboración propia

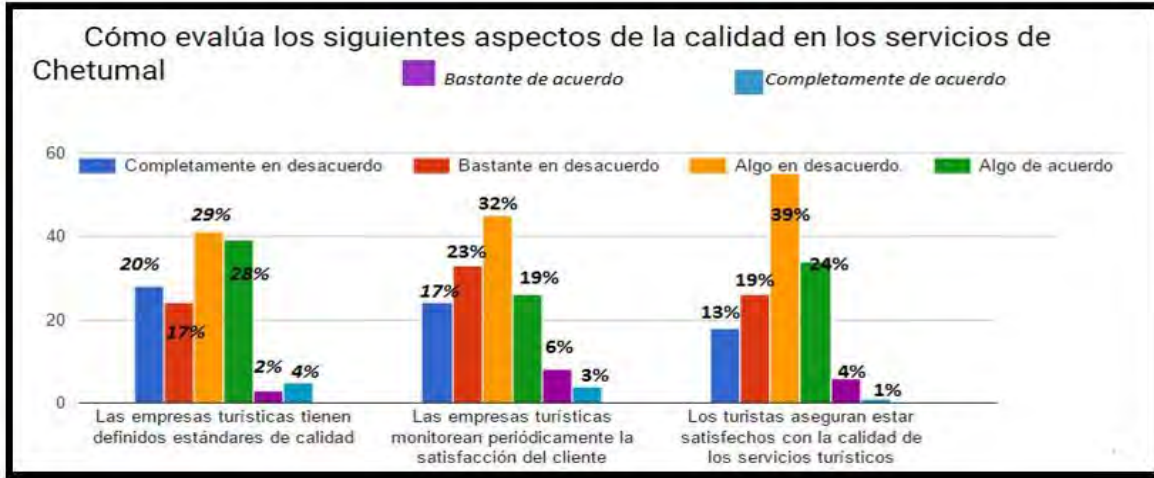
Las gráficas 16 y 16.1 evalúa la calidad:

Las empresas turísticas tienen definidos estándares de calidad el 29% algo en desacuerdo, 28% algo de acuerdo, 20% completamente en desacuerdo, 17% bastante en desacuerdo, 4% completamente de acuerdo y 2% bastante de acuerdo.

Las empresas turísticas monitorean periódicamente la satisfacción del cliente 32% algo en desacuerdo, 23% bastante en desacuerdo, 19% algo de acuerdo, 17% completamente en desacuerdo, 6% bastante de acuerdo y el 3% completamente de acuerdo.

Los turistas aseguran estar satisfechos con la calidad de los servicios turísticos 39% algo en desacuerdo, 24% algo de acuerdo, 19% bastante en desacuerdo, 13% completamente en desacuerdo, 4% bastante de acuerdo y el 1% completamente de acuerdo.

Gráfica 16 Calidad de los servicios de Chetumal

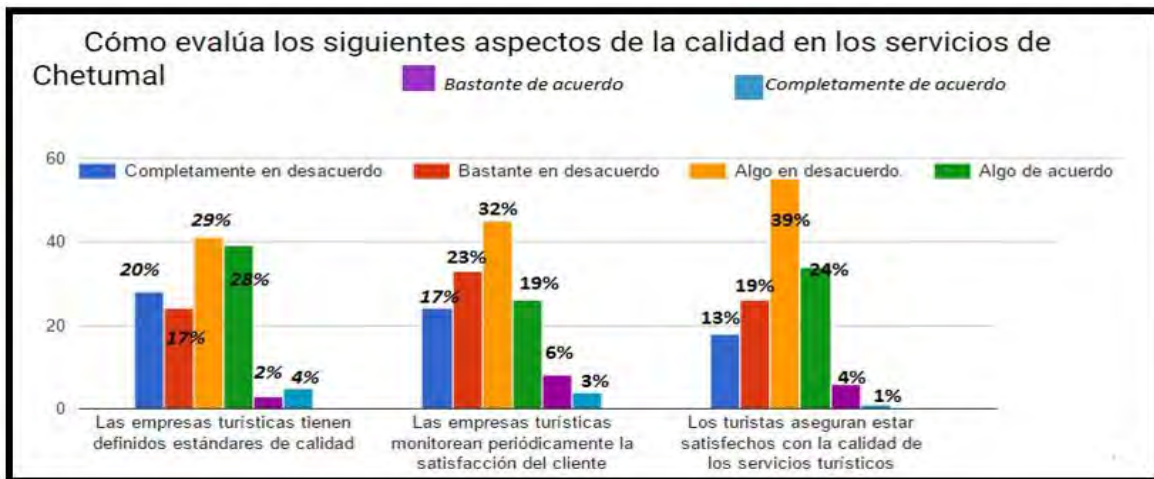


Fuente: Elaboración propia

La gráfica 16.1 Las empresas turísticas están comprometidas con la calidad del servicio al cliente 35% algo en desacuerdo, 23% algo de acuerdo, 20% bastante en desacuerdo, 13% completamente en desacuerdo, 5% bastante de acuerdo y 4% completamente de acuerdo.

Se implementan cursos de capacitación al personal en la mejora de la calidad del servicio 36% algo en desacuerdo, 24% algo de acuerdo, 18% bastante en desacuerdo, 15% completamente en desacuerdo, 4% bastante de acuerdo y 3% completamente de acuerdo.

Gráfica 16.1 Calidad de los servicios de Chetumal



Fuente: Elaboración propia

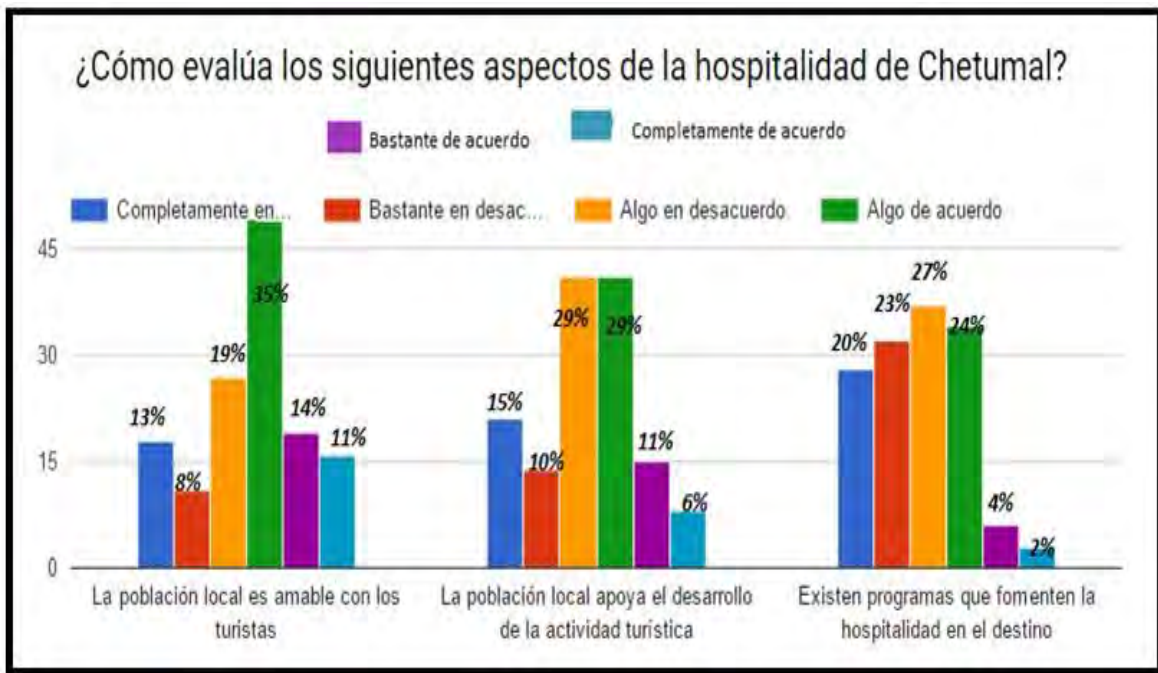
En la gráfica 17 se evalúa la hospitalidad:

La población local es amable con los turistas 35% algo de acuerdo, 19% algo en desacuerdo, 14% bastante de acuerdo, 13% completamente en desacuerdo, 11% completamente de acuerdo y 8% bastante en desacuerdo.

La población local apoya el desarrollo de la actividad turística 29% dijo que esta algo en desacuerdo, 29% algo de acuerdo, 15% completamente en desacuerdo, 11% bastante de acuerdo, 10% bastante en desacuerdo y el 6% completamente de acuerdo.

Existen programas que fomenten la hospitalidad en el destino 27% algo en desacuerdo, 24% algo de acuerdo, 23% bastante en desacuerdo, 20% completamente en desacuerdo, 4% bastante de acuerdo y 2% completamente de acuerdo.

Gráfica 17 Evaluación de la hospitalidad de Chetumal



Fuente: Elaboración propia

Las gráficas 18 y 18.1 evalúan la gestión organizacional de Chetumal:

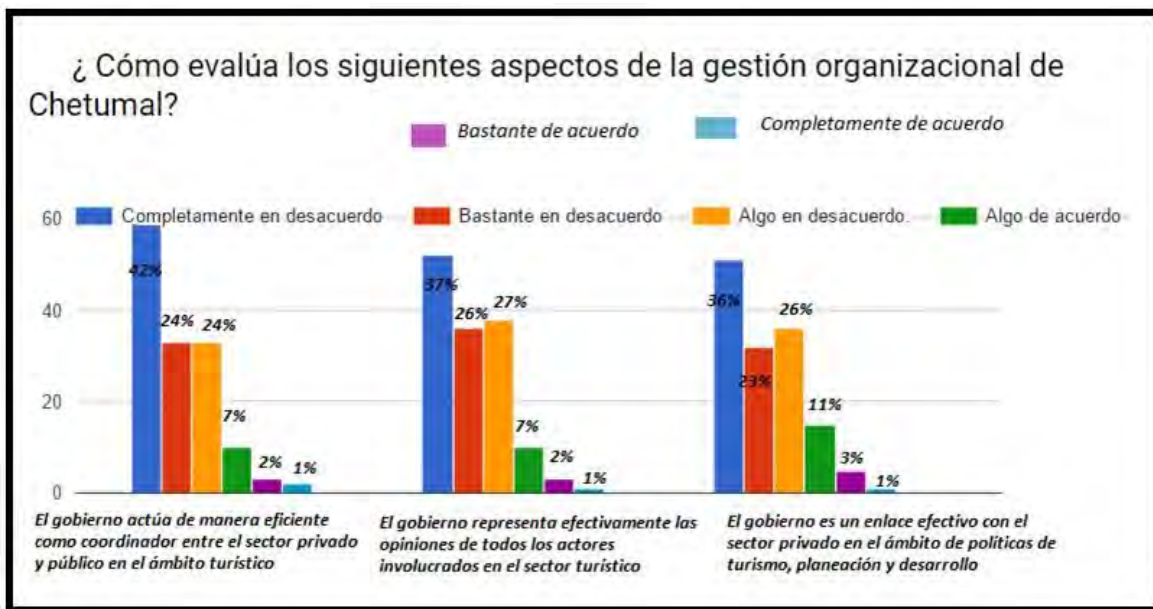
El gobierno actúa de manera eficiente como coordinador entre el sector privado y público en el ámbito turístico 42% completamente en desacuerdo, 24% bastante en desacuerdo y

algo en desacuerdo, 7% algo de acuerdo, 2% bastante de acuerdo y el 1% completamente de acuerdo.

El gobierno representa efectivamente las opiniones de todos los actores involucrados en el sector turístico 37% completamente en desacuerdo, 27% algo en desacuerdo, 26% bastante en desacuerdo, 7% algo de acuerdo, 2% bastante de acuerdo y el 1% completamente de acuerdo.

El gobierno es un enlace efectivo con el sector privado en el ámbito de políticas de turismo, planeación y desarrollo 36% completamente en desacuerdo, 26% algo en desacuerdo, 23% bastante en desacuerdo, 11% algo de acuerdo, 3% bastante de acuerdo y 1% completamente de acuerdo.

Gráfica 18 Evaluación de la gestión organizacional de Chetumal

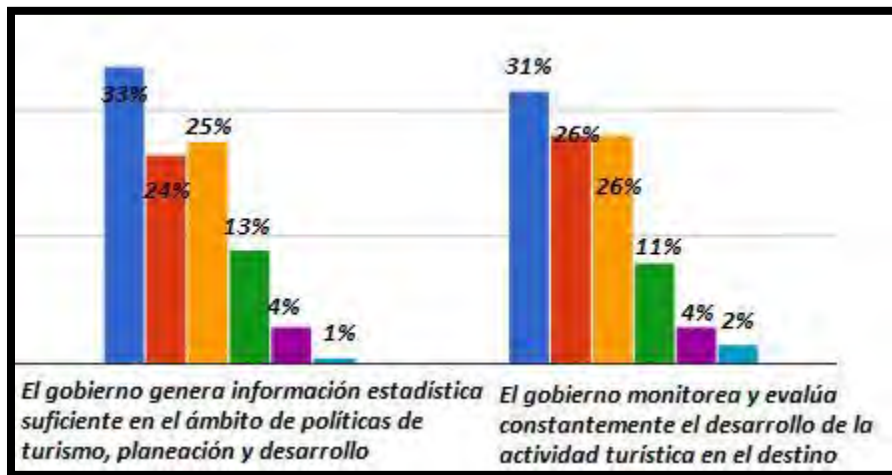


Fuente: Elaboración Propia

La gráfica 18.1 muestra: El gobierno genera información estadística suficiente en el ámbito de políticas de turismo, planeación y desarrollo 33% completamente en desacuerdo, 25% algo en desacuerdo, 24% bastante en desacuerdo, 13% algo de acuerdo, 4% bastante de acuerdo y 1% completamente de acuerdo.

El gobierno monitorea y evalúa constantemente el desarrollo de la actividad turística en el destino 31% completamente en desacuerdo, 26% bastante en desacuerdo y algo en desacuerdo, 11% algo de acuerdo, 4% bastante de acuerdo y 2% completamente de acuerdo.

Gráfica 18.1 Evaluación de la gestión organizacional de Chetumal



Fuente: Elaboración Propia

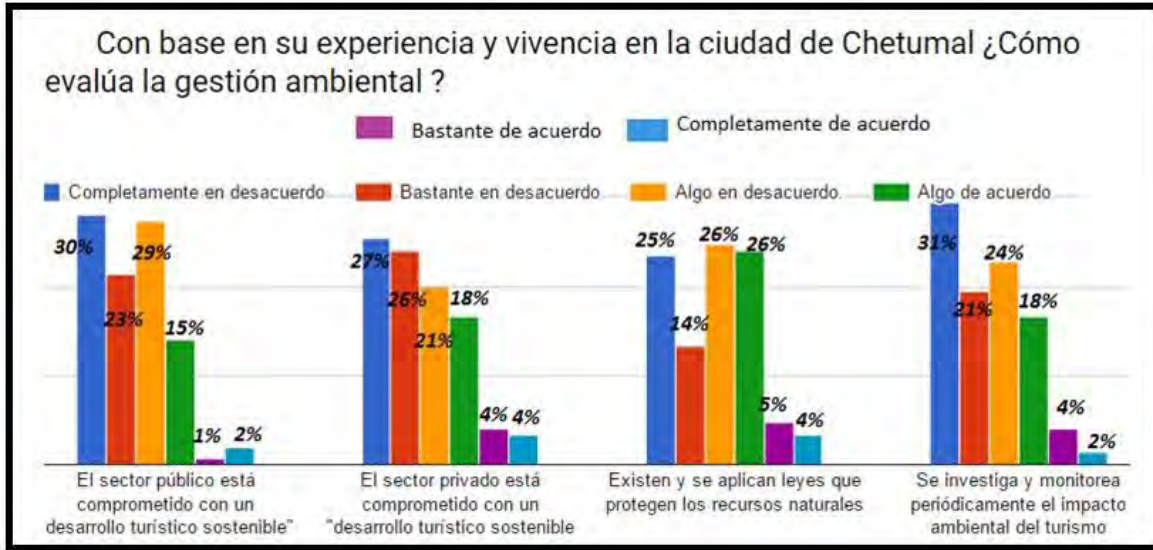
La gráfica 19 muestra, el sector público está comprometido con un desarrollo turístico sostenible, el 30% completamente en desacuerdo, 29% algo en desacuerdo, 23% bastante en desacuerdo, 15% algo de acuerdo, 2% completamente de acuerdo y 1% bastante de acuerdo.

El sector privado está comprometido con un desarrollo turístico sostenible 27% completamente en desacuerdo, 26% bastante en desacuerdo, 21% algo en desacuerdo, 18% algo de acuerdo, 4% bastante de acuerdo y 4% completamente de acuerdo.

Existen y se aplican leyes que protegen los recursos naturales 26% algo en desacuerdo, 26% algo de acuerdo, 25% completamente en desacuerdo, 14% bastante en desacuerdo, 5% bastante de acuerdo y 4% completamente de acuerdo.

Se investiga y monitorea periódicamente el impacto ambiental del turismo 31% completamente en desacuerdo, 24% algo en desacuerdo, 21% bastante en desacuerdo, 18% algo de acuerdo, 4% bastante de acuerdo y el 2% completamente de acuerdo.

Gráfica 19 Evaluación de la gestión ambiental



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 20 muestra la evaluación de los precios:

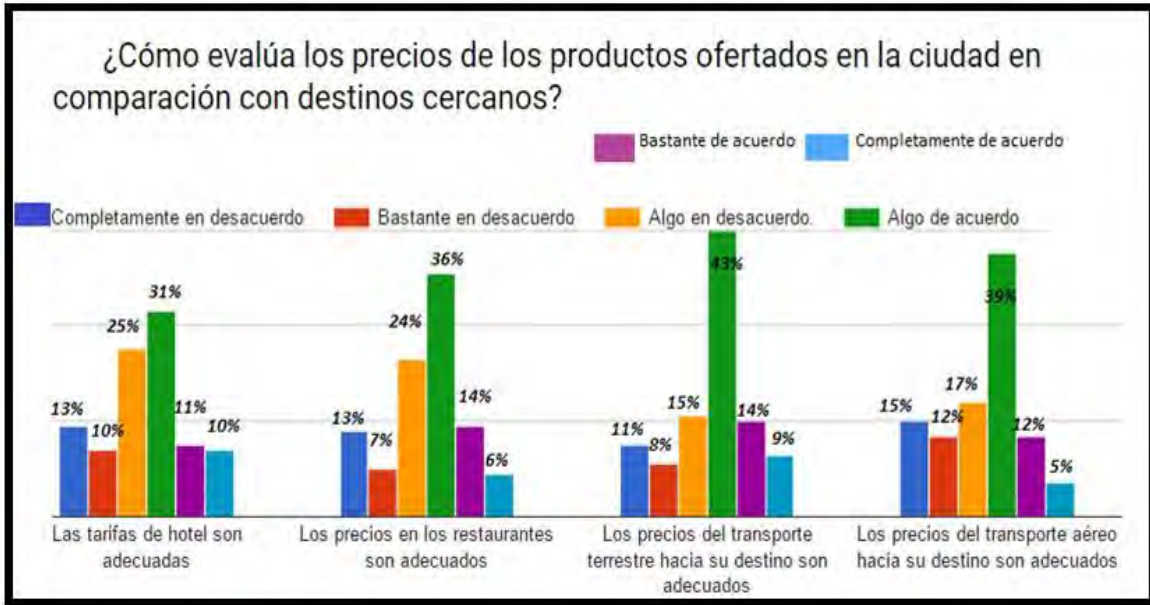
Las tarifas de hotel son adecuados 31% algo de acuerdo, 25% algo en desacuerdo, 13% completamente en desacuerdo, 11% bastante de acuerdo, 10% bastante en desacuerdo y 10% completamente de acuerdo.

Los precios en los restaurantes son adecuados 36% algo de acuerdo, 24% algo en desacuerdo, 14% bastante de acuerdo, 13% completamente en desacuerdo, 7% bastante en desacuerdo y 6% completamente de acuerdo.

Los precios del transporte terrestre hacia su destino son adecuados 43% algo de acuerdo, 15% algo en desacuerdo, 14% bastante de acuerdo, 11% completamente en desacuerdo, 9% completamente de acuerdo y 8% bastante en desacuerdo.

Los precios del transporte aéreo hacia su destino son adecuados 39% algo de acuerdo, 17% algo en desacuerdo, 15% completamente en desacuerdo, 12% bastante en desacuerdo, 12% bastante de acuerdo y 5% completamente de acuerdo.

Gráfica 20 Evaluación de precios de productos en Chetumal



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 21, se percibe que el 60.7% de las personas considera que Chetumal cuenta con mayor recursos de tipo cultural, debido a las zonas arqueológicas, monumentos y tradiciones, mientras 31.4% cree que el principal recursos es natural como las playas, ríos, lagos, entre otros; y el 7.9% de las opiniones menciono otro tipo de recursos.

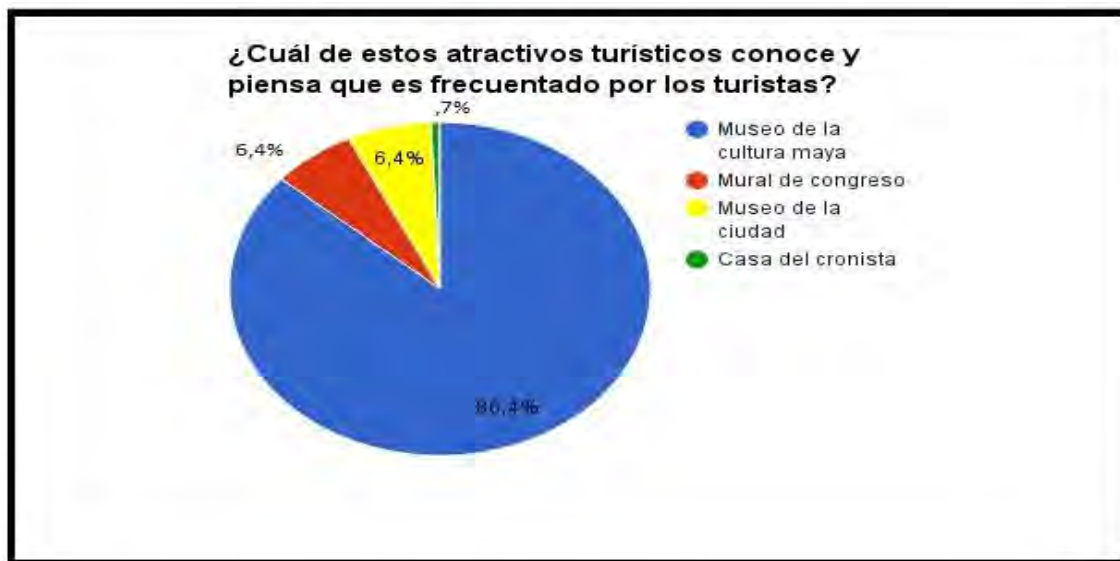
Gráfica 21 Recursos turísticos de Chetumal



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 22 señala que el 86.4% considera al Museo de la Cultura Maya como el atractivo más conocido y frecuentado, en segundo lugar vemos que sobresalen dos con el 6.4% mural del Congreso, Museo de la Ciudad y el .7% Casa del Cronista.

Gráfica 22 Atractivos conocido y frecuentado



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 23 sobresale con el 58.6% el Monumento del pescador pues en los últimos años con el actual presidente Eduardo Espinosa Abuxaqui se remodelo el monumento y se le acompaño de una frase “Aquí empieza México” y es por ello que además de la historia que tiene se volvió más visitada. El 15% es el parque del renacimiento en donde se encuentra el monumento que representa la historia del paso del huracán Yanet el cual devasto y destruyo la ciudad y luego fue reconstruido.

El 13.6% está el Monumento a la Bandera y el 12.1% la Cuna del Mestizaje resaltando que todos estos monumentos son importantes en la ciudad.

Gráfica 23 ¿Cuál es el monumento más conocido de Chetumal?

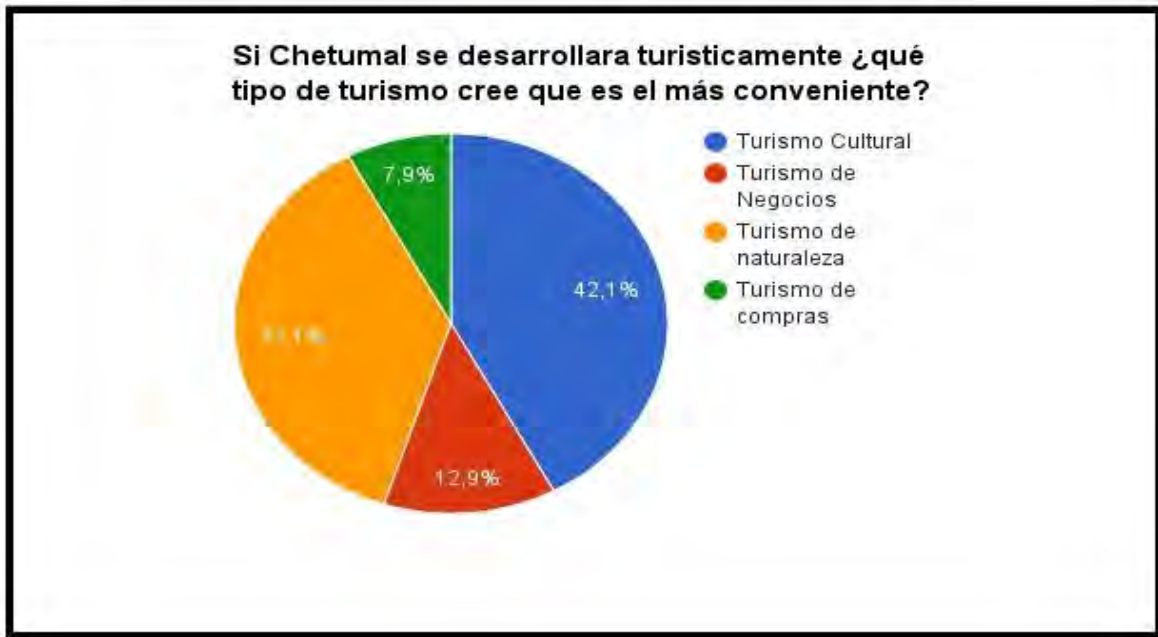


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es muy importante para la investigación porque se desarrollara un tipo de turismo para la ciudad que es el de negocios, aunque no fue la principal respuesta tampoco fue la que menor porcentaje tiene. La gráfica 24 muestra el 42.1% menciona al turismo

cultural, 37.1% turismo de naturaleza, el 12.9% turismo de negocios y por ultimo con 7.9% turismo de compras.

Gráfica 24 ¿Qué tipo de turismo cree que es el más conveniente?



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 25 muestra algunas opiniones vertidas de la encuesta en cuanto al tipo de turismo que los encuestados distinguieron para Chetumal: turismo cultural, de naturaleza, de negocios y de compras, las que sobresalen son:

Las personas que eligieron el turismo cultural como la mejor opción para la ciudad de Chetumal por la gran diversidad cultural, la historia de los mayas y los españoles al llegar a la ciudad, porque se conoce como la Cuna del Mestizaje, en la ciudad existen muchos monumentos relevantes, museos, arquitectura caribeña que son un atractivo turístico, la cercanía con zonas arqueológicas.

Las personas que eligieron el turismo de naturaleza porque consideran el potencial de la actividad se lleve a cabo en la bahía y el Santuario del Manatí como área natural protegida, la flora y fauna que habita en ella, mencionan que tiene paisajes y atardeceres que se

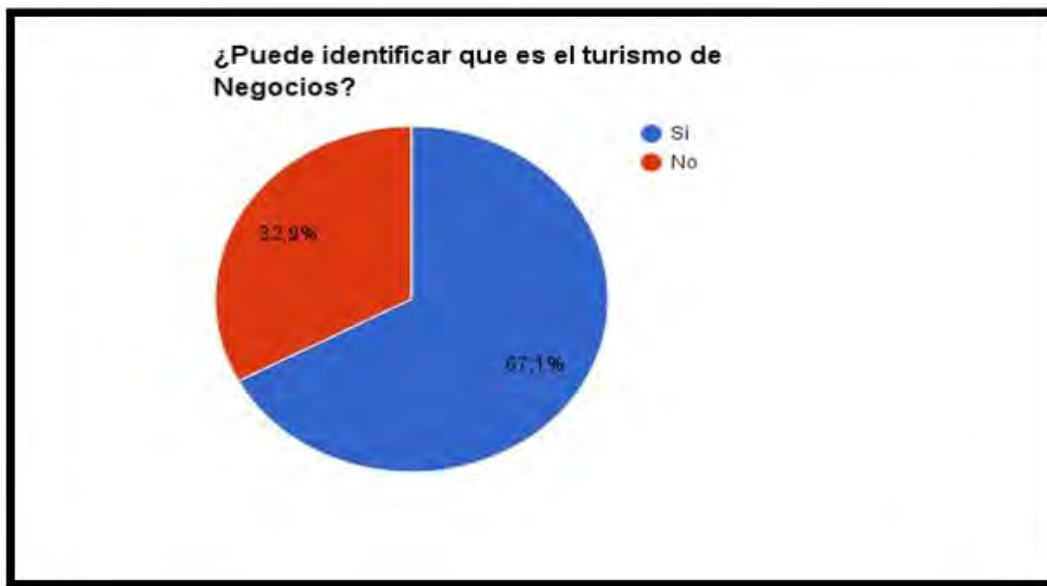
pueden apreciar, la importancia de optar por este tipo de turismo por su cercanía con el río Hondo, comunidades con riqueza natural y las playas de Costa Maya.

El turismo de negocios lo eligieron por su factibilidad en cuanto a infraestructura, además porque es la capital del Estado, donde se encuentran varias Secretarías de gobierno y se realizan trámites, además alguien distinguió que el 37% de las personas que visitan Chetumal actualmente lo hacen por negocios, por ello optaron por esta opción.

Otra expectativa es el turismo de compras mencionan que hay extranjeros (beliceños) que llegan a Chetumal con ese propósito, porque la actividad económica era el comercio cuando la ciudad iniciaba, en aquél entonces era “estable” además de que la avenida de los Héroes era de las más frecuentadas no sólo por gente local sino también porque atraía un número considerable de visitantes de otros lugares.

La gráfica 26 muestra el 67.1% expresó que puede identificar el turismo de negocios y el 32.9% dijo que no lo sabe identificar.

Gráfica 26 ¿Puede identificar que es el turismo de negocios?

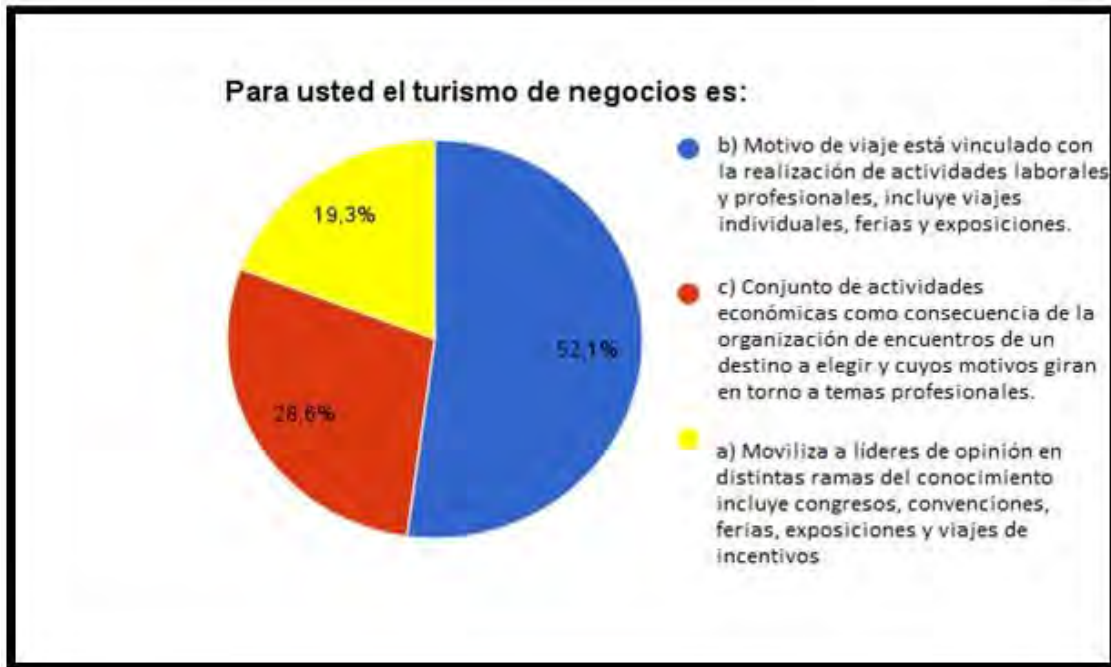


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 27 el 52.1% eligió la respuesta b) que es la correcta, motivo de viaje que está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales, incluye viajes

individuales, ferias y exposiciones, el 28.6% eligió la c) conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales y el 19.3% a) moviliza a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento incluye congresos, convenciones ferias, exposiciones y viajes de incentivos .

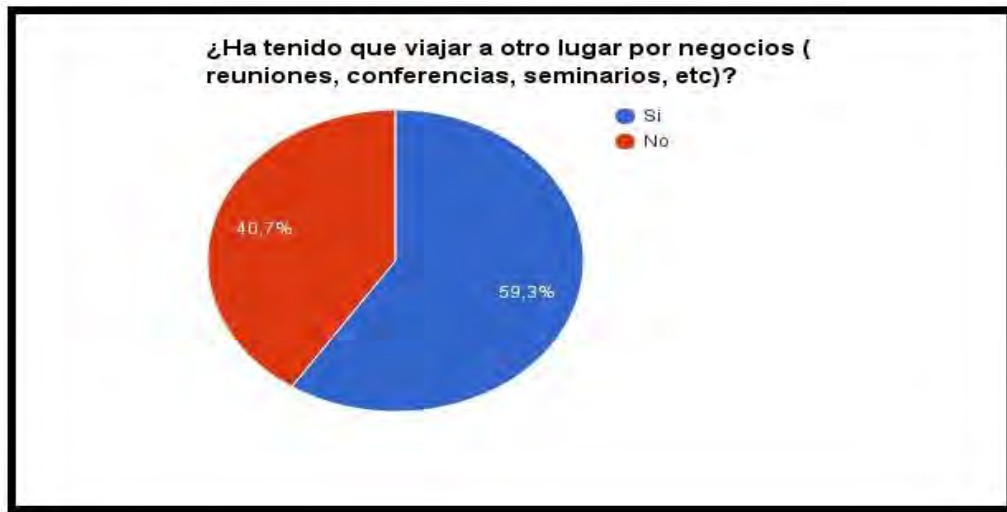
Gráfica 27 El turismo de Negocios es



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 28 el 59.3% opino que si ha tenido que viajar a otro lugar por turismo de negocios reuniones, conferencias y seminarios el 40.7% no ha viajado por ese motivo.

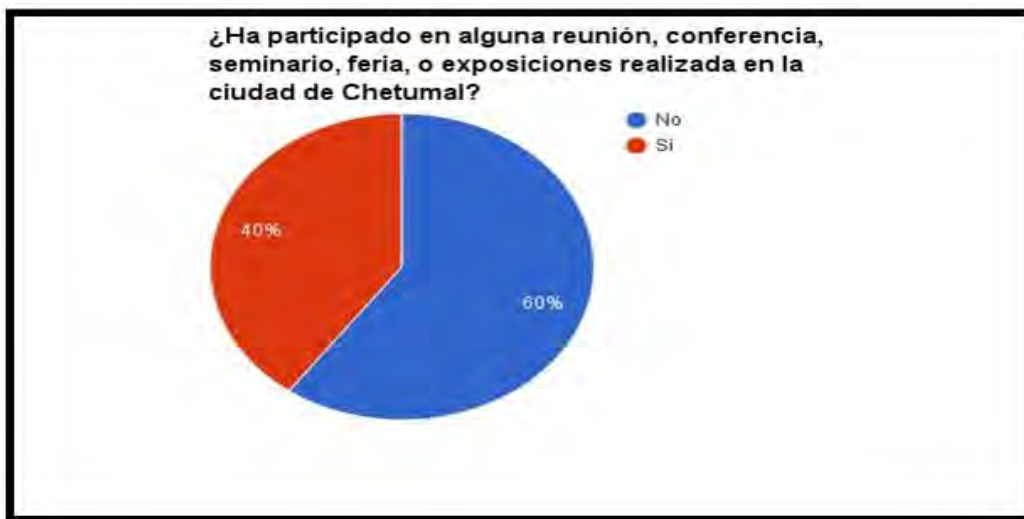
Gráfica 28 ¿Ha tenido que viajar a otro lugar por negocios reuniones, conferencias y seminarios?



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 29 el 60% de los encuestados ha participado en alguna reunión, conferencia, seminario, feria o exposición en la ciudad mientras que el 40% no ha participado.

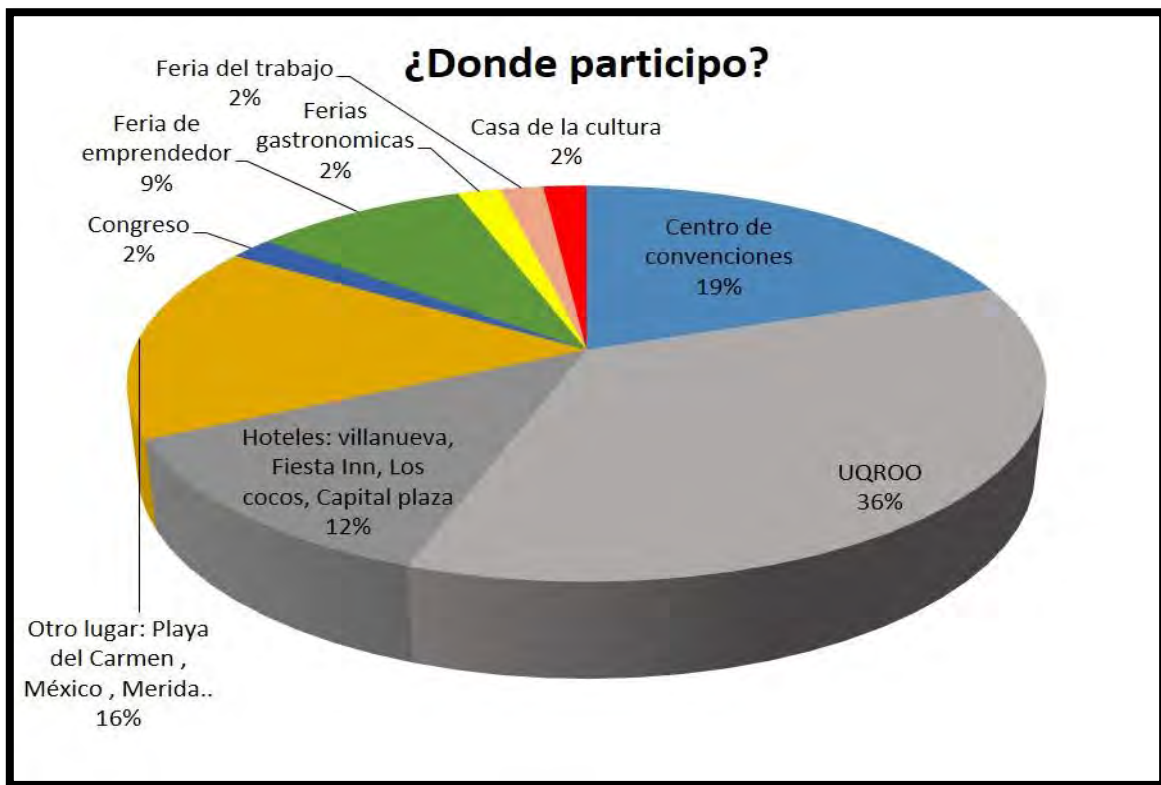
Gráfica 29 ¿Ha participado en alguna conferencia, seminario, feria o exposición en la ciudad de Chetumal?



Fuente: Elaboración propia

El 36% menciona que ha participado en alguna reunión, conferencia, seminario, feria o exposiciones llevadas a cabo, en la Universidad de Quintana Roo, 19% en el Centro de Convenciones, 16% menciona que no fue en la ciudad fueron otros destino como Playa del Carmen, México y Mérida, 12% en hoteles como el Villanueva, Fiesta Inn, Los cocos y Capital Plaza, 9% fue en la Feria del Emprendedor que se hace cada año en la Universidad de Quintana Roo, y el 2% congresos, Casa de la Cultura, Feria de trabajo y gastronómica.

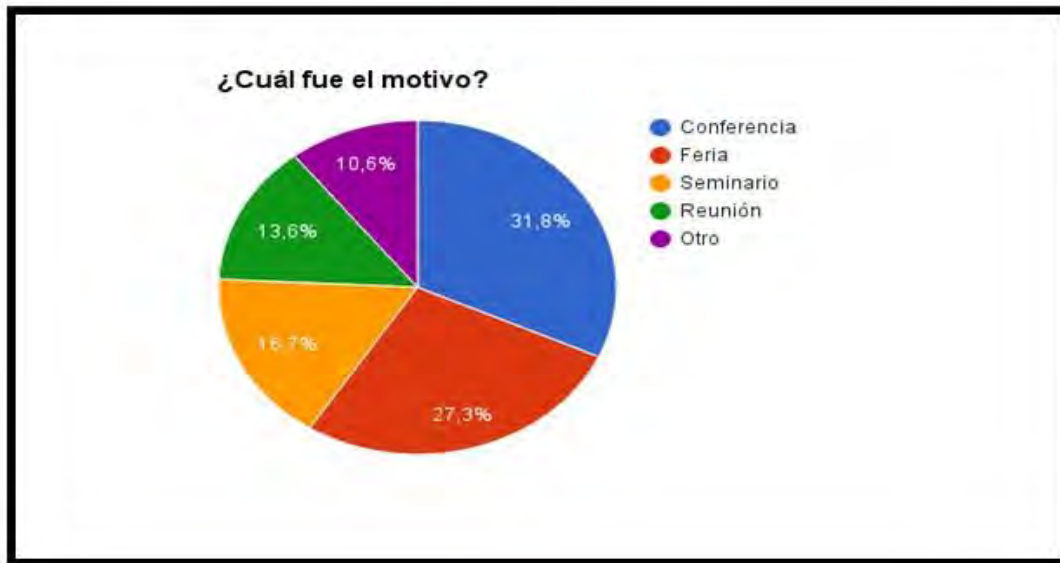
Gráfica 30 Lugar de participación



Fuente: Elaboración propia

El 31.8% conferencia, el 27.3% fue por feria, el 16.7% fue seminario, el 13.6% reunión y el 10.6% otros motivos.

Gráfica 31 Motivo de participación en turismo de Negocios, seminarios u otros.



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 32, el 50.8% tuvo permanencia de uno a dos días, 40% de tres a cuatro días y el 9.8% de cinco a mas días.

Gráfica 32 Duración de su reunión, evento o seminario.



Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica el 81.4% indicó que si tiene tiempo libre después de su viaje de negocios y el 18.6% que no.

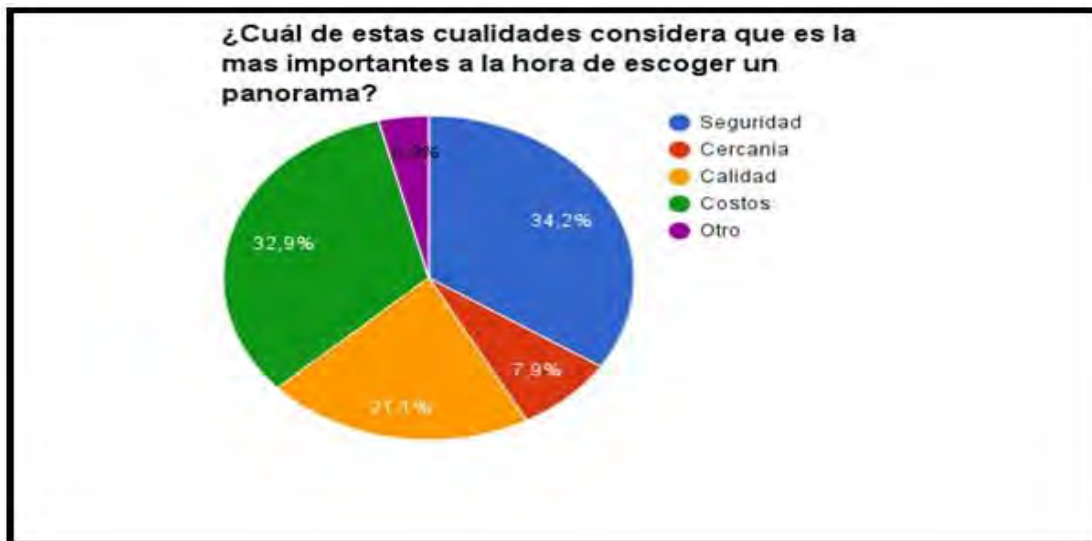
Gráfica 33 Actividad después de su viaje de negocios.



Fuente: Elaboración propia

El 34.2% comentó que la cualidad al escoger un destino es la seguridad, el 32.9% los costos, 21.1% calidad, 7.9% cercanía y el 3.9% otros.

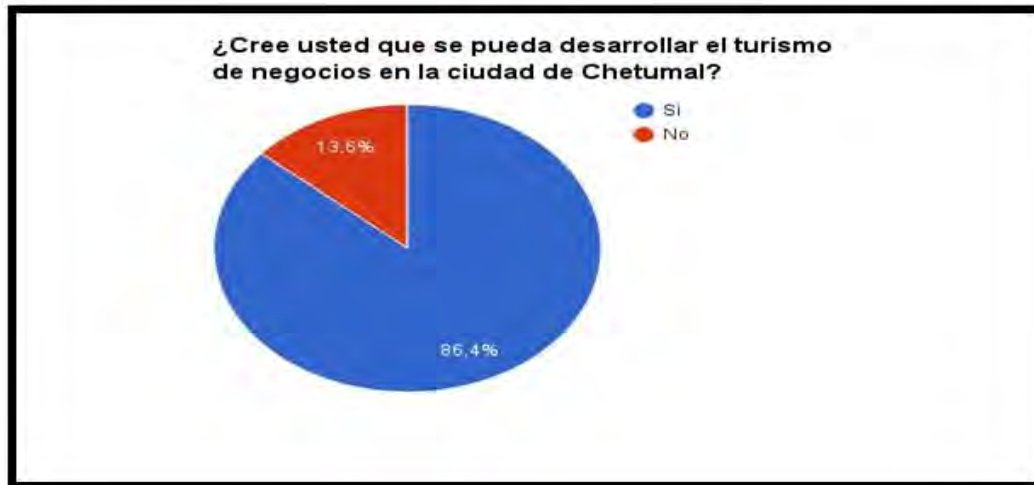
Gráfica 34 Cualidades importantes a la hora de elegir un destino.



Fuente: Elaboración propia

El 86.4% señaló que si pueda desarrollar el turismo de negocios en la ciudad de Chetumal y el 13.6% que no.

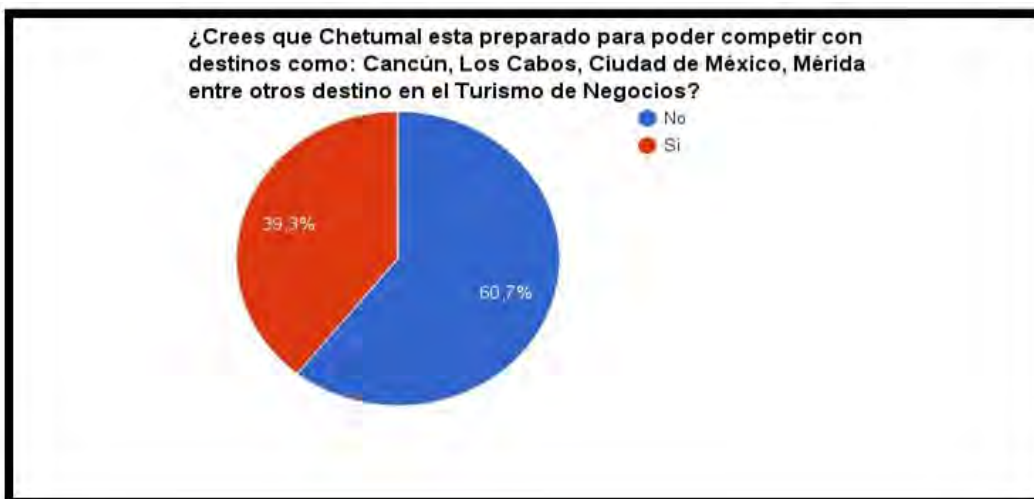
Gráfica 35 ¿Cree que se puede Desarrollar un turismo de negocios en Chetumal?



Fuente: Elaboración propia

El 60.7% externo que Chetumal no está preparado para competir con otros destinos de la República Mexicana. El 39.9% expresó que si está preparado.

Gráfica 36 ¿Cree que Chetumal está preparado para poder competir con otros destinos?



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se llevó a cabo una búsqueda y recopilación de datos acerca del turismo de negocios en los diferentes partes del mundo donde se lleva a cabo, a continuación se presenta la información.

4.1 El turismo de negocios

Ramírez Ávila, 2006 quien ha trabajado en la compilación de información sobre el turismo de negocios, donde muestra ciertos datos de la historia en México y en el mundo:

Se sabe que los viajes de negocios surgieron primero que los de placer, a partir del comercio. A continuación se mencionan antecedentes del turismo de negocios y cómo surge:

- En el siglo XIII el italiano Marco Polo fue predecesor de los viajes, sus expediciones fueron por motivos comerciales, su primer viaje fue en el año 1260 al Oriente.
- Siglo XIII se empleaba la frase de origen francés Faire le Grand Tour (dar la gran vuelta), para referirse a aquellos jóvenes que para complementar su educación viajaban a diferentes países de Europa, de los cuales se empezaban a llamar turistas.
- A fines del siglo XVIII y mediados del siglo XIX en la “revolución industrial” hubo una transformación en la economía, surgió una clase media numerosa que deseaba viajar por lo cual se instituyen vacaciones y se mejoran los transportes como el uso de los barcos de vapor y ferrocarriles.
- En 1935 los ingleses empezaron a realizar excursiones en autobús a Leningrado y Moscú.
- En 1939 llegó la aviación civil, llegó a tener una red de transporte que ya disponía de vuelos regulares en servicios trasatlánticos entre Inglaterra y Estados Unidos de América.
- En 1789 los recintos feriales en Alemania se denominan Messe que significa Misa, fue un festival popular con el fin de aprovechar las riquezas naturales, sacar mayor rendimiento, así como métodos y herramientas, sirvieron como punto de encuentro

a personas dedicadas a diferentes actividades dando preferencia a la industria y sus últimas invenciones, se admiraba lo que se había creado en esfuerzo a la modernización (se sustituyó el trabajo artesanal por el mecánico)

- A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en 1841, quien utilizó un tren alquilado para 570 turistas de Loughborough a Leicester (viaje redondo), marca esta época como el surgimiento de los viajes organizados con fines lucrativos. También preparó el *Handbook of the trip*: primer itinerario descriptivo de viaje. En 1849 hizo el primer viaje para guías de turismo, en 1851 envió a 165000 a la exposición de Londres y en 1872 organiza el primer viaje alrededor del mundo con 9 personas con duración de 222 días.
- En 1945 se funda la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) incrementando la comercialización y originando que los inversionistas buscaran una mayor productividad en sus capitales con impulso al turismo y técnicas de mercadotecnia para captar al visitante que quería.
- En 1951 fue la “Gran exposición Londres” que fue concebida para mostrar el progreso de la humanidad en el siglo XIX, donde estaban productos traídos de todo el mundo: maquinaria, productos manufacturados, esculturas, materia prima, adelantos técnicos artesanales, maquinaria llamativa como locomotoras, motores marinos, prensas hidráulicas. Países como Bélgica mostraron sus encajes artesanales; España armas de fuego y ricos tapetes; Estados Unidos pilas de jabones y polvo dentífrico, maíz indio, botes salvavidas y pontones de fábrica; Inglaterra rifles y la cosecha mecánica de McCormick fue la sensación; India artículos tallados en marfil, brillantes, chales de cachemira y hasta un castillito con toldo encima de un elefante. La exposición duró 23 semanas ante millones de visitantes, que fue una consecuencia del concepto liberal de la economía, el comercio libre, libre comunicación, mejoramiento de la producción y su ejecución por medio de la libre competencia.
- En 1960 George Mortimer Pullman concibió la idea de crear un “coche-salón” y contribuyó al desarrollo de ferrocarriles y hospedaje aportado por Thomas Cook, en 1867 se realizó el primer crucero para turistas al desarrollo de las comunicaciones marítimas.

- En Estados Unidos iban creciendo los eventos de reunión así como la asociación que las organizaba en 1896 en la ciudad de Detroit se dieron cuenta del beneficio económico la cual se creó la oficina de convenciones y visitantes para luego formarse otras como la Asociación Internacional de Oficina de Convenciones y Visitantes (IACVB siglas en ingles).

4.2 Historia de turismo de negocios en México

El turismo de negocios en México es difícil tener antecedentes porque como se conoce en la actualidad, es muy reciente. Sin embargo existe un documento de Cruz Gómez y Salva que proporcionan datos de congresos que se llevaron a cabo desde 1929.

En 1930 las compañías de seguros organizaron sus primeras convenciones, en 1935 el Club Rotario Internacional organizó un evento con 5000 participantes de todo el mundo, y como la ciudad de México no estaba preparada en cuanto a alojamiento, se tuvo que improvisar una ciudad “Jardín Pullman” en la estación de trenes y hasta cuartos de hospital se utilizaron para recibir a los visitantes.

En 1939, se realizó un encuentro de hoteleros de la Asociación de Hoteleros Americanos. En 1946 surgen los viajes de incentivos. Para 1966, México se convierte en una sede atractiva para empresas extranjeras de compañías electrónicas, automotrices, de maquinaria agrícola, etcétera.

En 1972, se registra la mayor Convención de la Ciudad de México con 26 000 participantes del Club de Leones Internacional. La Ciudad continuaba sin capacitación de hospedaje y servicios para este tipo de turismo, por lo que fracasó.

El comité de turismo de la Cámara Americana de Comercio de la Ciudad de México, celebró en 1968 un seminario referente a las oficinas de convenciones, al que asistieron decenas de directores de oficinas de convenciones de Estados Unidos para exponer las funciones que tenían. En 1969 fue el primer intento de la creación de Oficina de Convenciones y Visitantes de la Ciudad de México (OCV).

En cuanto a la industria de exposiciones, esta ha crecido aceleradamente en los últimos quince años. Cuando en 1987 solo existían cinco en la Ciudad de México, y en 2002 fue de 20 recintos.

Acapulco inicio actividades en 1972 con el centro de espectáculos y Exposiciones de Acapulco. En 1978 se construyó el Centro Convenciones de León, dos años después aparece el primer recinto en la Ciudad de México.

El *World Trade Center* de la Ciudad de México, abrió en 1995, cuatro años después Cintermex en Monterrey, y en esa década Expo Chihuahua. Durante esa época, muchas ciudades del país copiaron este esquema de construcción de recintos que producían un crecimiento de derrama económica para la ciudad.

De 2000 a la fecha, se inauguró Santa Fe e Hipódromo de las Américas (ahora Centro Banamex) en la ciudad de México, así como importantes ampliaciones en Expo Guadalajara y Poliforum León (antes CONEXPO).

SECTUR ha agrupado a los destinos de turismo de negocios en

Centros de playa.

Grandes ciudades.

Ciudades de interior.

Ciudades patrimoniales.

Ciudades fronterizas.

A continuación se presenta en la siguiente Tabla No 1 de los destinos receptores de turismo de negocios en México.

Tabla No 1. Destinos receptores de turismo de negocios en México

DESTINOS RECEPTORES DE TURISMO DE NEGOCIOS EN MÉXICO				
Centros de playa	Grandes ciudades	Ciudades del interior	Ciudad patrimonial	Ciudades fronterizas
Acapulco	Guadalajara	Aguascalientes	Campeche	Ciudad Juárez
Cancún	León	Chihuahua	Guanajuato	Tijuana
Huatulco	Mérida	Cuernavaca	Morelia	
Ixtapa-Zihuatanejo	México	Hermosillo	Oaxaca	

Los Cabos	Monterrey	Los Mochis	Querétaro	
Manzanillo	Puebla	Saltillo	Zacatecas	
Mazatlán		San Luis Potosí		
Puerto Vallarta		Toluca		
		Torreón		
		Tuxtla Gutiérrez		
		Villahermosa		

Fuente: Ávila, E. A. (2006). *Turismo de Negocios*. México: Trillas.

Muchas ciudades mencionadas no cuentan con recintos expresamente construidos para llevar exposiciones o congresos, estos eventos se realizan en salones de hoteles, teatros o auditorios.

En los países de habla inglesa se conoce como MICE a todo aquello que tiene que ver con congresos, convenciones, viajes de incentivo y exposiciones. MICE significa, por sus siglas en inglés: *meetings, incentives, conventions and exhibitions*. (Tinajero, 2013)

4.3 ¿Qué es turismo de negocios?

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, turismo significa “Actividad o hecho de viajar por placer”, y negocios: “Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés”, lo cual no refleja en absoluto lo que es un congreso, en el que ni se hace turismo y mucho menos negocios; pero, lo peor, es que la combinación de ambas palabras (turismo y negocios) resulta una contradicción.

Se habla mucho sobre turismo de negocios, sin embargo, este término todavía resulta confuso para muchas personas y aun para algunas personas involucradas con el turismo, ya que pareciera contradictorio turismo y negocios, o se es turista o va a hacer negocio. Las definiciones de cada palabra pueden ser contradictorias.

En la actualidad esta concepción se ha transformado de tal manera que la Organización Mundial de Turismo (OMT) considera que el turismo también puede abarcar los tiempos de trabajo, de personas que tienen que realizar actividades fuera de su entorno habitual y usan

de los servicios turísticos, con lo cual se ha creado el llamado turismo de negocios, que genera importante derrama de dinero, en los sitios escogidos.

La definición de turismo de negocios es el relacionado con viajes, en que la empresa da viáticos a sus miembros para efectuar gestiones, capacitarlos, estimularlos, promover, vender productos y servicios. También incluye a asesores, capacitadores y consultores que reciben un pago por sus servicios.

De esta forma este tipo de turismo está vinculado con convenciones, congresos, simposios, ferias, exposiciones y viajes de incentivos. El turismo de negocios busca mejorar la competitividad de las empresas, fomenta la exportación, genera valor agregado a sus servicios y productos, al mejorar su calidad y ponerlos más cerca de los consumidores.

Chetumal cuenta con infraestructura como el centro de convenciones, hoteles, restaurantes a lo largo de su bahía, aeropuerto, terminal marítima y terrestre, entre otros para la realización del turismo de negocios, pero aún falta de la capacitación, que es importante para que esta modalidad se pueda desarrollar en la ciudad.

Se han realizado ferias, exposiciones y viajes de negocios en la ciudad, aunque, no son en gran cantidad como en otras ciudades si se ha presentado la oportunidad; es una buena opción de turismo para dar a conocer la ciudad y sus alrededores; de esta manera en un futuro no solo sea el turismo de negocios si no también captar a los turistas para el turismo cultural, naturaleza, de aventura, entre otros.

4.4 Perfil de los turistas visitan Chetumal

A Chetumal llegan más personas de lugares cercanos, al igual que visitantes nacionales que están de paso para ir a la zona norte del estado en busca de sol y playa, y extranjeros específicamente del país vecino Belice. La ciudad mantiene su flujo económico y los negocios existentes como hoteles, restaurantes, agencias, gracias a que la gente se queda menos de dos días a una semana. El turista que visita Chetumal es de mayor edad, con alto gasto, lo visita por negocios y tramites.

Los motivos por que visitan Chetumal, son por visita de familia o amigos (41%), trabajo de negocios (30%) se sabe que en la ciudad se hacen de los trámites y papeleos ,el 18% son por vacaciones,(6%) contacto con la naturaleza y el (5%) otros motivos.

Los atractivos de la ciudad son culturales (60.7%) y naturales (31.4%) según los resultados de la investigación; por este motivo a las personas los atrae la cultura de Chetumal, seguido de su gente y tradiciones y las playas cercanas (Costa Maya).

Los atractivos frecuentados en la ciudad son el museo de la cultura maya (86.4%), mural del congreso (6.4%) y el museo de la ciudad (6.4%); los monumentos más conocidos son el monumento al pescador (58.6%) cabe mencionar que este monumento fue remodelado y se le agrego la frase “Aquí inicia México” y a partir de eso la gente que viene a la ciudad pasa a tomarse una fotografía, el monumento al renacimiento (15%), monumento a la bandera (13.6%). Estos monumentos se encuentran en el boulevard bahía y se encuentran cerca uno del otro, es muy común ver puestos de antojitos como marquesitas, papas, entre otros; esta parte de la ciudad es muy visitada y lo convierte en una zona turística.

4.5 Resultados de diagnóstico

Con el diagnóstico externo e interno de Chetumal se pudo realizar una serie de puntos que pueden explicar a la actividad turística existente, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas descritas a continuación. (Ver Tabla No. 2)

Tabla No 2. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dela ciudad de Chetumal (FODA)	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ciudad de Chetumal tiene cercanía con Costa maya donde se encuentra Mahahual, que cuenta con grandes arrecifes de coral. • Río Hondo, navegable y con atractivos en su ribera, comunidades cercanas. • Importancia cultural, historia, museos, monumentos, y cercanía de sitios arqueológicos importantes como Kohunlich, Oxtankah, Dzibanché o Kinichná. • Infraestructura para la accesibilidad aérea, terrestre y marítima. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incipiente encadenamiento e innovación de productos turísticos, los prestadores de servicios turísticos trabajan de manera individual. • Falta de cultura empresarial y desconocimiento de regulaciones y trámites en emprendedores turísticos. • Excesivas regulaciones ambientales para desarrollar micro y pequeños negocios ligados a la naturaleza. • Insuficientes vuelos y horarios inadecuados.

<ul style="list-style-type: none"> • Importantes Áreas Naturales Protegidas, terrestres y marinas. • Fideicomiso de Promoción Turística de Othón P. Blanco (Grand Costa Maya) y el Consejo Consultivo Municipal de Turismo. • Contacto directo con Belice y constantes viajes de familiarización con sus operadores para la promoción turística del municipio. • Reservas territoriales propiedad del IPAE para apoyar el desarrollo turístico de Mahahual – Xcalak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de actividades culturales y de convenciones en la ciudad. • Falta de capacitación para atender al turismo especializado. • Falta sistema de información turística detallada por zonas y evaluación periódica del nivel de satisfacción de los visitantes. • Falta de instrumentos de apoyo a inversionistas para que el turismo sea una industria basada en criterios de sustentabilidad social, económica y ambiental. • Contaminación del Río Hondo con aguas residuales industriales y de las diversas localidades.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cercanía con destinos reconocidos de Belice (San Pedro, Ambergris Caye) para generar sinergias mediante alianzas entre operadores turísticos. • Incorporación de Chetumal a las rutas nacionales de Volaris para propiciar mayor flujo de turistas de sol y playa y naturaleza. • Disposición de inversionistas, emprendedores y organizaciones para desarrollar productos turísticos relacionados con la naturaleza y de bajo impacto. Crecimiento en la demanda de segmentos vinculados con la naturaleza. • Incremento en la preferencia de destinos sustentables para turistas de alto gasto. • Proceso de deslizamiento del peso con respecto al dólar, lo que puede 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El desbloqueo de Cuba para el mercado de turistas procedentes de Estados Unidos • Campañas de desaliento a nivel internacional para que no se visite el país por la violencia que se genera en algunos estados, afectando a Quintana Roo. • La presencia de enfermedades virales que se han presentado en el país como Influenza, Dengue, Zika y Chikungunya. • Alta susceptibilidad y vulnerabilidad ante huracanes y sus consecuencias como inundaciones y marea de tormentas. • La depreciación del peso mexicano.

<p>favorecer la atracción de turistas extranjeros.</p> <ul style="list-style-type: none">• Interés gubernamental de detonar el turismo en Gran Costa Maya.	
--	--

Fuente: Dirección General de Turismo Municipal y elaboración propia

Con estos puntos presentados se analizó la actividad turística de la ciudad de Chetumal. Se deben aprovechar los atractivos naturaleza y culturales con los que cuenta, también el turismo de sol y playa que llega en la Gran Costa Maya, para atraerlos a la ciudad, que visiten las comunidades donde existen diversidad natural de balnearios, arroyos y ojos de agua, con ello dejar una derrama económica para las familias que viven en esa parte del Río Hondo; al igual se debe proponer la creación de una Ruta para visitar las zonas arqueológicas, abrirse camino a operadores para la promoción turística y aprovechar el turismo beliceño con el que contamos.

Se debe fortalecer en Chetumal la ayuda mutua y cooperación de operadores turísticos para la creación de nuevos productos turísticos y diferenciados, con beneficios para todos, los emprendedores y empresas deben respetar las normas y regulaciones que se encuentran con relación al medio ambiente, al igual las instituciones que las cuidan deben permitir el desarrollo de pequeñas empresas que fomenten el cuidado del medio ambiente.

Los turistas han tenido ciertos inconvenientes, por la falta de información turística con la que cuenta Chetumal, se deben de mejorar las señalizaciones e incrementar los módulos de información en diferentes puntos de la ciudad, y monitorear la satisfacción al cliente en restaurantes, hoteles, estaciones de transporte, entre otros.

La ciudad de Chetumal ha ampliado la ruta nacional de vuelos de Volaris, lo que ha beneficiado en cuanto a la llegada de turistas a la ciudad, especialmente a turistas de poder adquisitivo como los de sol y playa, también de naturaleza, personas consientes del cuidado de medio ambiente, lo que se puede aprovechar pues en los últimos años este tipo de turismo ha tomado importancia y que mejor para la ciudad que cuenta con gran variedad. Una amenaza que se debe tomar en cuenta en la ciudad para su mejora, es que ante la llegada de huracanes y sus consecuencias como inundaciones, ha ocasionado serios problemas en las calles, caminos y carreteras, provocando grandes y pequeños baches, lo

cual solo han sido rellenados pero se vuelven a formar una y otra vez cada que es tiempo de lluvias. La infraestructura es importante si se quiere un desarrollo turístico de la ciudad.

Principales causantes de la problemática turística

Externos

Falta de promoción de la ciudad Chetumal, existe poca publicidad acerca de la ciudad, las actividades y lo que se puede encontrar en el sitio y cercanía.

Causantes locales

Actividades turísticas en proceso de maduración con acusadas deficiencias:

Oferta limitada y con bajos niveles de servicio, no propicia afluencia de mayor gasto.

Escasa oferta de servicios complementarios a la actividad turística.

Insuficiente diversificación y encadenamiento de los productos turísticos.

Falta capacitación turística, en la administración y operación de los servicios turísticos.

Las instalaciones culturales no cuentan con promoción adecuada ni eventos enfocados al turista.

A las personas les hace falta sentirse parte del lugar donde viven, estar orgullosos del lugar donde nacieron y conocimiento de atractivos turísticos de la ciudad.

4.6 Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo con el diagnóstico el tipo de turista que necesitaría la ciudad, es un turista de Cultural-aventura y negocios. Debido a las condiciones de la ciudad, este no podría optar por un turismo de masas, ya que es pequeño.

El turista existente es nacional, básicamente del centro del país, esta podría seguir siendo la población meta, hasta que se posicione.

No cuenta con un estudio de capacidad de carga que es muy necesario, antes de pensar en atraer turistas.

Existen sitios que ofrecer a los turistas, estos dispersos y variados, desde lo cultural, aventurero e incluso extremo, como segmentarlo, y crear productos turísticos exactos.

En la investigación el resultado que se obtuvo, la mayoría de los encuestados dice que Chetumal no es una ciudad turística (57.1%), sin embargo, la ciudad si tiene potencial para desarrollar el turismo (91.4%).

El 97% de los ciudadanos exigen mejor calidad de vida y mejor infraestructura, el 95% menciona que existe el desempleo y con la actividad turística como complemento se podrá generar otros empleos para tener mejor calidad de vida y satisfacer sus necesidades básicas. El turismo que se podría desarrollar en la ciudad según los resultados obtenidos (42.1%) el turismo cultural, (37.1%) turismo de naturaleza, (12%) de negocios y (7.9%) turismo de compras. Las personas que eligieron el turismo cultural para la ciudad, por la gran diversidad de historia, museos, monumentos, arquitectura y cercanía con las zonas arqueológicas; el turismo de naturaleza lo eligieron por el potencial de la bahía por la flora y la fauna que habita en ella, los paisajes y atardeceres y la cercanía con el Rio Hondo, el turismo de negocios por que se ha visto que viajan a la ciudad residentes del estado para realizar trámites.

La ciudad de Chetumal cuenta con la infraestructura suficiente por aprovechar como el centro de convenciones, así como el turismo de compras por la llegada de extranjeros especialmente beliceños que llegan con este propósito además se debe reactivar la avenida Héroes dando prioridad a artesanos de la venta de sus productos, haciendo eventos culturales en las calles frecuentemente y otras actividades que los mismos restauranteros y tiendas puedan ofrecer para generar mayor flujo turístico y les beneficie, como lo han implementado otros destinos como la ciudad de Mérida, en donde exhiben sus productos y hacen eventos para vender a través de descuentos.

Los encuestados pudieron distinguir que es el turismo de negocios (67.1%), si han viajado por motivos de negocios (59.3%), han participado en un evento de negocios en la ciudad (40%), y el lugar en donde participaron mayormente fue en la Universidad de Quintana Roo (36%), centro de convenciones (19%) y en hoteles de la ciudad (12%).

Los motivos fueron diversos, conferencias (31.8%), ferias (27.3%), seminarios (16.7%) y reuniones (10.6%); con duración destacable de dos días. La mayoría dispuso de tiempo libre después de su viaje de negocios (81.4%).

Las cualidades a la hora de elegir un destino son la seguridad (34.2%) y la calidad (21.1%); las personas mencionan que si se puede desarrollar turismo de negocios (86.4%) pero la ciudad aún no está preparada (60.7%).

El turismo de negocios, en los últimos años, está creciendo y retomando su verdadera importancia de la economía del país. Actualmente, la industria tiene una derrama de 6,000 millones de dólares, según estimaciones de la Secretaria de Turismo. (FORBES, 2016)

Este tipo de turismo debido a la gran competencia a la que está sometido se ve obligado a mejorar su calidad en infraestructura (acceso de carreteras) y equipamiento de recintos congresales (museos, salas de hotel, capacidad de hospedaje, entre otros).

Los resultados de la investigación en cuanto a la evaluación de la infraestructura destacan como servicios regulares a la red de carreteras (44%), aeropuerto (47%), seguridad (41%), transporte (41%), y atractivos turísticos de Chetumal.

En los resultados los recursos de apoyo a la actividad turística están de acuerdo, (51%) en la infraestructura a las diversas necesidades del turista, en cuanto a las suficientes instalaciones médicas en caso de emergencias el resultado es en desacuerdo (-52%), el servicios bancarios es positivo (51%), la variedad en sistemas de telecomunicaciones en la ciudad es escasa los encuestados mencionan que no hay variedad (-60%).

Los programas eficientes de seguridad pública al turista son escasos (-80%) están en desacuerdo, la eficiencia y calidad en el transporte los encuestados opinaron que están en desacuerdo (-71%). El servicio de transporte de taxi en la terminal de autobuses en ocasiones es un abuso, se cobran tarifas altas e inadecuadas tanto a residentes como a los turistas, esto deja muy mala perspectiva.

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) señala que el gasto promedio de un viajero en un evento de turismo de negocios es de 4 a 6 veces más que de uno de sol y playa. Por ello los turistas de este tipo son más exigentes en cuanto a la calidad en los servicios del destino.

De acuerdo a la investigación realizada se considera que Chetumal si pretende desarrollar un tipo de turismo necesita mejorar en cuanto a la calidad de los servicios en restaurantes, hoteles, transporte, entro otros.

Las empresas de la ciudad no tienen definido los estándares de calidad (-66%) están en desacuerdo, no monitorean la satisfacción del cliente (-72); se está en desacuerdo en la satisfacción de la calidad de los turistas (-71%). Las empresas no están comprometidas con la calidad en el servicio que brindan a los turistas (-68%) y se está en desacuerdo que no existen cursos de capacitación para mejora de la calidad (-69%).

No se trata de crear hoteles y restaurantes solo porque en un futuro vendrán turistas, se tiene que brindar el servicio necesario con los estándares de calidad, los servicios que ofrece la ciudad son variados pero no de la calidad que requiere este turismo, tendría involucrarse con los programas existentes para su mejora, sin embargo en la actualidad y debido a la experiencia de algunos eventos que ha tenido la ciudad el servicio de hospedaje es muy bajo.

Según estadísticas y estudios relacionados con turismo de negocios (Turismo MICE) que pública, quienes practican turismo de negocios se preocupan menos de los precios que los turistas vacacionales y en promedio gastan al día el doble que estos. Los resultados de las tarifas de la ciudad de Chetumal muestran que los precios de los hoteles son adecuados (52%) al igual que los precios de los restaurantes (56%), también están de acuerdo con los precios del transporte terrestre (66%) y del aéreo (56%).

Las personas que hacen turismo de negocios tratan de disfrutar y divertirse, este viajero siempre tiene un poco de tiempo libre y los más probable es que participe en actividades que no impliquen demasiado riesgo y esfuerzo.

Es por ello que los viajeros que lleguen a la ciudad con este propósito de turismo puedan complementarlo realizando turismo cultural, los resultados de la investigación evalúan como regular los monumentos, los festivales culturales, los teatros, la gastronomía local, mientras que los museos y zonas arqueológicas, se encuentran en buena condición, según las opiniones, así mismo consideran que se realizan acciones para la conservación de la historia y cultura de manera regular.

Es importante que la población participe o se involucre en el desarrollo de la actividad turística para una mejor atención del turista. El resultado que presenta la investigación es negativo en cuanto a que la población apoye el desarrollo de la actividad turística (-54%) desacuerdo, la población de la ciudad es amable ante la llegada de turistas la respuesta fue positiva (60%) de acuerdo, los resultados también desfavorecieron a que no existen programas que fomenten la hospitalidad al turista (-70%) desacuerdo.

Los gobiernos tienen bajo su responsabilidad la planeación y coordinación de la actividad turística además de las diferentes dependencias; en esta investigación menciona que el gobierno no actúa eficientemente entre el sector público y privado (-90%) desacuerdo, al igual que no representa efectivamente las opiniones de los actores(-90%) desacuerdo, los

entrevistados contestaron negativamente ante que el gobierno no es un enlace efectivo con el sector privado en el ámbito de políticas de turismo, planeación y desarrollo (-85%) desacuerdo, así como negativamente ante de la generación de información de estadística en el ámbito de turismo (-82%).

Las personas están en desacuerdo en que el gobierno monitorea y evalúa constantemente el desarrollo de la actividad en el destino (-83%).

El sector público no está comprometido con el desarrollo sostenible de la actividad turística (-82%) al igual que el sector privado está en desacuerdo (-74%), no existe ni se aplican leyes que protejan los recursos naturales (-65%) y están en desacuerdo que no se investiga y monitorea el impacto ambiental de turismo en la ciudad (-76%).

Chetumal se considera que tiene lo necesario en cuanto a infraestructura, pero aún se necesita trabajar en el aspecto, de capacitación de personal y una cultura turística de los residentes.

Se puede decir que la ciudad aún no está preparada al cien por ciento para recibir el turismo de negocios, y si se compara con otras ciudades del país tiene mucha desventaja, pero con buena preparación y capacitación se podrá realizar el turismo de negocios en la ciudad. Tenemos infraestructura, aunque es necesario elaborar un plan estratégico para el adecuado desenvolvimiento de la actividad turística.

Con la investigación se concluye que el turismo de negocios es ideal para la ciudad porque aunque el resultado de las encuestas arrojó que el turismo cultural sería el más viable, aun no vemos ese gran flujo turístico e interesado, se debe generar productos turísticos para generar gasto del turista de negocios para aprovechar su llegada y ofertar opciones aptas para ellos, además de mejorar la calidad del servicio que ellos demandan, con el turismo de negocios se dará la oportunidad para que el turismo cultural se reactive, será un plus porque los turistas además de venir hacer sus viajes por trabajo tendrán motivo de ir a conocer la historia y cultura de la ciudad.

Es muy importante conocer la opinión de los ciudadanos en cuanto a sus recursos, saber qué es lo que piensan para estar preparados, tomar ciertas decisiones de manera colectiva y más en el ámbito turístico, porque si se quiere traer personas a la ciudad debemos saber si contamos con los bienes y servicios necesarios.

Para desarrollar el turismo de negocios en la ciudad de Chetumal se necesita mejorar los servicios de infraestructura (carreteras, accesos aeropuertos), mejora de servicios públicos, (dotación de agua, seguridad) la mejora y construcción de equipamientos (centros de salud para atender a los turistas en caso de emergencia, clubes deportivos entre otros)

Chetumal necesita la creación y renovación de la oferta turística, crear productos turísticos diferenciados, rutas a los destinos culturales y naturales existentes con alto estándares de calidad e implementar cursos de cultura turística a la población en general.

El turismo de negocios traería beneficios económicos a la ciudad en cuanto a la creación de empleos y mejoramiento del flujo turístico, pero se necesitaría de cursos de formación laboral para la población local y personal de contacto para atenderlo.

De igual manera se necesitara que los tramites y papeleos para la realización de nuevas empresas sean fáciles de tramitar, de esta forma facilitara a los empresarios y emprendedores a crear sus negocios para brindar diversos productos y servicios.

ANEXOS

Anexo 1. Inventario de atractivos culturales

MUSEO DE LA CULTURA MAYA



Figura 25 Museo de la cultura maya.
Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

El Museo de la Cultura Maya es un espacio de divulgación histórico-cultural dedicado a la cultura maya, su museografía distribuida en 6 salas, incluye objetos antiguos y de colección. Cuenta con una sala de dedicada a exposiciones temporales. En el museo se exhiben objetos de todos los períodos mayas, en el jardín adyacente del museo se exhiben reproducciones a escala natural de viviendas mayas con sus distintos elementos tradicionales. Además de que cuenta con un área para exposiciones temporales.

La cosmovisión maya es explicada mediante una reproducción de la ceiba sagrada: del mismo modo que este árbol funge como un Axis Mundi, que une el inframundo con nuestro mundo y con los cielos, la reproducción de este museo recorre de abajo hacia arriba los 3 pisos del edificio.

Para el pensamiento matemático, la medición del tiempo y la astronomía, cuenta con dispositivos interactivos que nos muestran las equivalencias de la notación maya con los números arábigos, la sofisticación de los antiguos cálculos y el engranaje de los distintos calendarios. En el museo extensas reproducciones en miniatura de varias de las ciudades del mundo maya se despliegan por debajo del piso de vidrio de la sala principal. Hay también grandes maquetas tanto de aspectos de la vida cotidiana como de importantes obras escultóricas. Otros muchos componentes de la sabiduría de este pueblo le son presentados al visitante a través de computadoras, monitores de televisión y otros muchos dispositivos de gran poder didáctico.

MUSEO DE LA CIUDAD



Figura 26 Museo de la ciudad. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

14:00 horas.

Está dedicado a la exhibición de fotografías, utensilios y documentos que narran la historia de la fundación de la ciudad, desde sus orígenes, a finales de en la Guerra de Castas, cuando llegó Othón Pompeyo Blanco, hasta su desarrollo y época moderna, ubicado en la Av. Héroes 66, esquina con Av. Héroes, Col. Chetumal Centro, C.P. 77000, Othón P. Blanco, Quintana Roo. De martes a domingo, 09:00 - 19:00 hrs. Adultos y descuento a niños, domingos entrada libre con credenciales de Quintana Roo, ser ciudadano quintanarroense, horario del domingo, 09:00 -

CASA CRONICA



Figura 27 Casa crónica. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

estudiantes de todos los niveles hasta académicos universitarios e investigadores. El profesor Ignacio Herrera Muñoz, cronista vitalicio de la ciudad y encargado de la Casa de la Crónica, ha recopilado mucha información al respecto entre documentos, libros y fotografías que se aprecian en la sala principal.

Estas fotografías están clasificadas en diferentes etapas de la historia de Chetumal, entre las que destacan los espacios dedicados al huracán “Janet”, la fundación de la ciudad y sus precursores y el desarrollo hacia la modernidad.

La Casa de la Crónica se localiza en el Parque de los Caimanes, uno de los más antiguos de Chetumal. El edificio que alberga a la Casa de la Crónica es del estilo colonial inglés que predominaba hacia la primera mitad del siglo XX: una casa de madera de dos plantas y techo de lámina.

En la sala principal se encuentra una muestra fotográfica que abarca diferentes etapas de la historia de Chetumal, fundada con el nombre de Payo Obispo el 5 de mayo de 1898 por Othón P. Blanco. Fundada el 23 de julio de 1998, esta casa ofrece los servicios de biblioteca y fuente de información para

MAQUETA DE PAYO OBISPO



Figura 28 Maqueta Payo Obispo. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

A pocos metros de la bahía, al inicio de la avenida Hidalgo, se halla la maqueta "Luis Reinhardt McLiberty", mejor conocida como la Maqueta de Payo Obispo, donde se recrea en pequeño formato la antigua aldea de Payo Obispo, (arquitectura romántica inglesa) que fue fundado el 5 de mayo de 1898 por Othón Pompeyo Blanco, en 1915 se erigió como capital de Quintana Roo y en 1936 comenzó a llamarse Chetumal.

El objetivo del museo es brindar al visitante un panorama, a través de maquetas de pequeño formato, fotos y fichas informativas del estilo de vida.

BOULEVARD BAHÍA



Figura 29 Boulevard Bahía. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

Es el malecón más largo de toda la península de Yucatán, puedes recorrerlo en vehículo, bicicleta, o caminando disfrutando de la maravillosa brisa de la Bahía, a lo largo del recorrido se encuentran sitios o monumentos emblemáticos para nuestra bella ciudad Chetumal como, el Parque del Renacimiento, Palacio de Gobierno, Explanada de la Bandera, el Obelisco, el Kiosco, la Fuente del Pescador, Congreso del Estado y el Faro, siendo estos de los puntos más concurridos por los habitantes y turistas; Cabe mencionar que el H. Ayuntamiento todos los domingos realiza eventos como, "Domingos en bici" enfocado a

la familia para disfrutar de un paseo en el boulevard. En lancha o kayak dar paseos en la bahía, es el sitio ideal para descansar y disfrutar de la brisa marina y el atardecer. Por las noches podrás encontrar una variedad de Antros, Restaurant Bar y divertirse ya sea bailando o tomando las mejores bebidas de tu preferencia, también se cuenta con un casino en el Boulevard.

CORREDOR ESCULTÓRICO DEL BOULEVARD BAHÍA

La Concha acústica es un pequeño foro al aire libre donde los domingos y días festivos suelen tocar bandas de música y bailables de diferentes tipos, a un costado se encuentra el faro de la ciudad que fue fundado en 1930.



Figura 30 Concha acústica boulevard Bahía. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

A partir de ahí, los siguientes tres km del boulevard ostentan una parte del Corredor Escultórico con 17 piezas de distintos artistas de gran renombre como Pedro Cervantes, José Luis Cuevas y Helen Escobedo. Las piezas restantes del corredor escultórico se encuentran en la avenida insurgente, y en las afueras de la ciudad de Chetumal.

TEATRO CONSTITUYENTES DEL 74



Figura 31 Teatro constituyentes del 74. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco.

Espacio destinado a presentaciones de obras de teatro, danza y conciertos musicales. Originalmente funcionó como Auditorio del Instituto de la Juventud y en 1996 fue redecorado y declarado como Patrimonio Histórico del Estado. Museo de la Ciudad de Chetumal – Fue creado para proteger y difundir la memoria histórica de Chetumal. Se ubica en el Centro Cultural de las Bellas Artes. Consta de una museografía conservadora distribuida en 5 salas, en donde se muestra la historia de la civilización maya, la guerra de castas, la influencia británica en la vida cotidiana y eventos cruciales en la historia de Chetumal como el huracán “Janet”. Horario: Martes a sábado de 9:00 a 19:00 hrs y domingos de 9:00 a 14:00 hrs. Maqueta Payo Obispo – La arquitectura que caracterizaba al antiguo Chetumal (Payo Obispo) en sus primeros años se presenta en una maqueta a escala con bellas construcciones de madera. Una creación de la nostalgia donde no faltan los cuartos, esos

tanques en los que se almacenaba agua de lluvia. Horario: martes a sábado de 9:00 a 22:00 hrs. y domingo de 9:00 a 14:00 hrs.

POLI FÓRUM CUTURAL GRAL. RAFAEL E. MELGAR.



Figura 32 Polifórum cultural Gral. Rafael E. Melgar. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco.

Establecimiento en donde se muestran películas y cintas cinematográficas. Av. Héroes entre Chapultepec y Lázaro Cárdenas s/n colonia centro CP. 77000.

SUBTENIENTE LÓPEZ



Figura 33 Subteniente López. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

Se localiza a 8 km a 1 poniente del centro de Chetumal parte el camino que conduce 3 km más adelante en dirección hasta el poblado fronterizo de Subteniente López. Desde hace 40 años ahí se encuentra un puente sobre el río Hondo que lleva a Belice. Para cruzarlo a pie o en automóvil no hace falta pasaporte, porque del otro lado, antes de cruzar la garita de acceso a Belice, está la famosa Zona Libre. En esta zona, las docenas de comercios existentes ofrecen sus mercancías libres de impuestos. Venden perfumes, ropa,

accesorios de vestir, bebidas alcohólicas, cigarros, alimentos enlatados, etc. Es muy famosa también por sus casinos

Anexo 2. Inventario de atractivos naturales

SANTUARIO DEL MANATÍ

El manatí antillano (*Trichechus manatus*), el mismo que los hombres de Hernán Cortés confundieron con sirenas. Como las demás especies del orden de los sirenios, este manatí es un gran mamífero marino herbívoro, cuyo hábitat original abarcaba desde Florida hasta Brasil, llega a vivir 60 años.

En 1996, el gobierno del estado de Quintana Roo estableció el llamado “Santuario del Manatí”, un área natural protegida de 281 000 ha que abarca el río Hondo, la Bahía de Chetumal y la Laguna Guerrero.

Desde entonces, distintos organismos gubernamentales, además de centros de estudios superiores, instituciones privadas y organizaciones conservacionistas internacionales han sumado esfuerzos para ayudar a sostener este santuario.

Se estima que de los doscientos ejemplares de manatí que habitan en el estado de Quintana Roo, unos ochenta o noventa residen en el santuario (el cual, es también hogar de otras especies amenazadas como el cocodrilo de pantano, la tortuga de río y el jaguar).

Si este santuario logra crear un espacio donde las redes de los pescadores y las pópelas de las embarcaciones no cobren las vidas de más manatíes, donde se preserven los manglares, espacios naturales que dan proporción a su alimento a estos mamíferos y donde no exista más contaminación.

CALDERITAS

Se localiza a 6 km al norte de la ciudad de Chetumal, llegas a la glorieta de Leona Vicario tomando la Av. Centenario, todo derecho hasta el final llegas a la localidad de Calderitas.



Figura 34 Calderitas. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

Es uno de los mejores lugares en donde se puede comer mariscos de la zona mientras se goza de la majestuosa vista del mar. Los restaurantes de Calderitas ofrecen pescado, camarón, caracol, langosta, pulpo, y demás delicias del mar, en las distintas versiones nacionales. Calderitas es también un balneario, cuenta con hoteles, tráiler park, y un parador turístico denominado Punta Catalán, en este lugar se realizan paseos en lancha y alquiler de kayaks.

ISLA DE TAMALCAB

La isla de 9 km de largo y unos cuantos cientos de metros de ancho, se ubica a 2 Km de Calderitas. Cuenta con arenas blancas y tranquilas aguas ideal para deportes acuáticos, los amantes de la pesca y el esnórquel, lo consideran como uno de los mejores lugares de la región. La isla es el hábitat de mono araña, coatí, agutí, águila pescadora y diversas variedades de garza. Tiene también vestigios mayas.

LAGUNA GUERRERO

Cuerpo de aguas salobres que se extiende en su parte principal por casi 10 km. Junto a la laguna se encuentra el “Centro de Atención y Rehabilitación de Mamíferos Acuáticos del Área Natural Protegida Estatal “Santuario del Manatí-Bahía de Chetumal”, pero todo mundo lo conoce simplemente como El Corral de Daniel, porque ahí vive desde 2003 el manatí de este nombre. El simpático manatí fue encontrado desde recién nacido y alimentado con leche especial traída desde Florida y al cabo de dos años fue soltado en el medio silvestre. Sin embargo, Daniel prefería la compañía de humanos regresando una y otra vez hasta que se decidió dejarlo en su corral.

RAUDALES

Se ubica a sólo 3 km de la Laguna Guerrero. Con un bello arroyo que proviene de la laguna de Bacalar. Es ideal para acampar y durante vacaciones hay varios restaurantes. También se pueden alquilar *kayacs* y realizar paseos en lancha. Ideal para los que gustan de la observación de aves.

RIBERA DEL RIO HONDO

El río Hondo es un corredor en medio de la selva y una frontera natural entre México y Belice. Durante la época colonial, fue utilizado como vía fluvial para trasladar el preciado palo de Campeche, que se explotaba en la región. Posteriormente, fue la ruta para transportar el chicle natural, que se extraía del árbol del chicozapote, la caoba y otras maderas preciosas. Actualmente, sigue siendo una avenida acuática flanqueada por extensas arboledas. En su recorrido se encuentran hermosos manantiales, arroyos, cenotes

y lagunas, que hasta ahora no han sido muy explorados.

RIO HONDO



Figura 35 Rio Hondo. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

El Rio Hondo es frontera natural y corredor en medio de la selva, que divide a dos países, México y Belice. Desembocando en la Bahía de Chetumal Santuario del Manatí. Hace 250 años fue utilizado como vía fluvial para sacar el preciado palo de Campeche, que saqueaban en la región. 100 años más tarde, los mayas de Yucatán lo usaron para introducir de contrabando las armas

con las que combatieron al gobierno mexicano durante la guerra de castas. Posteriormente fue también una ruta ideal para transportar el chicle natural (del árbol de chicozapote), la caoba y otras maderas preciosas. Hoy, además de frontera, sigue siendo una avenida acuática flanqueada aun por extensas arboledas, donde el viajero encuentra hermosos manantiales, arroyos, cenotes y lagunas, todos ellos muy poco conocidos. A parte en Subteniente López, muy cerca de Chetumal, está el principal cruce fronterizo con Belice.

LAGUNA MILAGROS

El poblado Huay Pix se extiende desde la carretera hasta la orilla de esta laguna. Ahí hay restaurantes y un balneario que funciona como trailer park. Se pueden alquilar kayacs o contratar paseos en lancha. Esta laguna es otro de los espectaculares cuerpos de agua de la zona. Se extiende a lo largo de 3 km y en su parte más ancha alcanza los dos mil metros. Sus distintos tonos de azul la convierten en un paraje único. Ha sido escenario para competencias locales y nacionales de canotaje.

SACXÁN

Con un increíble mirador escénico que consiste en una torrecita de madera localizado en una loma. De ahí, se puede observar parte del territorio de Belice, el río Hondo, y una serie de humedales. Es uno de los mejores lugares para la observación de aves.

MAHAHUAL

Se encuentra ubicado a 140 km de Chetumal, circulando sobre la carretera federal 307 Chetumal- Cancún en el kilómetro 84 se encuentra la desviación Cafetal- Mahahual misma que deberás recorrer durante 50 km, aproximadamente a 90 minutos de Chetumal. Este poblado que apenas comenzó a aparecer en los mapas hace unos 20 años, se ha convertido hoy en el centro de esta franja costera, que es denominada Costa Maya, como uno de los puntos turísticos más importantes del Estado de Quintan Roo.



Figura 36 Mahahual Q. Roo. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

Un punto de referencia del lugar es el faro, muy cercano a una pequeña base naval. Al norte del faro se encuentra el Muelle Costa Maya, donde desde hace apenas un par de años atracan los grandes cruceros, varios de ellos suelen llegar cada semana, sobre todo durante el invierno.

El muelle cuenta con un club de playa provisto de incontables tiendas y restaurantes, pero es para la atención exclusiva de los pasajeros de los cruceros. Detrás del muelle hay un hotel y nuevas áreas residenciales del poblado. Al sur del faro es donde se ubica la parte más vivaz de

Mahahual. Ahí se reúnen tiendas, restaurantes pequeños hoteles y clubes de playa para todo público. Ahí también está la primorosa playa que gracias a la cercanía del arrecife es una alberca natural de increíbles azules y esmeraldas. En las cercanías hay increíbles parajes tanto para el buceo *scuba* como para el buceo libre, así como también *Snorkel*, Pesca Deportiva, Paseos en Banana, Moto Acuática, a Caballo, *Camping* y mucho más.

BANCO CHINCHORRO

Para ir a Banco Chinchorro se contrata una lancha con los pescadores de Mahahual e Xcalak y llevar equipo de buceo, o simplemente aletas y *Snorkel*. Enorme banco arrecifal ubicado a 30 km de la costa, frente a Mahahual e Xcalak. Tiene forma elíptica, con unos 45 kilómetros de largo por unos 18 en su parte más ancha. Sobre ese perímetro se encuentran las partes más altas del banco, cuatro de las cuales forman zonas arenosas emergidas. Hay además otro banco arenoso en el interior de la laguna formada por la elipse.

Anexo 3. Zonas Arqueológicas

KOHUNLICH



Figura 37 Kohunlich. Fuente: Información turística de Othón P. Blanco

Es una fascinante zona arqueológica tanto por su historia como por su valor estético y la belleza natural que la enmarca. Se estima que nació como un caserío hacia el año 200 a.c. al paso de los siglos ganó poder y creció en dimensiones. Entre los años 500 y 600 d.c se construyó el Templo de los Mascarones, que hoy día es la estructura más famosa de Kohunlich y tal vez la más emblemática del estado de Quintana Roo.

Días y Horarios Laborales: Lunes a Domingos de 8:00 a 17:00 horas.

Servicios: Área de atención al público, estacionamiento, sanitarios y taquilla para la

expedición de boletos.

Se localiza 69 km al oeste de la ciudad de Chetumal, capital del estado de Quintana Roo. Se llega a través de la carretera federal Chetumal - Escárcega; al llegar al km 62, que corresponde al poblado de Francisco Villa, debe tomarse la desviación hacia la izquierda y a 7 km, que conduce directamente a la zona por una carretera pavimentada.

DZIBANCHÉ- KINICHNÁ

Se localiza en el Municipio de Othón Pompeyo Blanco, a 81 kilómetros de la Ciudad de Chetumal, capital del Estado de Quintana Roo. Este enorme asentamiento ocupa una extensión de poco más de 40 km cuadrados, en ese lugar se localizan diversos conjuntos arquitectónicos de enorme monumentalidad y calidad constructiva. Actualmente el sitio se encuentra abierto de lunes a domingo en un horario de 8:00 a 17:00 hrs. y el costo aproximado de entrada es de 41 pesos.



Figura 38 Dzibanché- Kunichná. Fuente: <http://representaciondf.qroo.gob.mx/portal/ZonasArqueologicas.php>

OXTANKAH



Figura 39 Oxtanka. Fuente: <http://representaciondf.qroo.gob.mx/porta/1/ZonasArqueologicas.php>

Se encuentra a 16 km al norte de Chetumal, capital del estado de Quintana Roo.

En 1937 el arqueólogo Alberto Escalona Ramos dio el nombre de “Oxtankah” debido a la gran cantidad de árboles de Ramon (ox en maya) que rodean al sitio, ya que el nombre original del asentamiento se desconoce.

Es el sitio Prehispánico más cercano a Chetumal, la belleza y buena conservación del bosque de Ramones y su cercanía al Mar Caribe, lo convierten en un recorrido no sólo interesante en al aspecto arqueológico, sino también en el ambiental y ecológico.

En la ciudad de Chetumal pueden contratarse los servicios de guías certificados, que ofrecen sus servicios durante las horas de visita. El horario de visita de 8:00 a 17:00 hrs. de lunes a domingo.


	<p>CHACCHOBEN</p> <p>El sitio arqueológico se localiza el municipio Othón Pompeyo Blanco, a 85 km de la Ciudad de Chetumal, capital del Estado de Quintana Roo.</p> <p>Su nombre original se desconoce por lo cual, se denominó con el mismo nombre del ejido en el que se ubica. Algunos pobladores más antiguos, hablantes del maya, su nombre hace alusión al “maíz colorado”.</p> <p>El horario de visita a la zona arqueológica es de lunes a domingo y el costo de entrada es de 41 pesos.</p>
---	---

Figura 40 Chacchoben. Fuente: <http://representaciondf.qroo.gob.mx/portal/ZonasArqueologicas.php>

Anexo 4. Inventario: Monumentos Históricos


Monumento	Descripción
<p>MONUMENTO A LA BANDERA</p>  <p>Figura 41 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>	<p>Localizado en la explanada del Palacio de Gobierno junto a la Bahía de Chetumal esta torre está formada por un obelisco de color blanco con una carátula de reloj en cada una de sus cuatro caras, este reloj fue el segundo en Quintana Roo, llevado por el Gral. Ignacio A. Bravo y colocado en Santa Cruz de Bravo, en este obelisco se inscriben los nombres de los héroes nacionales de las principales luchas de México: la Independencia, la Reforma y la Revolución mexicana.</p>
<p>EL MONUMENTO CUNA DEL MESTIZAJE</p>	<p>Construido en la entrada de Chetumal, tiene la forma de una pirámide maya sobre la cual se encuentran las estatuas de Gonzalo Guerrero, Zazil Há y sus hijos.</p>



Figura 42 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

**EL MONUMENTO A ANDRÉS
QUINTANA ROO**



Figura 43 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

MURAL DEL CONGRESO



Figura 44 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

Está ubicado en la división de las Avenidas Álvaro Obregón e Insurgentes.

Ubicado en el lobby del Congreso del Estado de Quintana Roo, en Chetumal, el Mural “Forma, Color e Historia”, de 200 metros cuadrados, representa gran historia de Quintana Roo.

<p>EL MONUMENTO A LÁZARO CÁRDENAS</p>  <p>Figura 45 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>	<p>Es una estatua dedicada a este ex presidente de México, a quien se recuerda por haber restablecido el Territorio de Quintana Roo como entidad propia. Está en la glorieta del cruce de la Calzada Veracruz y el Boulevard Bahía</p>
<p>MONUMENTO AL RENACIMIENTO</p>  <p>Figura 46 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>	<p>El 19 de septiembre de 1955, el Huracán "Janeth" de categoría 5 destruyó casi por completo la ciudad y ocasionó la muerte de unos 500 habitantes, el parque del Renacimiento se construyó en Chetumal, en conmemoración de dicho suceso, es una forma de recordarle a la gente como Chetumal "renació" después de ese desastre.</p>
<p>MONUMENTO AL PESCADOR</p>  <p>Figura 47 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>	<p>Es una estatua que representa a un pescador al momento de recoger sus redes, está colocada en un montículo de piedra construido en el interior de la Bahía de Chetumal, junto al Boulevard Bahía acompañado por una fuente.</p>
<p>MONUMENTO A LEONA VICARIO</p>	<p>Es una estatua dedicada a Leona Vicario. Se localiza en la glorieta del cruce de la avenida Insurgentes y la avenida Héroes.</p>



Figura 48 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

MONUMENTO A LA INDEPENDENCIA



Figura 49 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

Está formado por una columna sobre la que descansa una representación de la Patria y las estatuas de Miguel Hidalgo, José María Morelos y otros héroes de la Independencia de México, está ubicado en la glorieta formada en el cruce de la avenida Álvaro Obregón y la avenida Andrés Quintana Roo.

MONUMENTO A LOS NIÑOS HÉROES



Figura 50 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

Este monumento está ubicado en la esquina de Andrés Quintana Roo con Adolfo López Mateos, en un sitio favorable para que tanto transeúntes como automovilistas y pasajeros del transporte urbano lo puedan contemplar.

9 monumentos que destacan en centro, entrada, final de Chetumal y otros que no se mencionan como:


- Mega escultura no terminada

PERSONAJES CÉLEBRES DE CHETUMAL




Javier Rojo Gómez. Fue un abogado y político mexicano, miembro del Partido Revolucionario Institucional y un buen gobernador del entonces territorio federal de

<ul style="list-style-type: none"> • Fuente de manatí 	<p>Quintana Roo y gran impulsor de la educación pública.</p> <p>Efraín Aguilar. Chetumaleño que tuvo el valor cívico y heroico de salvar a varios de sus compañeros de morir ahogados durante el huracán que arrasó Belice en el año de 1931.</p> <p>Mario Villanueva Madrid. Gobernador de Quintana Roo durante 1993 a 1999.</p> <p>Juan Domingo Argüelles. Crítico literario, poeta y ensayista.</p> <p>Héctor Aguilar Camín. Periodista, novelista e historiador mexicano.</p> <p>Delmar Briceño Valadez. Periodista, productor y escritor.</p> <p>Carlos Gómez Barrera. Músico y compositor</p> <p>Javier Torres Maldonado. Músico y compositor</p> <p>Luis Fernando Fuentes. Futbolista³</p>
--	--

Anexo 5. Inventario de iglesias

<p>IGLESIA SAN MARTIN DE PORRES</p> <p>Chetumal, Quintana Roo</p> <p>José María Morelos 348 Col. Centro.</p>	 <p>Figura 51 Fuente: Directorio local: http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/iglesias-parroquias-y-servicios-catolicos/</p>
---	---

³ Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>


<p>PARROQUIA DE LA DIVINA PROVIDENCIA Chetumal, Quintana Roo Felipe Ángeles S/n Col. Naval</p>	 <p>Figura 52 Fuente: Directorio local: http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/iglesias-parroquias-y-servicios-catolicos/</p>
<p>PARROQUIA DE NUESTRA SRA. DE GUADALUPE Chetumal, Quintana Roo Francisco I Madero S N F Col. Centro</p> <p>PARROQUIA DEL SAGRADO CORAZÓN Chetumal, Quintana Roo O P Blanco S/n Col. Centro. Primera iglesia en esta capital⁴</p>	 <p>Figura 53 Fuente: Directorio local: http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/iglesias-parroquias-y-servicios-catolicos/</p>
<p>SANTA CRUZ</p>	 <p>Figura 54 Fuente: Directorio local: http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/iglesias-parroquias-y-servicios-catolicos/</p>

⁴Fuente: Directorio local: <http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/iglesias-parroquias-y-servicios-catolicos/>

Anexo 6. Inventario de estadios y lugares deportivos

<p>UNIDAD DEPORTIVA BICENTENARIO (CREA)</p> <p>Esta es la instalación deportiva más completa que tiene la ciudad de Chetumal, ya que allí hay canchas, de fútbol, fútbol rápido, tenis, béisbol, basquetbol, atletismo, frontón. Se ubica justo frente al faro que está en el Boulevard, generalmente por las tardes se puede ver a infinidad de personas que asisten a correr y trotar.</p>	 <p>Figura 55 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>
<p>GIMNASIO NOHOCH SUKUN</p> <p>Es un gimnasio multideportivo en el cual principalmente asisten niños y jóvenes. Se encuentra ubicado sobre la av. Insurgentes.</p>	
<p>ESTADIO DE BÉISBOL NACHAN KA'AN</p> <p>El Estadio de Béisbol Nachan Ka'an, conocido simplemente como el Estadio Nachan Ka'an, es una infraestructura deportiva apta para la práctica del béisbol.</p> <p>El estadio Nachan Ka'an fue sede alterna de los Langosteros de Cancún en las temporadas de 1996-1997. El béisbol regresó al estadio para la Temporada 1998 cuando los Potros de Minatitlán se convierten en los Mayas de Chetumal teniendo como sede el Nachan Ka'an, lamentablemente sólo estuvieron un año en la liga y se convirtieron en los Rojos del Águila de Veracruz dejando la ciudad. Actualmente es sede alterna de los Tigres de Quintana Roo, campeones en 10 ocasiones de la Liga Mexicana de Béisbol.</p> <p>En ocasiones el Estadio Nachan Ka'an es utilizado como sede de eventos musicales y religiosos; se encuentra ubicado en el cruzamiento de las calles Antonio Plaza y Revolución (de Chetumal, Q, Roo)</p>	 <p>Figura 56 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>

<p>ESTADIO DE FÚTBOL JOSÉ LÓPEZ PORTILLO</p> <p>Es un lugar que se utiliza para la práctica del fútbol en éste lugar no se desempeñan otras disciplinas y generalmente es utilizado para llevar a cabo partidos de la tercera división de la Liga de Fútbol Mexicano así como de la liga de tercera fuerza de Chetumal, en la cual juegan jóvenes y adultos. Fue sede del equipo de la Liga de Ascenso del Fútbol Mexicano “Potros de Chetumal” (en el año 2008) aunque realmente duró muy poco tiempo (la acción)</p>	 <p>Figura 57 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>
<p>ESTADIO DE FÚTBOL 10 DE ABRIL</p> <p>Éste estadio es el primero que se construyó en la ciudad de Chetumal y por el pasaron grandes exponentes (locales) del fútbol cuenta con 35 años de existencia; se encuentra ubicado sobre la calle Morelos.</p>	 <p>Figura 58 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>
<p>ESTADIO DE FÚTBOL 5 DE ABRIL</p> <p>Es un lugar donde se realiza la práctica de fútbol cuenta también con una pista sencilla de atletismo, es utilizado por agrupaciones ajenas al mundo deportivo (sobre todo, escuelas) para realizar eventos familiares y de convivencia, a él asisten muchas personas por las tardes, a correr o trotar.</p>	
<p>CAMPO DE LA CHARCA</p> <p>Éste campo de fútbol es “sintético” en su pasto, ha beneficiado a muchos deportistas locales, principalmente se utiliza para llevar a cabo partidos de las distintas ligas de fútbol de Chetumal, sobre todo de los veteranos. Se encuentra ubicado en la intersección de la calle 4 de marzo con Av. San Salvador.</p>	 <p>Figura 59 Fuente de internet (El valor de lo</p>

	<p>nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>
<p>FOSA DE CLAVADOS</p> <p>Éste lugar funge como centro de prácticas y centro cultural de eventos de clavados.⁵</p>	 <p>Figura 60 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/</p>

Anexo 7. Celebraciones y festividades de Chetumal

<p>DANZA DE LA CABEZA DE COCHINO</p> <p>A esta danza se le conoce generalmente con el nombre de <i>Pol kekén</i>, palabra compuesta que proviene de <i>pool</i> (cabeza de cualquier animal) y <i>kekén</i> (cerdo). Es un “acto original y divertidísimo que celebran precisamente como final de la vaquería (Fiesta en honor al patrón o patrona del pueblo o hacienda)”. Se baila al ritmo de un sonecito peculiar muy parecido a la primera fase musical de “torito”, pero definitivamente mucho más acompasado y lento.</p> <p>Esta danza es originaria de Yucatán, pero por su fuerte influencia que el vecino estado tiene en Quintana Roo (en muchos aspectos) también se lleva a cabo en muchas comunidades de Chetumal.</p> <p>La fecha en que tiene mayor arraigo este baile es el día 15 de enero, fecha en que se celebra al Cristo Rey, 3 de mayo día de la Santa Cruz y el 24 de diciembre fecha en</p>	 <p>Figura 61 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx</p>
---	--

⁵ Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/

<p>que se conmemora al Santo Niño de Atocha.</p>	
<p>FERIA DE SAN JUDAS TADEO</p> <p>Ésta feria, tan tradicional y de mucha costumbre entre los chetumaleños, llena de algarabía, un lugar para esparcir las penas y tristezas (sobre todo económicas), una fiesta conocida como Expofer, inicialmente fue el nombre con que se bautizó, posteriormente se le cambio el nombre a Exposur, de cualquier manera la gente la identifica con el primer nombre, saben que es un lugar de fiesta, de alegría y regocijo, que se celebra en octubre de cada año (15 oct – 01 nov), pero lo que muy pocos saben es que el patrono de ésta feria es San Judas Tadeo, de hecho el día que se inaugura oficialmente la feria, se realiza también una misa en honor al santo patrono, se lleva a cabo en los terrenos donde se va a realizar la feria.</p> <p>En esta feria podemos encontrar infinidad de juegos mecánicos, para niños y adultos, los hay de todo tipo y precio, también se presentan varios artistas que engalanan esta gran fiesta chetumaleña, dentro de sus terrenos hay un “Palenque de gallos” en el cual obviamente hay peleas de gallos y también otros eventos atractivos para las personas, cuenta también con un lugar específico y acondicionado para Carreras de caballos así como lugares de presentación cultural y los infaltables puestos de antojitos y comida, donde el asistente puede degustar un refresco o bien, unos ricos tacos.</p> <p>En los inicios de la feria (a inicios de Quintana Roo) se decidió que San Judas Tadeo sería el patrón de ésta fiesta.</p>	 <p>Figura 62 y 63 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)http://elvalordelonuestro.blogspot.mx</p>

EL TRADICIONAL CARNAVAL DE CHETUMAL

En el mes de febrero, el cual se realiza desde 1912. El carnaval es un gran atractivo para la población local y visitantes, por su colorido vestuario y alegres comparsas. El 5 de mayo se festeja el aniversario de la fundación de la ciudad.

FESTIVAL CULTURAL DEL CARIBE

Festival cultural del caribe del 7 al 17 de noviembre, que busca difundir las manifestaciones artísticas y culturales del caribe mexicano a través de la música, danza, gastronomía, literatura, teatro, y exposiciones de obras plásticas.

12 DE DICIEMBRE, DÍA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE.⁶



Figura 64 Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.m>

x

⁶ Fuente de internet (El valor de lo nuestro)<http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/>

BIBLIOGRAFÍA:

- Ávila, E. A. (2006). Turismo de Negocios. México: Trillas.
- Boullon, R. C. (2012). *Planificación del espacio Turístico*. Trillas.
- Bustani, J. B. (2008). Turismo de negocios. Una frase mal aplicada a los congresos
- Belmonte Serrato, F., Alacid Polo, M., & Estrella Sevilla, B. M. (2001). Oportunidades para el turismo de negocios en la ciudad de Yecla: perfil y características del visitante a la Feria del Mueble. *Cuadernos de Turismo*, 27-37.
- Binimelis Sebastian, J., & Ordinas Garau, A. (2003). El turismo de reuniones y negocios en Mallorca. *Cuadernos de Turismo*, 35-51.
- Centro de estudios superiores de turismo(2011). *Perfil de grado de satisfacción de los turistas de Chetumal, Quintana Roo segmento aereo y autobus*.
- Chávez, O. R. (2008). Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México. *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*.
- Cordeiro Braga, D., & Veiga Shibaki, V. (2010). La Avenida Paulista como ícono turístico. Su relación con el turismo de negocios de São Paulo (Brasil) . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 500-515.
- Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas (2004). Manual para la gestión del desarrollo turístico municipal.
- Cultura de Chetumal, OPB y Q.Roo: agosto 2013. (2016). Elvalordelonuestro.blogspot.mx. Recuperado Septiembre 2016, de <http://elvalordelonuestro.blogspot.mx/2013/08/>
- Economista, L. (2016). Chetumal busca abrirse paso en turismo cultural. *Eleconomista.com.mx*. Recuperado 2 Septiembre 2016, de <http://eleconomista.com.mx/estados/2014/05/28/chetumal-busca-abrirse-paso-turismo-cultural>
- El Turismo de Negocios en México. (2016). *Revistabuenviaje.com*. Recuperado Septiembre 2016, http://www.revistabuenviaje.com/b_travel/articulos/gaston_ramos/articulo01.php
- Gutiérrez, I. R. (2001). Turismo de reuniones: Oportunidad de negocio. *Estudios Turísticos*, 121-139.
- Informe global sobre la industria de reuniones. (2016). Recuperado Septiembre 2016, de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf
- Jiménez I. (2015) Turismo de reuniones, impulso para la economía nacional. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/turismo-de-reuniones-un-impulso-mas-para-la-economia-nacional/#gs.sLZheq0>
- Juarez Bernardy, R., Bortoluzzi, E. G., Zuanazzi, J., & Migliorini, S. (2012). Procedimientos metodológicos para el desarrollo del Turismo de Negocios y de intercambio en emprendimientos empresariales. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* , 533-546 .

- León, J. Y. (2013). Inventario turístico del patrimonio natural y cultural de la ciudad de Chetumal y sus alrededores.
- Madrazo, L. M. (2011). La gestión de la demanda turística como concepto. *TURYDES Revista de investigación en turismo y desarrollo local*.
- Maure Agüero, G. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, N° 82, julio 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>
- Organización Mundial del Turismo (2014), AM Reports - Miembros Afiliados, Volumen siete – Informe global sobre la industria de reuniones, OMT, Madrid
- Pérez, X. B. (2002). *Monografía del Distrito Electoral Federal 02 del Estado de Quintana Roo*.
- Quijano, C. R. (2009). *Manual para diagnóstico turístico local*.
- Rocha, F. O. (2014). Turismo de Reuniones en el Estado de Guanajuato.
- Secretaría de Turismo. (2013). Gran Costa Maya Mapas e información Turística.
- Secretaría de Turismo (2014). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*.
- Secretaría de Turismo & Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2014). *Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Othon P. Blanco*.
- Tinajero, M. J. (2013). Curso Turismo de negocios y reuniones. *Histormex*, 1.
- Turismo de negocios y reuniones. (2010). Turismo Mice. Recuperado septiembre 2016 de <https://turismomice.wordpress.com/introduccion/turismo-de-negocios-y-reuniones/>
- Secretaría de comunicaciones y transporte. Programa rector de desarrollo costero del estado de Quintana Roo. Recuperado de <http://www.sct.gob.mx/fileadmin/CGPMM/PNDP2008/doc/pred/pqroo.pdf>
- Secretaría de Turismo. Indicadores turísticos Enero de 2015. Recuperado septiembre 2016 <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/indicadores-turisticos-2015.pdf>
- Villafranco, G. (2013). Las 10 mejores ciudades para hacer negocios - Forbes México. Forbes México. Recuperado Septiembre 2016, de <http://www.forbes.com.mx/las-diez-mejores-ciudades-para-hacer-negocios/#gs.sLZheq0>