



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE INFLUYEN
EN LA AFLUENCIA DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE
CHETUMAL, QUINTANA ROO.**

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA:

BR. ARIEL BRICEÑO CHÁVEZ

DIRECTOR:

DR. JOSÉ LUIS ESPARZA AGUILAR

Mayo de 2017



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

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

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

Comité:

DIRECTOR: _____

Dr. José Luis Esparza Aguilar

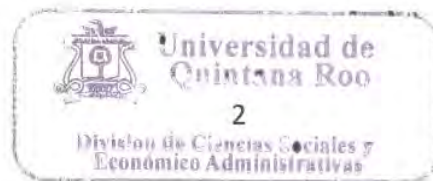
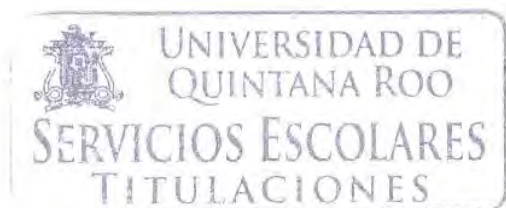
ASESOR: _____

Dra. María de Jesús Pérez Hervert

ASESOR: _____

Dr. José Luis Zapata Sánchez

Chetumal, Quintana Roo, Mayo de 2017.



Dedicatoria

La presente Tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera, a mis padres Gerald y Chávez Jaimes y a José Ariel Briceño Hernández, que siempre me apoyaron en la parte moral y económica. Los cuales supieron guiar mis pasos para poder ser un profesional.

A mis hermanos y demás familia en general, por el apoyo que siempre me brindó día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

A mis preciados maestros, que siempre dieron lo mejor de ellos y sus conocimientos para poder hacerme mejor persona y una persona profesional de patria.

A mi novia Sol Miranda Poot que siempre ha estado ahí en las buenas y en las malas, te doy gracias por ser una muy buena persona y que también de alguna u otra manera haz contribuido a que cada día quiera ser mejor.

A mis amigos, compañeros y todas aquellas personas que han contribuido para el logro de mis objetivos.

Agradecimientos

Dios, tu amor y tu bondad es infinito, gracias por hacerme sonreír y permitirme triunfar ante mis logros que son resultado de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta de que los pones enfrente de mí para que mejore como ser humano, y crezca de diversas maneras.

Este trabajo de tesis ha sido una gran bendición en todo sentido y te lo agradezco de todo corazón padre, y no cesan mis ganas de decir que es gracias a ti que esta meta está cumplida.

Gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndole lo mejor y buscando lo mejor para mí.

Cada momento que he vivido durante todos estos años, son simplemente únicos e inolvidables, cada mañana me das la oportunidad de corregir mis errores y empezar de nuevo sin importar la cantidad de errores y faltas cometidas durante el día anterior siempre me das la oportunidad de hacer las cosas bien.

Resumen

Autor: Ariel Briceño Chávez

Título: Factores económicos y sociales que influyen en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Institución: Universidad de Quintana Roo.

Grado: Licenciatura en Sistemas Comerciales.

Año: 2017

El objetivo del presente trabajo de tesis es identificar cuáles son los factores tanto sociales como económicos que influyen en la afluencia de turismo en la capital del estado, la Chetumal, Quintana Roo, en los meses de Enero a Mayo del 2017. La contribución de la presente es para que el Gobierno, pueda identificar las problemáticas y algunas variables que inhiben el turismo en Chetumal. Y con ello fomentar la creación de nuevas políticas públicas por parte del gobierno que beneficien al sector turístico en Quintana Roo. De igual manera influir en los futuros inversionistas los cuales podrán obtener información acerca de cómo se posiciona Chetumal, en el turismo a nivel nacional. También que pueda servir de información para estudiantes los cuales estén realizando investigaciones relacionados con este tema.

Consta de 4 capítulos de los cuales en el primero se abordan los aspectos teóricos sobre el turismo. En el segundo capítulo trata sobre el marco teórico respecto al tema antes mencionado. En el tercer capítulo se describe la metodología de la investigación realizada y en el cuarto y último capítulo, se presenta el análisis de los resultados obtenidos aplicando técnicas de análisis estadístico univariantes y bivariantes.

Índice General

Introducción.....	9
a) Planteamiento del problema.....	10
b) Justificación.....	11
c) Objetivos	12
d) Impacto esperado.....	13
Capítulo 1.- El Sector Turismo	15
1.1. Antecedentes del turismo	16
1.2. Concepto del turismo	17
1.3. Clasificación del turismo.....	20
1.4. Teorías del turismo	22
1.5. El turismo en México	25
1.6. Los factores económicos y sociales en el turismo.....	28
Capítulo 2.- La Afluencia de Turismo en Chetumal.....	32
2.1 El sector turismo en Chetumal.....	33
2.2 La afluencia de turistas.	36
2.3 La importancia de los factores económicos y sociales en el turismo.	37
Capítulo 3.- Metodología de Investigación.....	40
3.1 Tipo de investigación	41
3.2 Población y muestra	42
3.3 Instrumentos de medición.....	44
3.4 Hipótesis y variables	45
3.5 Variables de estudio	46
3.5 Procesamiento de datos.....	47
Capítulo 4.- Análisis de los Resultados	48
4.1 Análisis descriptivo univariante	49
4.2 Análisis bivariante	57
Conclusiones y recomendaciones	66
Bibliografía.....	69
Anexos	75

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Ocupación hotelera en Quintana Roo.....	34
Cuadro 2. Estadía hotelera en Quintana Roo.....	35
Cuadro 3. Derrama económica de turistas en millones de dólares en Quintana Roo.....	36
Cuadro 4. Afluencia de turismo en el estado de Quintana Roo.	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Muestra utilizada.....	45
Tabla 2. Factores económicos y nacionalidad del turista	57
Tabla 3. Factores sociales y nacionalidad del turista	58
Tabla 4. Factores económicos y motivos de viaje del turista.	59
Tabla 5. Factores sociales y motivos de viaje del turista	61
Tabla 6. Factores económicos y nivel de escolaridad del turista	62
Tabla 7. Factores sociales y nivel de escolaridad del turista.....	64

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Nacionalidad de turistas que visitaron la ciudad Chetumal, Quintana Roo.....	49
Gráfica 2. Motivo de viaje por el cual llegan los turistas extranjeros o nacionales a la ciudad.	50
Gráfica 3. Monto mensual aproximado de ingreso de los turistas que llegan a la ciudad.....	51
Gráfica 4. Edad de turistas que visitaron la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en los meses de marzo a mayo 2017.....	52
Gráfica 5. Genero de los turistas encuestados en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.....	53
Gráfica 6. Nivel de estudios que tienen los turistas que llegaron a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en los meses de Marzo a Mayo 2017.	54
Gráfica 7. Área de estudios únicamente si poseen licenciatura o posgrado.	55
Gráfica 8. Oportunidades de empleo (trabajo en la ciudad).....	56

Introducción

Introducción

En el presente trabajo de tesis se planteó realizar un estudio de algunos de los factores económicos y sociales que influyen en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo ya que desde una perspectiva más amplia el turismo activo es mayor en el norte del estado ocasionando el cierre de medianas, pequeñas y microempresas en la capital del estado lo cual me motivo para plantear dicho tema de tesis.

Dado que la ciudad de Chetumal es un lugar lleno de encanto que nos motiva a descubrir y disfrutar lo inesperado en su refrescante bahía color turquesa caribeña o en sus bellos atardeceres que la hacen ver como cuadros salidos de acuarela con tonos multicolores entre nubes donde sobresalen los tonos rojos, naranjas, morados, rosados y azules escapando de los últimos rayos del sol, es uno de los principales atractivos que debería ser tomados en cuenta para la promoción turística del estado.

En esta tesis se analizaron diversos artículos relacionados con los temas de turismo dentro de los cuales se enmarcan las siguientes: origen del turismo, concepto del turismo, teorías del turismo en el ámbito económico y social, las cuales darán sustento a esta investigación.

Se aplicó una encuesta de manera estructurada, la cual permitió conocer las variables dependientes de la afluencia y los factores económicos y sociales más representativos en la atracción del turismo en el sur del estado de Quintana Roo, lo que influye de manera significativa en el turismo en la ciudad de Chetumal. En este trabajo se aplicó la encuesta cara a cara a una muestra representativa de personas nacionales, extranjeros, locales y propietarios de paradores turísticos en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Posteriormente, se analizaron los datos obtenidos y se realizó la presentación de las conclusiones y recomendaciones.

a) Planteamiento del problema

El turismo y la cultura son un asunto muy complejo y no solo personas que se desplazan para aprovechar su tiempo en ocio. De tras de la cultura y el turismo existe un mecanismo de desarrollo económico enorme que permite al estado que disfrute de un auge económico vital para el país.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Muchos países menos desarrollados han visto aumentar su progreso turístico, inclusive en aquellos donde hasta hace poco consideraban al turismo como una actividad secundaria. Por lo que definitivamente el turismo representa una oportunidad hacia los países en desarrollo, pero éstos tienen que estar sujetos a directrices de turismo responsable, por lo que es importante contar con una gestión compartida por los agentes involucrados como lo podrían ser (gobierno federal, estatal, sector privado, destinos turísticos, sociedad civil, etc.) para que puedan establecer un marco legislativo, político, socioeconómico y cultural, para que propicien una visión más amplia y consideren como prioridad al turismo a manera de estrategia de desarrollo para reducir la pobreza.

Las estrategias de gobierno han quedado implícitas en los instrumentos de planeación representan una oportunidad de desarrollo para la ciudad de Chetumal. Sin embargo, existen ciertas limitaciones en los aspectos ambientales y socioeconómicos en ámbitos de inseguridad y desempleo, para que dicho desarrollo pueda darse de forma sustentable y, específicamente, en el sector turístico. En este sentido, se debe trabajar en la solidez sostenible de los instrumentos de planeación,

especialmente en los proyectos Mundo Maya y Costa Maya, que benefician directamente a Chetumal.

Es por ello que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Existen factores sociales y económicos que influyen en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo?, con la finalidad de conocer que factores sociales y económicos son los que pueden influir en la afluencia en el sector turístico en la ciudad de Chetumal Quintana Roo y que pueden afectar de manera directa o indirectamente al mismo.

b) Justificación

Se puede tomar en cuenta que el turismo no solo es un suceso económico sino también una práctica social que no se da de la misma forma en todos los espacios turísticos como lo es en el sur del estado, principalmente la ciudad de Chetumal. Debido a las políticas públicas turísticas que omite el gobierno produciendo con ello la destrucción de una imagen de los centros vacacionales y para ello se debe tomar medidas necesarias, en tiempo y forma sin destruir ni sobre explotar nuestros patrimonios.

Existen zonas marginadas como lo es el Ejido de Calderitas, Luis Echeverría, Cocales, etc., que son cinturones de miseria por la falta de empleo y desigualdad social y económica. El factor turístico es un elemento muy importante para el desarrollo económico de México y de nuestra ciudad Chetumal que se encuentra y ubicado en una zona fronteriza, pero para lograr este desarrollo hay que identificar los factores sociales y económicos que amenazan el crecimiento turístico en la ciudad.

Este estudio se realizó en la ciudad de Chetumal municipio de Othón P. Blanco. El presente trabajo de investigación pretende conocer que factores sociales y económicos son los que pueden influir en la afluencia en el sector turístico en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo y que pueden afectar de manera directa o indirecta al mismo.

La importancia de llevar a cabo este estudio es para que el Gobierno, pueda identificar las problemáticas y algunas variables que inhiban el turismo en Chetumal. De igual manera los inversionistas los cuales podrán obtener información acerca de cómo se posiciona Chetumal, en el turismo a nivel nacional. Y también pueda ser consultado por los Chetumaleños y al igual que diferentes personas a las que les muestre interés de conocer información relacionada al turismo en Chetumal, Quintana Roo. De igual manera, también puede servir de información para estudiantes los cuales estén realizando investigaciones relacionados con este tema. Y con ello fomentar la creación de nuevas políticas públicas por parte del gobierno que beneficien al sector turístico en Quintana Roo.

c) Objetivos

Objetivo general: Determinar los factores sociales y económicos que influyen en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Objetivos específicos:

- 1.- Aplicar una encuesta de elaboración propia a una muestra representativa de visitantes de la ciudad de Chetumal para la obtención de información primaria.
- 2.- Analizar la información de fuentes primarias y secundarias relacionadas con el turismo y su factor turístico/económico en la ciudad de Chetumal.
- 3.- Argumentar los factores económicos y turísticos que influyen en la afluencia de visitantes a la ciudad de Chetumal.
- 4.- Emitir un juicio respecto a los valores encontrados en el transcurso del estudio.

d) Impacto esperado

A través de la siguiente tesis de investigación se pudo recabar datos para determinar cuáles son los factores tanto económicos como sociales que afectan directamente la afluencia en el turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

El impacto del turismo se ve reflejado a nivel mundial ya que representa el 9.8% del PIB Global y 1 de cada 11 empleos. A pesar de que el sector turístico se ha visto estimulado por un incremento mundial de las familias de con ingresos de clase media, el envejecimiento de la población. Que tiende a viajar más, el crecimiento de la conectividad entre los destinos, haciendo que el viaje sea más accesible y asequible según una nota del (World Travel and Tourism Council.)

El impacto esperado con los resultados del estudio es relacionar el turismo con la productividad y el empleo en la ciudad de Chetumal. Ya que el efecto de la productividad es de gran importancia para el desarrollo del mismo estado de Quintana Roo, el desempeño ha sido a partir de la generación de empleos los cuales carece la población. En gran medida quienes ofrecen servicios turísticos corresponden a micro y pequeñas empresas, donde el trabajo es de poco remunerado en donde ha tenido que involucrarse las mismas familias, es decir, un mayor número de trabajadores pero con los mismos niveles de producción y una especie de trabajo informa.

De igual manera el estudio es representativo en la política y distribución de la economía estatal y nacional y trasnacional. Dado que el norte del estado cuenta con la Riviera del estado de Quintana Roo ha dado lugar avanzar en la creación de trabajo en las localidades, ya que muchos de los empleos aunque no sean en grandes hoteles, corresponde a otros connacionales, esto es importante ya que favorece la tasa de crecimiento de la población que podría estar relacionada a la migración interestatal.

Para que el turismo sea de manera sostenible y mantener una unidad entre los factores del sector turismo y adecuarlo para que el territorio y el patrimonio no se

agoten, sino que revivan constantemente. Para ello el estudio pudiera servir en la creación de más actividades recreativas relacionadas en el conocimiento de las ruinas Mayas, el malecón de Chetumal, el museo de la cultura Maya, observación del mar y la selva, la pesca deportiva entre otros.

Capítulo 1.- El Sector Turismo

1.1. Antecedentes del turismo

El turismo es una actividad tan antigua como la humanidad, pues desde hace miles de años nuestros antepasados ya realizaban viajes, en la época moderna, sin embargo, el surgimiento de nuevos medios de comunicación como el ferrocarril y el avión generaron un cambio radical en esta actividad, derivando en la aparición del turismo masivo, según varios autores esto surge después de la segunda guerra mundial y ha crecido de manera incesante.

A principios del siglo XXI se ha observado un proceso de desconcentración y diferenciación turística que ha permitido el surgimiento de diversos destinos turísticos, esto como respuesta a las motivaciones de una demanda interesada en descubrir nuevas opciones de viajes que satisfagan sus necesidades personales en otras palabras experimentar nuevas vivencias y experiencias en nuevos lugares (Ivanova & Ibanes, 2002).

A nivel mundial, la actividad turística representó en el 2000 un movimiento de 693 millones de personas y de más de 463 mil millones de dólares americanos, siendo considerada como la actividad económica más dinámica del sector servicios y una de las más importantes actividades generadoras de riqueza a escala planetaria.

En este contexto, México ha ido ganando posiciones entre los destinos turísticos más relevantes, llegando a situarse en el octavo lugar del ranking mundial por la afluencia de viajeros, aunque aún está relegado al onceavo puesto por captación de divisas dentro del país. A nivel estatal, el estado de Quintana Roo es el principal receptor de turistas, con un 24% de la afluencia total de visitantes extranjeros. Nuestro país se encuentra inmerso entre los países competidores del sector turismo, es por ello que se necesita que los Estados se promuevan individualmente. Por eso se recomienda que cada uno de los estados promuevan una imagen positiva mediante una campaña en donde cada uno de nuestros estados expongan sus recursos naturales y que es lo que pueden realizar en ese estado (SECTUR, 2003).

Un desarrollo turístico mal planeado puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social, esto sucede comúnmente los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir de manera uniforme sino que tienden a ser monopolizados por un sector minorista de la población, es por ello que los hoteles, restaurantes, transportadores, facilitadores, y los países que promueven atraer visitantes a sus tierras deben tomar en cuenta los factores sociales y económicos que pueden influir en la afluencia del turismo.

Por muchos años, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento. Su profunda diversificación lo ha convertido en un sector con mayor crecimiento económico en el mundo. El turismo hoy en día se encuentra ampliamente ligado al desarrollo y abarca un número creciente de nuevos destinos. Este dinamismo ha originado que el turismo se convierta en el elemento clave para el progreso socio-económico.

Por lo tanto, recientemente se ha demostrado y reconocido, la capacidad de la actividad turística para reducir la pobreza en países en vías de desarrollo. El potencial económico que el turismo implica, se representa en la apertura de empleos, siendo más relevantes éstos en áreas rurales y remotas, donde de acuerdo con datos de la organización mundial de turismo, viven tres cuartos de los dos billones de personas bajo condiciones de pobreza extrema (OMT, Factores que influyen en la demanda turística y redistribución de las corrientes turísticas, 1976).

1.2. Concepto del turismo

El turismo es necesario definirlo con el objeto de apreciar sus características, para lo cual se citan algunas definiciones que de turismo se han formulado, con el fin de extraer de ellas los elementos comunes que nos permitan conocer con más claridad en que consiste esta actividad económica.

El turismo es una relación compleja y conflictiva que dificulta su definición. Toda definición de turismo debe tomar en cuenta las dos partes la de los turistas y los no turistas, por ejemplo, el que brinda el servicio a los turistas es el no turista y el que vive la experiencia es el turista. El turista es un ser en continua construcción, en continua formación. El turismo es, a su vez, experiencia. Es experiencia en el momento en que construye ese “ser” que es un turista. Los bienes y servicios que se ofrecen a los turistas, así como la estructura (hoteles, agencias de viajes, etc.), son experiencias vividas a lo largo de la historia tanto por el “ser” turista, como por el “ser” recepcionista, por el “ser” agente de viajes, por el “ser” piloto de avión. Lo que diferencia a estos “seres” es precisamente el tipo de experiencia que cada uno vive en esos momentos.

Se puede mencionar que dentro de los múltiples conceptos que hay sobre el turismo se encuentran las siguientes definiciones; según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994).

Se entiende también que por “turismo”, según a la definición de la Organización Mundial del Turismo, al conjunto de actividades realizadas por las personas viajando hacia o quedándose en lugares fuera de su ambiente usual por no más de un año consecutivo de placer, negocios y otros propósitos. La OMT identifica distintas formas de turismo; el turismo receptivo, el turismo de salida y el turismo doméstico (OMT, 1994).

La etimología de la palabra turismo viene del vocablo ingles tour, viaje, que deriva de la palabra francesa tour, viajero o excursión circular, la cual proviene del latín tornare (Ramirez, 2001).

Según la comisión de Estadística de las Naciones Unidas, el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, (Mochon, 2004).

Al respecto, Gurria, (2001), hace mención de una definición de Oscar de la Torre Padilla, en la cual se indica que: ``El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural``.

Las definiciones anteriores coinciden en algunos aspectos similares tales como:

- a) Traslado, movimiento o viaje.
- b) La permanencia del viajero.
- c) La finalidad del viaje que denota la ausencia total de una motivación de lucro, lo que determina la característica del turista como consumidor.
- d) Las relaciones, servicios o actividades originadas por el viajero.

El turismo es uno de los sectores que tiene un crecimiento amplio en la economía del mundo ya que el desarrollo turístico puede y en su mayor parte promueve la economía y los flujos monetarios, el turismo es demasiado importante para nuestro país porque así se puede desarrollar mejor y crecer como país; y así poder tener una imagen internacional en donde los turistas y los demás países puedan tener una amplia visión de lo hermoso que puede ser nuestro país.

Son estos los últimos aspectos los que concretan la calidad del turismo, debido a que es este el conjunto de bienes y servicio que se destinan para satisfacer las necesidades del turista, generando nuevas inversiones, mayor número e incremento en el ingreso de los habitantes de la sociedad receptora del turismo.

De igual manera se concluye que el turismo es una actividad económica que bien explotada, proporciona al municipio ingresos que permiten compensar las carencias económicas que tienen sus habitantes, ya que siendo siempre el turista un consumidor que llega de forma transitoria o por motivos no profesionales ni de

negocios, sino que llega al lugar a divertirse provoca la necesidad de adquirir un conjunto de servicios y productos locales que satisfagan las necesidades del turista.

1.3. Clasificación del turismo

También el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, y por diferentes motivos, los cuales son clasificados en diferentes tipos de turismo los cuales se hace mención de los más importantes y más influyentes.

De acuerdo con su ámbito geográfico, se puede clasificar al turismo en:

- a) Turismo Interno: esta clase de turismo es la que se lleva a cabo en el interior de cada país por sus nacionales, teniendo gran importancia ya que estos, propician gastos generados del crecimiento interno con lo que fomentan una expansión del gasto que redundan en beneficios de los países del gasto que redundan en beneficios de los países en proceso de desarrollo, siendo conveniente aclarar que no genera divisas.
- b) Turismo Receptor: se refiere a las corrientes turísticas extranjeras que se internan en un país con la intención de permanecer en el tiempo limitado, para luego viajar a otros países o regresar a su lugar de origen; su permanencia debe ser igual o superior a 24 horas y la finalidad del viaje puede ser por razones comerciales, estudio, salud o trabajo. La importancia económica de esta clase de turismo radica en que introduce divisas al país, que son generadas en los países en donde tienen su residencia habitual. El turismo receptor está influido por fluctuaciones estacionales, ya que el turismo se practica regularmente en temporada de vacaciones y en los meses de clima agradable. También se observa una estrecha relación con las cumbres, por ejemplo, en el caso de las nacionales residentes en el extranjero la afluencia turística se incrementa considerablemente el fin de año con el objetivo de permanecer al lado de sus seres queridos durante las fiestas decembrinas o periodos vacacionales.

- c) Turismo Egresivo: es la contrapartida de los ingresos por turismo y se determina por el gasto de los nacionales en el extranjero, representa una salida de divisas y por consiguiente un impacto negativo en la economía nacional. Cuando la afluencia de turismo egresivo incrementa probablemente se deba a las siguientes causas: falta de lugares de recreación, falta de infraestructura hotelera en las zonas turísticas; salida de vacacionistas en una misma época.

La Secretaria de Turismo (SECTUR, 2002) proporciona las siguientes definiciones de algunos de los tipos de turismo más comunes, dependiendo del tipo de las actividades que más prefiera llevar a cabo el turista, o del motivo de su visita:

- 1) Turismo de negocios: las personas que viajan por razones de negocios tienen una finalidad directa o indirectamente lucrativa.
- 2) Turismo de salud o medicinal: es el turismo que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social.
- 3) Turismo religioso: este es una clase de turismo que mueve gran cantidad de personas que profesan gran fe religiosa. El objetivo del viaje es cumplir con una promesa, acudir a una peregrinación a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la fe.
- 4) Turismo deportivo: el desplazamiento se efectúa como consecuencia de la realización de eventos deportivos en diferentes lugares del mundo. El turismo deportivo es de larga permanencia, debido a que los turistas llegan antes de comenzar el evento para poder conseguir boletos para toda la temporada y salen después del evento y en muchos casos visitan otros lugares que se encuentran en la ruta de regreso a su país de origen.
- 5) Turismo cultural: corresponde a aquella corriente de visitantes que admiran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos, de manera superficial, y que se forman imágenes de los lugares de acuerdo a los pocos valores que visitaron y analizaron, por lo que su permanencia es corta. Las formas de vida de las diferentes civilizaciones y sus tradiciones son

consideradas como manifestaciones culturales, que atraen a personas de diferentes regiones para intercambiar y comparar aspectos culturales.

1.4. Teorías del turismo

Existe la teoría de que actualmente, el turismo no puede llegar a ser estereotipado de ninguna manera ya que cada una de las experiencias es diferente para todos los turistas, lo que les permite ofrecer experiencias nuevas y lograr el cumplimiento de todas o la mayoría de sus expectativas según (Cohen, 2000).

Diversos teóricos coinciden en señalar que el desarrollo es imposible sin un adecuado crecimiento económico. El concepto de “desarrollo”, surge al término de la Segunda Guerra Mundial, como resultado de la recomposición del orden mundial, en el que se sentaron las bases de una nueva división internacional del trabajo. Una vez terminado el conflicto bélico, las naciones que intervinieron quedaron divididas en dos mundos; uno occidental o capitalista y el otro oriental o socialista, los cuales se volcaron a la reconstrucción de una sociedad maltrecha por la Guerra. El resto de países quedó inmerso en el denominado tercer mundo, también llamados países en vías de desarrollo; de tal suerte que éstos debían seguir una línea evolutiva cuya meta sería lograr su conversión a sociedades industrializadas. A partir de entonces, la noción de desarrollo ha ido cambiando y ha sido explicada desde diferentes enfoques teóricos (Arocena J. , 2002).

Desde la óptica de la modernidad, el “desarrollo”, se entiende como “el cambio de una sociedad rural, agrícola, analfabeta, pobre y con crecimiento de población rápido, a otra que es principalmente urbana, industrializada, culta y rica, con un crecimiento de población lento o estacionario” (Miller , 2002).

Así mismo desde la perspectiva económica, el “desarrollo” requiere del crecimiento económico, pues sólo a partir de ello, se puede incrementar el nivel de bienestar de una sociedad; aunque también implica la capacidad que tiene un país de ofrecer empleo a sus habitantes ya sea bien cubrir cuando menos las necesidades básicas

de la población y, principalmente, contar con una tasa positiva de distribución y de redistribución de la riqueza nacional. Una región, micro o macro, que pretende alcanzar el desarrollo, requiere de un crecimiento económico a largo plazo, periodo en el cual se irán suscitando una serie de transformaciones en la estructura productiva, la tecnología, las instituciones, las relaciones sociales y las políticas que incidirán en la economía y en las pautas de distribución del producto. No obstante, es necesario señalar que las transformaciones dependen de las características del país o de la región donde se suscitan; las condiciones históricas y el contexto en que está inmerso un país, son un ejemplo de ello. Se puede decir que el crecimiento económico es un proceso de mediano y largo plazo que se manifiesta contablemente en los ámbitos macroeconómicos; mientras que en la esfera regional o local sus efectos positivos apenas se alcanzan a percibir; en cambio, los efectos negativos como el deterioro ambiental y social siempre son empíricamente evidentes.

En ese sentido, el concepto de “desarrollo” es entendido en este trabajo de tesis, como la capacidad que tiene un país de ofrecer a la sociedad los requerimientos mínimos indispensables para satisfacer las necesidades materiales de la población, con el uso racional y sostenible de sus recursos naturales y sus sistemas ambientales.

Un dato curioso es que entre las décadas de los años setentas y ochentas del siglo XX, empezó a crearse un nuevo modelo teórico para explicar los desequilibrios originados por la política liberal; surgiendo así el concepto de “desarrollo local”, entendido como un conjunto de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada el logro de propósitos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos sociales que se encuentran en un territorio o localidad determinada (Quintero Santos, 2008). Este enfoque surgió como una opción para que las regiones o localidades pudieran iniciar y continuar un proceso de desarrollo socioeconómico, con el fin de mejorar el nivel de vida de sus habitantes, mediante la utilización y aprovechamiento de sus propios recursos.

Cabe mencionar que el desarrollo local debe entenderse, no sólo como un modelo económico, pues, lo que lo distingue de otros modelos es su singularidad, es decir, que su aplicación debe responder a las características y singularidades de cada territorio y colectividad. Pues “cada territorio y cada colectividad deben definir y adoptar la estrategia específica a aplicar y, por tanto, las políticas, programas y acciones a realizar” (Mantero, 2003). La actividad turística diseñada desde una propuesta de desarrollo local y territorial debe abarcar no sólo las aspiraciones de la comunidad local, sino también las expectativas de los turistas o consumidores de los espacios turísticos, es viceversa para ambas partes y en cuanto al modelo económico de desarrollo local puede ser analizado por diferentes enfoques ya que se distingue en enfoque territorial por las dimensiones y actores que se interactúan en el territorio seleccionado. No obstante, varios teóricos coinciden en identificar cuatro dimensiones básicas las cuales son la dimensión ambiental, la dimensión económica, la dimensión social y cultural y la otra de las dimensiones es la política. Se entiende que por cada una de estas mencionadas se llevan algunos lapsos de tiempo de mediano y largo plazo para su observación física o ya sea un cambio notorio un claro ejemplo es que se puede observar que en cada una de ellas están identificadas:

Ambiental: está relacionada con los recursos naturales y a la sustentabilidad de los modelos de desarrollo adaptados en el mediano y largo plazo.

Económica: vinculada a la creación, acumulación y distribución de riqueza.

Social y cultural: referida a la calidad de vida, a la equidad y a la integración social.

Política: vinculada a la gobernabilidad e institucionalidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo específico, autónomo y sustentado en los actores locales.

En cada una de estas dimensiones se lleva un lapso de tiempo ya sea de mediano o largo plazo, pero siempre es notorio el cambio.

Se puede mencionar también que uno de los estudios de importancia es el que se ha llevado a cabo en las dos últimas décadas algunos investigadores de los movimientos migratorios han adoptado una aproximación transnacional para tratar de comprender la conectividad migratoria, un movimiento claramente opuesto a las clasificaciones más rígidas de lo que se denominaba modelo «origen-destino» (King, 2002).

Otro de los estudios importantes es que se han realizado los investigadores son estudios centrados en el desarrollo y la política, algunos geógrafos humanos también han tratado de rastrear las influencias de la globalización en la producción y el consumo del trabajo, de los bienes de consumo y de las prácticas sociales globales (Yeoh, 1999).

Diversos estudios han comprobado que efectivamente existe una relación directa entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico de las regiones.

1.5. El turismo en México

En México el turismo ha generado una derrama económica importante para el país, donde los prestadores de servicios buscan una mayor difusión y atención hacia los turistas nacionales, creando nuevos polos turísticos y recreativos.

Gracias a la industria del turismo se han mejorado y rehabilitado diversas vías de comunicaciones y transportes. Entre otros factores, gracias al turismo se remodelan los aeropuertos, se actualizan los sistemas de telecomunicaciones, se genera la apertura de créditos para nuevas infraestructuras de hotelería y prestación de servicios, se abren y remodelan centros de esparcimiento, diversión y espacios que el turista requiere para su estancia.

Gracias al turismo muchas ciudades en nuestro país han mejorado en su economía y en su seguridad pública. De ese tamaño es la industria del turismo en nuestro país y también el esfuerzo que realizan sociedad, empresa y gobiernos.

El turismo es una actividad de mucha jerarquía, que permite el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre la balanza de pagos, sobre el nivel de empleo, el Producto Interno Bruto y sobre las economías regionales.

En México y en otros países, el turismo constituye un sector económico de máxima importancia, tanto por los ingresos de divisas que aporta, como por el considerable volumen de empleo directo e indirecto que genera.

El turismo es un sector que recientemente ha registrado una expansión en todo el mundo. Cuenta con un desarrollo relativamente reciente, y como tal, todavía está mostrando un crecimiento sostenido. Los involucrados en el sector turístico saben de lo relevante de esta actividad, cuya importancia económica genera movilidad no sólo financiera, sino también social para el desarrollo de cualquier país. La meta del turismo, abordado desde sus diferentes ángulos, es satisfacer las actividades del viajero de negocios que, lejos de casa, requiere servicios de alimentación, alojamiento, transporte, diversión, condiciones de trabajo, pero, fundamentalmente, trato humano. De igual manera el sector turismo no es una moda en las economías modernas, pero ha crecido hasta convertirse en una actividad de importancia y significado mundial. En varios países, el turismo es el producto más grande en su comercio internacional.

En México, según la Secretaría de Turismo, la actividad turística contribuyó en el primer trimestre de 2013 con el 9% del Producto Interno Bruto, generando 7.5 millones de empleos, 2.5 millones de ellos de manera directa. Lo anterior representa que esta industria es la tercera fuente de captación de divisas y participan de esta actividad más de 43 mil empresas.

El turismo en México es la tercera fuente de ingresos, solo por debajo de las remesas y el petróleo. México tiene el reto de potenciar aún más el turismo, ganar más terreno en este ámbito y llegar al primer lugar. Datos de la (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2014) revela que el turismo en México está creciendo es resistente flexible y adaptable, el 90% de los ingresos económicos los generan los propios mexicanos a pesar de los problemas económicos México

tiene el potencial para convertirse en un paraíso turístico, para lograrlo hay que vencer varios factores y el principal es la inseguridad. (SECTUR, 2003)

El periódico Excélsior publicado en la Ciudad de México hace mención que durante "el primer bimestre del 2016 se recibieron 5.6 millones de turistas internacionales, el número más alto para los dos primeros meses de cualquier año y un crecimiento anual de 10.8%.

La gran mayoría de los turistas de internacionales, el 83% llegan a México por avión. El número total de pasajeros vía aérea para el primer bimestre de 2016 fue de 9.4 millones de pasajeros. Esto representa un aumento aproximado de 12.5% más que el mismo periodo del 2015.

Alrededor del 54.2% de los turistas que llegaron vía aérea provienen de EEUU.

Las divisas generadas por pasajeros internacionales alcanzaron un nuevo registro histórico de 3,297 millones de dólares.

El gasto promedio de los turistas internacionales fue de \$ 530.2 dólares en el lapso de enero-febrero del 2016. Una reducción de \$17 dólares respecto al gasto promedio mensual.

En el cuarto trimestre del 2015 hubo 3.8 millones de personas empleadas en el sector turismo en México. Cabe resaltar que esta cifra representa un máximo histórico en toda la serie del empleo turístico. El empleo turístico represento el 8.3% del total de personas empleadas a nivel nacional.

La llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel alcanzo los 7.8 millones de turistas (73.1% del total); mientras que 2.9 millones fueron turistas internacionales (26.9 % del total).

Los aeropuertos que recibieron mayor parte de visitantes extranjeros en México fueron: Cancún con 1, 279,189; el de la ciudad de México con 586,288; puerto Vallarta 324.618; y Guadalajara con 125,996. Estos representan el 88.9% del total de los visitantes internacionales recibidos durante el primer bimestre del 2015.

El número de pasajeros en cruceros en el primer bimestre de 2016 fue de 1, 220,000, lo que representa una disminución de 37 mil pasajeros (-2.9%) con respecto al primer bimestre 2015. Cabe recordar que México ocupa el lugar número 10 del barómetro que da a conocer la organización mundial del turismo (OMT), por lo que vale la pena estar al tanto de los progresos de esta industria, de los beneficios y especial mente de los retos que enfrenta para mantenerse y posicionarse entre las preferencias de los turistas a nivel mundial "(Excelsior , 2016).

1.6. Los factores económicos y sociales en el turismo

El turismo es uno de los sectores con crecimiento acelerado de la economía mundial. El desarrollo turístico puede promover el crecimiento económico, tanto directa como indirectamente. Primero, al estimular el crecimiento de otros sectores y segundo al incrementar el ingreso doméstico y la demanda efectiva. Diversos estudios han comprobado que efectivamente existe una relación directa entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico de las economías.

Se ha analizado como el turismo puede generar grandes ingresos y beneficios económicos a la economía de una nación y a las regiones no desarrolladas que cuentan con amplias ventajas comparativas la OMT ha enlistado razones por las que el turismo representa un factor de desarrollo económico sustentable, en los países menos desarrollados (OMT, Factores que influyen en la demanda turística y redistribucion de las corrientes turísticas, 1976).

- a) El turismo es consumido exactamente en el punto en donde se produce; el turista va al destino específico y es ahí donde gasta dinero, abriendo de esta manera, una oportunidad para los negocios locales de todo tipo, y permitiendo a las comunidades locales beneficiarse a través de la economía informal en la venta de bienes y servicios directamente a los visitantes.
- b) Muchos países menos desarrollados tienen una ventaja comparativa en el turismo con respecto algunos países desarrollados, ya que tienen una gran

gama de valores como la cultura, el arte, música, escenarios naturales, variedad en flora, fauna y climas, incluyendo los lugares considerados “Patrimonio de la Humanidad”. La visita turística a tales lugares puede generar empleos e ingresos a las comunidades y ayudar a la conservación de recursos tanto naturales, como culturales.

- c) El turismo es una industria con mucha mayor diversidad que otras. Cuenta con el potencial de sustentar otras actividades económicas, ambas a través de proveer flexibilidad. Trabajos de medio tiempo pueden ser complementados con otras opciones de sustento y a través de la creación de ingresos mediante una amplia cadena de insumos de bienes y servicios.
- d) El turismo es intensivo en mano de obra, la cual es particularmente importante en atacar a la pobreza. Fomenta la creación de muchas y diversas oportunidades de empleo, especialmente para las mujeres y la gente joven, la cual generalmente requieren de poco entrenamiento.
- e) Crea oportunidades para muchas micro y pequeñas empresas, tanto en la economía formal como informal. Es una industria en la que generalmente los costos y las barreras de entrada son relativamente bajos o pueden ser fácilmente reducidos.
- f) El turismo provee no sólo los beneficios materiales para los pobres, sino que también fortalece el orgullo cultural. La actividad crea una indudable conciencia del medio ambiente y su valor económico, un sentido de identidad y pertenencia y la reducción de vulnerabilidad a través de la diversificación de los recursos de ingreso.
- g) La infraestructura que requiere el turismo, tal como el transporte y las comunicaciones, suministros de agua y sanitarios, seguridad pública, y servicios de salud, beneficia directamente a las comunidades con índices altos de pobreza.

Otro de los factores que influyen en la afluencia del turismo es el social:

La importancia del turismo social permite las condiciones necesarias que dan acceso a un gran sector de la población que carece de posibilidades financieras

para disfrutar del turismo comercial, pero que también tiene necesidades humanas de recreación, descanso, diversión y de conocer otros ambientes.

Es una forma de turismo, más ligado a la naturaleza, a la protección del medio ambiente, es familiar, que tiene a la persona como su centro. Muchas veces administrado por asociaciones sin ánimo de lucro, sino como un servicio social, como lo ofrece.

Al respecto, Gurria (1997), hace mención a una definición en la cual se indica que: "El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura, o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural".

Este turismo merece especial atención y, sin duda, en breve estará en un punto de crecimiento que permitirá generar una movilidad económica importante y que se sumará al turismo de negocios que actualmente mueve a la economía de México.

El factor de turismo social es considerado como una de las actividades propias de la sociedad de la cual se genera una variedad de beneficios y recursos, hace que las personas puedan disponer de un mayor tiempo libre del cual se puede dedicar a la práctica del turismo y la recreación. Debe destacarse el turismo social, como fenómeno de la redistribución de la riqueza ya que su desarrollo exige una determinada oferta de acuerdo a la realidad económica y social de la población.

El factor social es de importancia para que las familias de los trabajadores que habitan un lugar no se vean obligados a viajar a otras ciudades gastando sus ahorros anuales, aspirando a aprovechar al máximo cada momento.

Muchos países han considerado al turismo social de gran importancia política y económica para sus naciones, tanto que, algunos de ellos han creado una legislación centrada en un órgano exclusivo del propio estado. Como ejemplo se puede mencionar a Bélgica, país de gran tradición del turismo social. También

países como Suiza y Dinamarca que mayormente han fomentado el sistema de turismo social descentralizado. Con respecto a los países de América Latina, especialmente los subdesarrollados, el turismo social no ha tenido lo suficiente estímulos por parte de las autoridades tanto laborales como oficiales para estimular su propio desarrollo.

Capítulo 2.- La Afluencia de Turismo en Chetumal

2.1 El sector turismo en Chetumal.

Siguiendo lo establecido por la Organización Mundial del Turismo, se ha entendido por turismo `` el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior al año natural, y cuya finalidad no es ejercer una actividad renumerada en el país visitado`` (OMT, 1994).

A su vez, define al turista como ``el visitante temporal que permanece al menos 24 horas en el lugar de destino, distinto del entorno habitual, y cuyos motivos de viaje pueden agruparse en negocios, descanso, diversión y otros``.

Es de fácil comprensión las dos definiciones, pero aun así no es posible determinar de qué industrias y organizaciones pueden considerarse incluidas dentro del sector turístico ya que no es una tarea sencilla, ya que ambas definiciones contemplan un enfoque que caracteriza al sector desde la demanda y sus características. Así mismo el turismo abarca todas las actividades realizadas (productos, servicios, etc) que una persona lleva a cabo durante su viaje tanto de ida como de vuelta fuera de su entorno habitual.

También se considera visitante a cualquier persona que se desplace fuera de su entorno, siempre y cuando sea para una actividad ya sea de descanso, por estudio, diversión, negocios, etc. Por tanto, existen viajeros que son extranjeros y nacionales, el desplazamiento tiene que realizarse a un lugar distinto de su entorno habitual de su sitio de residencia.

De igual manera existen clasificaciones, a continuación, y de modo esquemático se procede a plantear una serie de clasificaciones para identificar los diferentes tipos de concepto y características relacionadas con el turista y el turismo, incluidos en las estadísticas de turismo (visitantes), pueden ser visitantes de día (excursionistas), visitantes de más de 24 horas (turistas), motivaciones, ocio y entrenamiento, visita a parientes, salud, educación, negocios, diversión y otros.

De igual manera se clasifica al turismo atendiendo al origen y destino del viaje que se realiza, ya sea interno que es el que se lleva a cabo los residentes de una zona (localidad, región o país). El emisor es aquel que recoge al conjunto de residentes de una zona que viajan fuera de ella y el receptor es el que incluye a todos aquellos visitantes que percibe una zona.

La definición y delimitación de lo que es un destino turístico resulta una cuestión fundamental para poder comprender no solo los fundamentos del turismo sino como actividad, como industria o como sector, esto nos podrá permitir establecer los principales retos y objetivos, como lo podría ser mejorar la seguridad, mejor infraestructura, mejorar el transporte, así como los comercios locales y las zonas arqueológicas.

Cuadro 1. Ocupación hotelera en Quintana Roo.

OCUPACIÓN HOTELERA			
Destino	Abril		Diferencia
	2015	2016	
Cancún	83.20%	81.10%	-2.10%
Cozumel	76.20%	63.80%	-12.40%
Isla Mujeres	62.40%	66.00%	3.60%
Chetumal	42.30%	33.70%	-8.60%
Riviera Maya	88.80%	85.40%	-3.40%

Fuente: (Secretaria de Turismo, 2016)

El sector del turismo en Chetumal, Quintana Roo. Muestra que en el mes de Abril de los años 2015 y del 2016 el porcentaje de hoteles durante el año 2015 durante el mismo mes, fue de una ocupación del 42.30% y en el año 2016 fue del 33.70% de ocupación hotelera, hay una diferencia respecto al año 2016 de disminuyo la ocupación hotelera en un -8.60%.

Cuadro 2. Estadía hotelera en Quintana Roo.

Estadía hotelera			
Destino	Abril		Diferencia
	2015	2016	
Cancún	5	4.9	-0.1
Cozumel	4.2	3.2	-1
Isla Mujeres	1.5	1.3	-0.2
Chetumal	1.1	1.1	0
Riviera Maya	6.2	6	-0.2

Fuente: (Secretaria de Turismo, 2016)

La Organización Mundial de Turismo establece cuales son los elementos de la oferta a partir del concepto de gasto turístico, considerando como tal `` todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino``, lo que determina, en consecuencia, los elementos de la oferta son: alojamiento, alimentación, transporte, ocio, culta y actividades deportivas, compras u otros.

Por tanto, todas estas actividades son llevadas a cabo en el lugar de destino turístico, dado que es aquí donde reside la oferta turística e incluso, la actividad comercial que las agencias de viajes llevan a cabo en el mercado de origen hace de función mediadora entre la oferta y la demanda, pero por cuenta de la oferta. No obstante, es bastante común que las agencias de viajes sean consideradas como parte de la oferta turística del país de origen ya que es ciertamente difícil en muchos casos establecer cuando una agencia es solo emisora o solo receptiva, puesto que la realidad comercial es que actual en ambos sentidos del mercado.

En la siguiente tabla se puede observar una derrama económica en millones de dólares comparando el año 2015 y el 2016. En los principales destinos turísticos del estado de Quintana Roo.

Cuadro 3. Derrama económica de turistas en millones de dólares en Quintana Roo.

Derrama Económica en MDD			
Destino	Enero-Abril		Diferencia
	2015	2016	
Cancún	\$1,872.11	\$1,717.82	-8.20%
Cozumel	\$234.90	\$245.37	4.50%
Chetumal	\$18.58	\$18.60	0.10%
Isla Mujeres	\$33.91	\$47.83	41.10%
Rivera Maya	\$962.60	\$988.45	2.70%
Estado	\$3,122.09	\$3,018.07	-3.30%

Fuente: (Secretaria de Turismo, 2016)

En cuanto a la derrama económica en millones de dólares en el destino de Chetumal, Quintana Roo; en el mes de Enero – Abril en el año del 2015 fue de \$18.58 y en el año del 2016 durante los mismos meses fue de \$18.60 millones de dólares con una diferencia respecto al año anterior fue de un crecimiento del 0.10%.

2.2 La afluencia de turistas.

Cuadro 4. Afluencia de turismo en el estado de Quintana Roo.

AFLUENCIA DE TURISMO AL ESTADO			
Turistas			
Enero - Abril			
Destino	2015	2016	Diferencia %
Cancún	1,624,270	1,656,674	2.00%
Cozumel	195,760	217,728	11.20%
Chetumal	154,799	155,022	0.10%
Isla Mujeres	127,474	179,819	41.10%
Riviera Maya	1,527,931	1,568,060	2.70%
Estado	3,630,234	3,778,208	4.10%

Fuente: (Secretaria de Turismo, 2016)

En cuanto a la afluencia de turismo en Chetumal y a nivel estado es notorio que la diferencia en porcentajes es más la cifra positiva. En cuanto al sector turismo en la capital del estado durante el año 2015 fue de 154,799 y en el año del 2016 fue de 155,022 lo que provocó un crecimiento con respecto al año anterior de una diferencia del 0.10% tan solo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Cuadro 5. Afluencia de turistas a zonas arqueológicas en el estado de Quintana Roo.

AFLUENCIA A ZONAS ARQUEOLÓGICAS			
Enero - Abril 2016			
ZONA ARQ.	VISITANTES	ZONA ARQ.	VISITANTES
El Rey	6,560	Muyil	4,432
San Gervasio	89,730	Oxtankah	4,262
Xelhá	1,237	Kohunlich	13,153
Tulum	602,505	Dzibanche - Kinichá	5,954
Cobá	204,753	El Meco	5,180
Chacchoben	30,860	Xcaret	22
		Nivel Estado	968,648

Fuente: *Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)*

La afluencia hacia las zonas arqueológicas de nuestra ciudad de Chetumal, que se encuentra ubicada en el poblado de Calderitas, de nombre Oxtankah, en el mes de Enero – Abril del año 2016 tuvo una afluencia de 4,262 visitantes de manera que es una cifra positiva y que favorece a los comercios locales, restaurantes y hoteles. También se ve beneficiada la zona al contar con la seguridad que brinda el ejército mexicano, Marina y policías municipales, en la zona arqueológica y poblados aledaños.

2.3 La importancia de los factores económicos y sociales en el turismo.

Se entiende por factores clave del éxito ``el conjunto de elementos que sobre los que deben actuar prioritariamente la organización para conseguir unos resultados superiores a la media, que estarán estrechamente relacionados con su entorno, con

el sector al que pertenezca y con los propios recursos y capacidades'' (Osorio, 2009).

En línea con este enfoque, Fridolin (1995) considera que los factores que caracterizan un servicio turístico, especialmente el hotelero, son:

- ❖ El ajuste entre la oferta y demanda
- ❖ El personal en contacto
- ❖ La coordinación
- ❖ El control de calidad del proceso
- ❖ La participación activa del consumidor
- ❖ La localización
- ❖ La imagen
- ❖ Las relaciones con los intermediarios

Por su parte, y con una visión más amplia, se puede considerar de manera general que los factores clave que afectan a las organizaciones turísticas y que, por lo tanto, determinan su competitividad son:

- ❖ Visión y misión compartida entre todos los actores intervinientes en la cadena de valor del producto turístico.
- ❖ Investigación, planificación y desarrollo
- ❖ Desarrollo de recursos humanos
- ❖ Marketing
- ❖ Entorno político
- ❖ Participación activa de la comunidad local
- ❖ Disponibilidad de recursos financieros para infraestructura y servicios
- ❖ Adecuada visión y capacidad de gestión de las organizaciones públicas competentes.

Otro factor muy importante es el económico ya que en la ciudad de Chetumal, la afluencia de turismo es algo rentable ya que por la cercanía de Belice existen turistas que vienen a comprar productos de nacionalidad mexicana y no nada más beliceños, un dato muy curiosos es que El Instituto Nacional de Geografía y

Estadística reveló que de cada 100 pesos gastados en actividades turísticas, 89.8 son aportados por residentes en México, es decir, por turistas nacionales. (INEGI, 2003).

Gracias al turismo se mejora la imagen de una ciudad, una localidad y por consecuencia se crean las condiciones de vida y disfrute de quienes viajan y quienes reciben a los visitantes.

Capítulo 3.- Metodología de Investigación

El diseño de investigación que se utilizó es el descriptivo porque consiste en la recopilación de datos sobre la base de una hipótesis de manera que la información que se obtenga con base a los resultados sea significativa para dicha investigación.

El estudio de mercado está sustentado por Malhotra (2008), ya que se utilizaron los procesos para llevar a cabo una investigación adecuada para llegar al objetivo final por medio de recopilación de datos que se vayan generando.

Las técnicas de recolección de datos ha sido el método cualitativo, las fuentes primarias y se aplicaron a través de encuestas, es decir, un cuestionario estructurado que se aplicó a una muestra de una población, y que fue diseñado para obtener información específica de los participantes.

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizada será de tipo descriptiva ya que permite la observación sin afectar datos, cifras o hechos. Es útil para investigaciones con enfoque cuantitativo tal como es el caso de este estudio, que cuenta con un análisis estadístico que permitirá probar teorías. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

La investigación descriptiva cuenta con una serie de pasos a seguir para llegar a su fin, dichos pasos son:

Etapas:

1. Examinan las características del problema escogido.
2. Definir el problema y formular sus hipótesis.
3. Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Eligen los temas y las fuentes apropiados.

5. Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
6. Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizan observaciones objetivas y exactas.
9. Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

3.2 Población y muestra

Según Hernandez, Fernandez & Batista (2010), definen que la población como el agregado de casos que coinciden con algunas de sus descripciones y suele estar conformada por personas, organizaciones, eventos o situaciones entre otros que constituyen el foco de investigación.

Según Morles por Arias (2006), "La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (Personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación", por otro lado Chavez (2007) se refiere a la población a ser estudiada como el universo de la investigación, sobre cual se busca extender los resultados, clasificados las poblaciones como finitas e infinitas de acuerdo a la cantidad de personas que integren la investigación.

El diseño de investigación que se utilizó fue el descriptivo porque consiste en la recopilación de datos sobre la base de una hipótesis de manera que la información que se obtuvo con base a los resultados fue significativa para dicha investigación.

El estudio de mercado está sustentado por Malhotra (2008), ya que se utilizaron los procesos para llevar a cabo el proceso de una investigación adecuada para llegar al objetivo final por medio de recopilación de datos que se fueron generando.

Para saber cuál fue el número de personas se hizo por medio de una muestra para determinar el tamaño de la población ya que se puede decir que la población del municipio de Othón P. Blanco en la ciudad de Chetumal es demasiado grande para ser estudiada en su totalidad es por eso que es importante aplicar esta muestra para saber cuántas personas se les aplicará la encuesta.

Ya que dicha información se obtuvo de los resultados, se representaron en tablas estadísticas y gráficos, para una mejor comprensión y visualización, utilizando el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) y Microsoft Office Excel como principal herramienta para la captura de los datos.

En virtud que se desconoce la población de turistas que visitan la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Se utilizó la fórmula de poblaciones infinitas para calcular el tamaño de la muestra.

Determinación el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{pqz^2}{e^2}$$

Donde:

n= ¿?

P= 1.96

q= 1.96

z= 0.5

e= 0.05

Con base en la formula anteriormente mencionada el resultado que arrojó fue de un total de 384.16 lo que se tomó como un dato redondeado a 384 como muestra final para la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

La investigación son los turistas extranjeros y turistas nacionales, que llegan a la Ciudad de Chetumal, Quintana Roo, ya sea por vía marítima, aérea o terrestre.

La muestra de esta investigación está compuesta por 384 encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Este tipo de muestreo es caracterizado por la obtención de muestras representativas mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos o con características similares, en este caso, son los turistas que llegan a nuestra ciudad.

3.3 Instrumentos de medición

Un instrumento de recolección de datos para Sabino (2002), es todo aquel recurso utilizado por el investigador para llegar a la población, extrayendo de ellos la información requerida; los datos obtenidos de una investigación se clasifican en primarios y secundarios, los primarios son aquellos que se obtienen directamente de la realidad y para obtenerlos se pueden utilizar instrumentos como: las entrevistas, cuestionarios, test, diagramas socio métricos, la observación científica, entre otros.

Para esta investigación y de los objetivos planteados se utilizó la técnica de encuestas a través del diseño y aplicación de un instrumento tipo cuestionario (*ver anexo 1*), en los cuales se entrevistaba a los turistas que llegaron por diferentes transporte ya sea marítima, aérea o terrestre en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

El cuestionario final se integró por 19 preguntas en total, que se estructuró en 3 bloques: (1) La información general, (2) Los factores económicos y (3) los factores sociales.

En cuanto al primero bloque contiene preguntas para la obtención de información general personal de los turistas nacionales y extranjeros, como la nacionalidad, motivo de viaje, edad, genero, nivel de estudios, área de estudios. En el segundo bloque contiene datos de cuáles son los más importantes para un viajero o turista en cuanto a factores económicos. En el tercer bloque contiene dato de cuáles son los más importantes para un viajero o turista en cuanto a los factores sociales que influyen su llegada a la ciudad.

La solicitud para contactar a los entrevistados fue a través de la encuesta aplicándola personalmente en la terminal marítima, en las terminales de autobuses y en el aeropuerto de la ciudad, logrando un total de 384 encuestas aplicadas, el trabajo de campo se realizó durante los meses de marzo de 2017 al mes de mayo de 2017, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Tabla 1. Muestra utilizada

Visitantes	Número
Nacionales	190
Extranjeros	194
TOTAL	384

3.4 Hipótesis y variables

H1. Existen factores de tipo económico y social que influyen de manera importante en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

3.5 Variables de estudio

Las variables en este estudio tanto dependientes como las independientes que ayudaron a responder la hipótesis anteriormente planteada y a obtener resultados de acuerdo a los objetivos de la misma, son las siguientes:

Variable dependiente:

Afluencia.- Esta variable ha sido medida través del número de visitantes entrevistados que acudieron como turistas a la ciudad de Chetumal. Esta variable es de tipo binaria que toma valor de 1= nacional y 2 extranjero.

Variables independientes:

Edad.- Esta variable ha sido medida través del número de años que tiene el turista que llega hacia la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Esta variable es de tipo numérica en la investigación.

Sexo.- Esta variable indica si el sexo del turista, tiene una relación con los motivos de viaje y actividades realizadas, de acuerdo a su sexo, la variable es de tipo nominal.

Nivel de escolaridad.- De igual manera, esta variable ayudo a identificar si el nivel de escolaridad del turista influye mucho en sus decisiones y en las actividades que realiza durante su motivo de viaje. La variable es de tipo nominal y toma valores de 1 para sin estudios, 2 para primaria, 3 para secundaria, 4 para preparatoria, 5 para licenciatura y 7 para posgrado.

Ingresos.- Esta variable fue útil para saber si existe alguna relación de su motivo de viaje o el nivel de estudios de acuerdo a su estatus económico de igual manera ayudara a identificar el monto mensual que ganan los turistas ya sean nacionales o extranjeros que llegan a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. La variable es de tipo nominal y toma valores de 1 para hasta \$5,000, 2 de \$5,000 a \$10,000, 3 de \$10,000 a \$15,000, 4 de \$15,000 a \$20,000 y 5 de \$20,000 en adelante.

Motivo de viaje.- Esta variable se ha utilizado para conocer cuáles son los motivos de viaje de los turistas ya sean extranjeros o nacionales que llegan a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. La variable es de tipo nominal y toma valores de 1 para negocios, 2 para descanso, 3 para estudio y 4 para diversión.

Factores económicos.- Esta variable midió la importancia de los factores de tipo económico como oportunidades de empleo, inversión empresarial, ingresos tributarios, ampliación de los productos locales, tipo de cambio del dólar y turismo comercial, que los visitantes toman en consideración cuando visitan la ciudad de Chetumal. Esta variable es de tipo Likert 1 (poca importancia) y 5 (muchísima importancia).

Factores sociales.- Esta variable se midió a través de la importancia de los factores de tipo social como infraestructura, cultura local, servicios comunitarios, transporte, ambiente turístico y promoción turística, que los visitantes toman en consideración cuando visitan la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Esta variable es de tipo Likert 1 (poca importancia) y 5 (muchísima importancia).

3.5 Procesamiento de datos

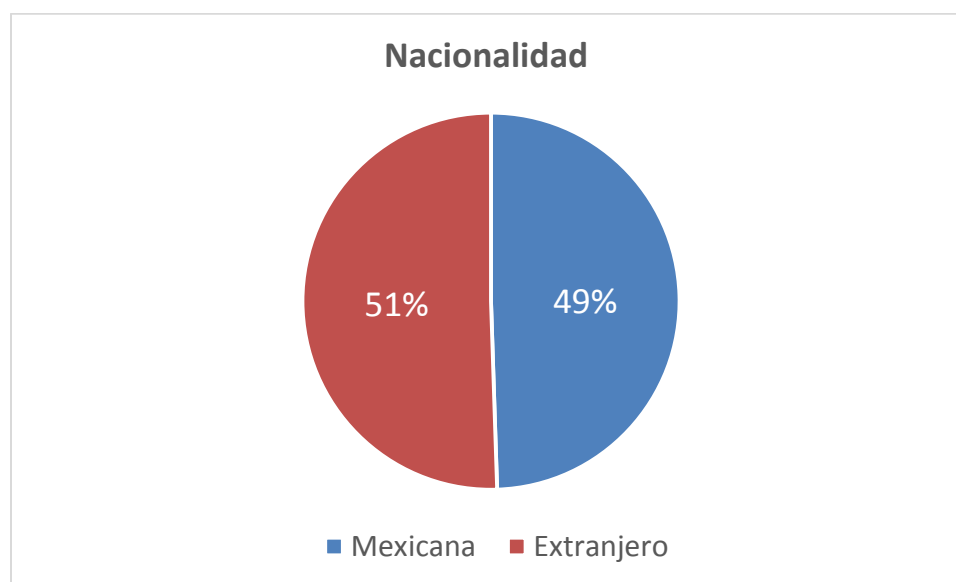
En este apartado una vez obtenida la información, se utilizó el software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Y mediante este programa estadístico se realizó un análisis descriptivo, univariable y bivariado (Hair, 2007). Estos se usaron para conocer cuáles son los factores que influyen en la afluencia del turismo.

Capítulo 4.- Análisis de los Resultados

4.1 Análisis descriptivo univariante

En las encuestas realizadas se encontraron distintas nacionalidades como lo son: chinos, argentinos, beliceños, franceses, brasileños y mexicanos. Para los diferentes países, se agruparon las nacionalidades en dos grupos mexicana y extranjeras en cuyos grupos se pudo observar una mínima diferencia de afluencia a la ciudad de Chetumal.

Gráfica 1. Nacionalidad de turistas que visitaron la ciudad Chetumal, Quintana Roo.

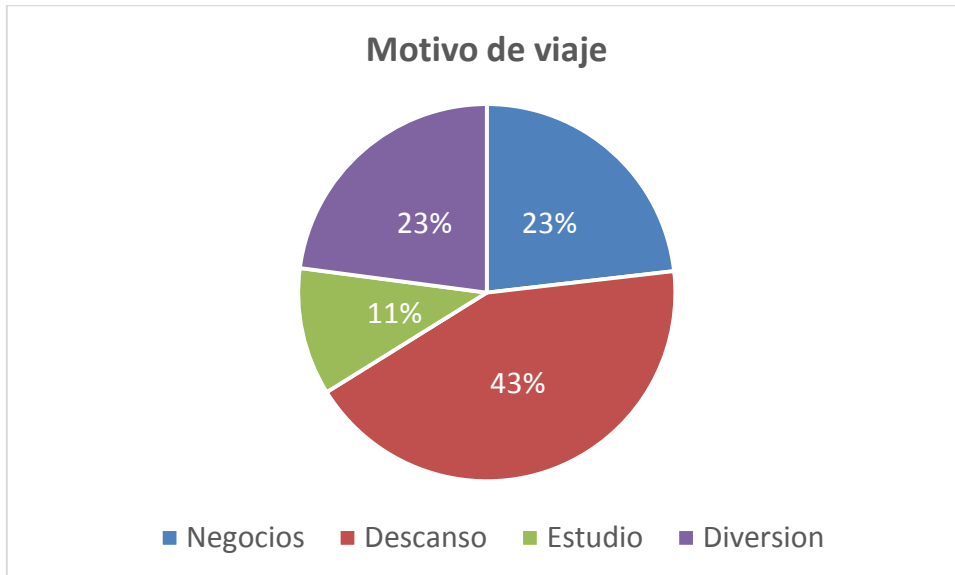


Fuente: *Elaboración propia*

En la encuesta realizada en el mes de marzo-mayo del 2017 a 384 visitantes a la ciudad de Chetumal Quintana Roo, se puede percibir que el 49% fueron mexicanos y el 51% fueron extranjeros. Notándose que hubo una diferencia del 2% mayor en los visitantes extranjeros en comparación de los mexicanos.

El motivo de viaje se representó en cuatro grupos: negocios, descanso, diversión y estudios. Lo cual se pueda observar en la gráfica 2.

Gráfica 2. Motivo de viaje por el cual llegaron los turistas extranjeros o nacionales a la ciudad.

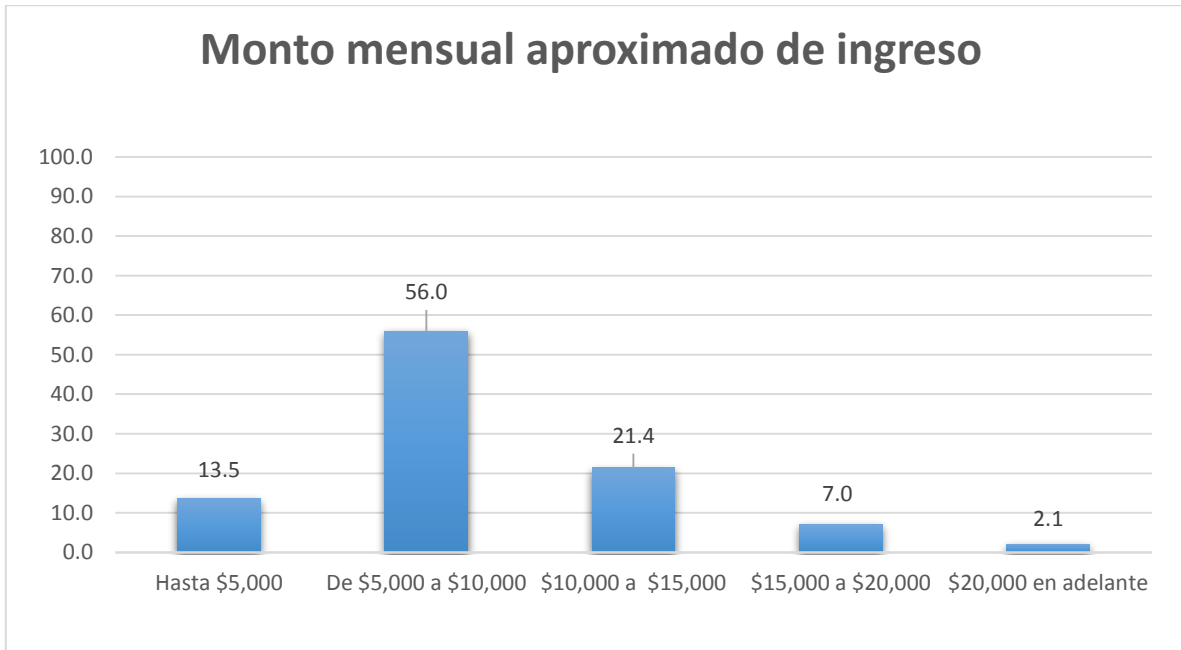


Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto al motivo de viaje por parte de los turistas extranjeros o nacionales un 23% respondió que viaja por motivo de negocios, representando así mismo ese porcentaje un total de 89 encuestados, el 43% respondió que viaja por motivo de descanso, este porcentaje representa a 165 encuestados, el 11% respondió que viaja por motivos de estudio, este porcentaje representa a 42 encuestados y el 23% restante respondió que viaja por motivos de diversión, este porcentaje representa a 88 encuestados. Cabe mencionar que la mayoría que viaja es por descanso con un 43%, agregando que el 23% lo hace por motivo de diversión y que el 66% viaja a la ciudad de Chetumal con motivos de ocio.

Dado que los costos de alimentos y bebidas en la ciudad son de menor costo en comparación del norte del estado se decidió realizar una escala del sueldo mensual de los visitantes y así tener una idea de los costos ideales para los restaurantes y tiendas de servicio en la ciudad.

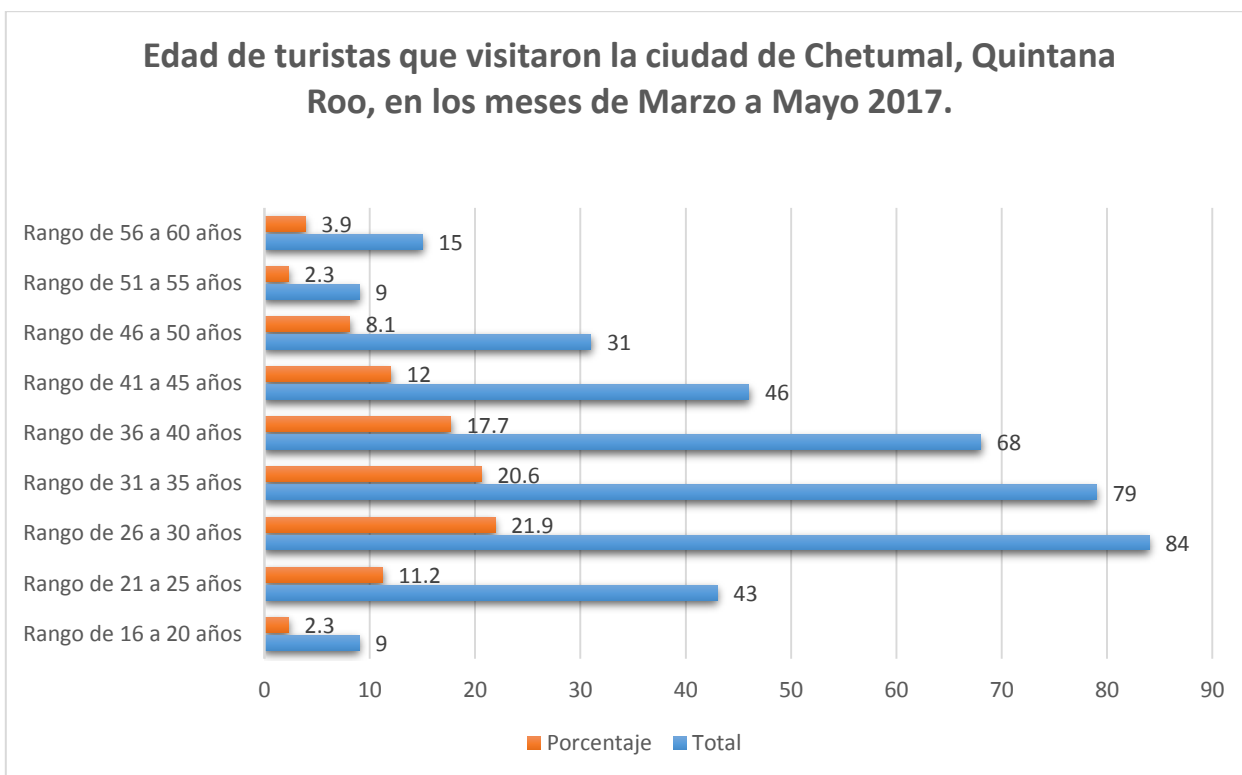
Gráfica 3. Monto mensual aproximado de ingreso de los turistas que llegan a la ciudad.



Fuente: *Elaboracion propia*

En cuanto al monto de ingresos que ganan aproximadamente los turistas nacionales y extranjeros fue que un 13.5% que representa a 52 encuestados y que respondieron que ganan en promedio de hasta \$5,000 en un mes, un 56% que representa a 215 personas encuestadas respondieron que ganan de entre los \$5,000 a los \$10,000 al mes, un 21.4% que representa a 82 personas encuestadas respondieron que dicen ganar de entre los \$10,000 a los \$15,000 mensuales, un 7% que representa a 27 personas encuestadas dicen ganar entre los \$15,000 y los \$20,000 mensuales y el 2.1% restante que representa a 8 personas que dicen ganar de \$20,000 en adelante. Esto quiere decir que más del 50% de los turistas ganan entre los \$5,000 y \$10,000 mensuales, lo que es bueno para la ciudad de Chetumal ya que consumen producto local pero no suficiente para obtener suficientes recursos económicos.

Gráfica 4. Edad de turistas que visitaron la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en los meses de marzo a mayo 2017.

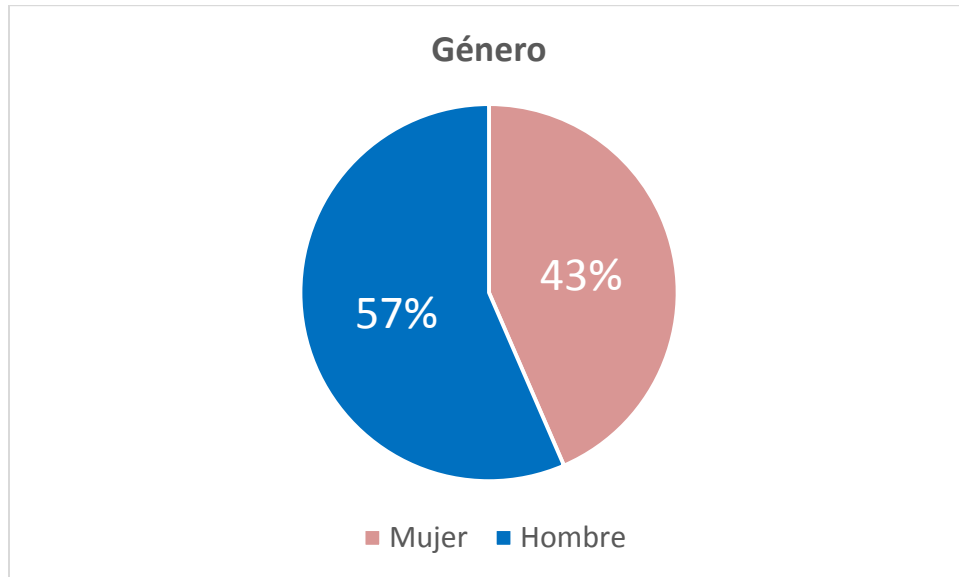


Fuente: *Elaboración propia*

De un total de 384 turistas, un 2.3% tiene una edad de entre 16 y 20 años, un 11.2% tiene una edad de entre 21 a 25 años de edad, un 21.9% representa a las edades de entre 26 a 30 años de edad, un 20.6% tiene una edad entre 31 a 35 años de edad, un 17.7% tiene una edad entre 36 a 40 años, un 12% tiene una edad entre 41 a 45 años, un 8.1% tiene una edad entre 46 a 50 años, un 2.3% tiene una edad entre 51 a 55 años y un 3.9% tiene una edad entre 56 a 60 años.

Lo que representa es que en su mayoría de las personas turistas que viajan a la ciudad de Chetumal tienen la mayoría de edad y que tiene un recurso económico medio – alto lo cual es un beneficio para los negocios.

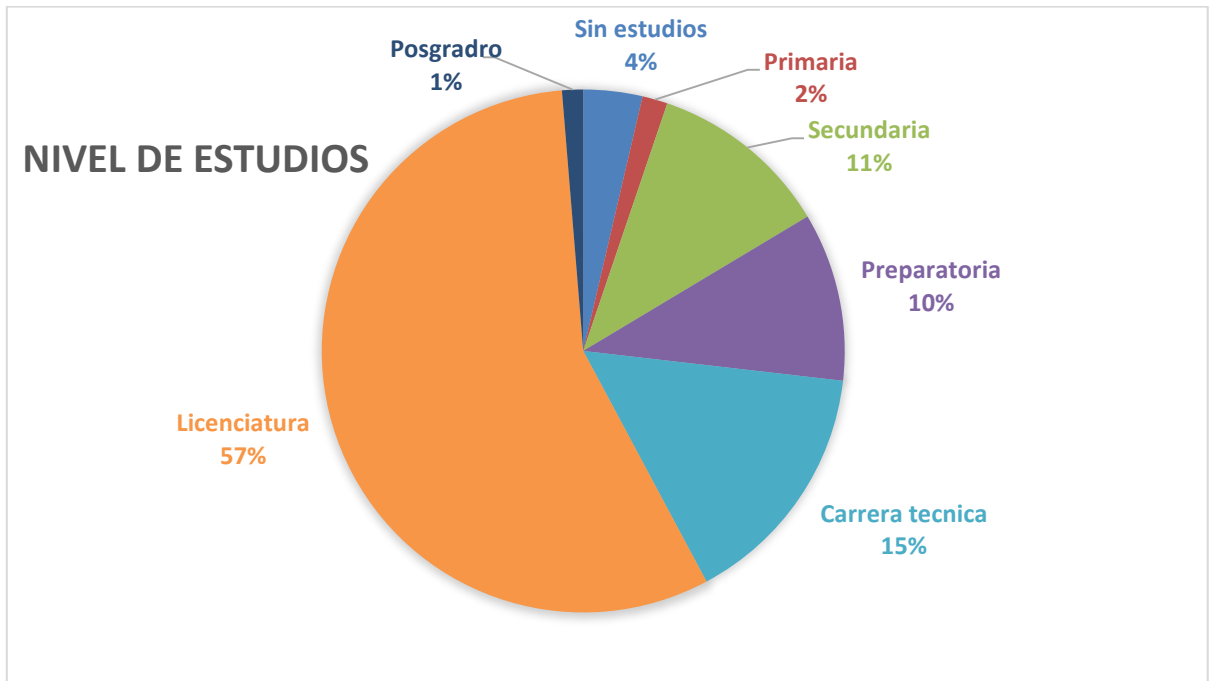
Gráfica 5. Género de los turistas encuestados en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.



Fuente: *Elaboración propia*

Como se observa en la gráfica el 57% que representa a 217 son de género masculino y el otro 43% representa a 167 encuestados que son mujeres lo que esto representa que hubo más hombres turistas encuestados que mujeres. Tanto como hombres y mujeres pueden disfrutar de actividades turísticas de la ciudad. En la ciudad se cuenta con tours turísticos, restaurantes, cines, centros nocturnos y el bulevar, para realizar actividades recreativas.

Gráfica 6. Nivel de estudios que tienen los turistas que llegaron a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, en los meses de Marzo a Mayo 2017.

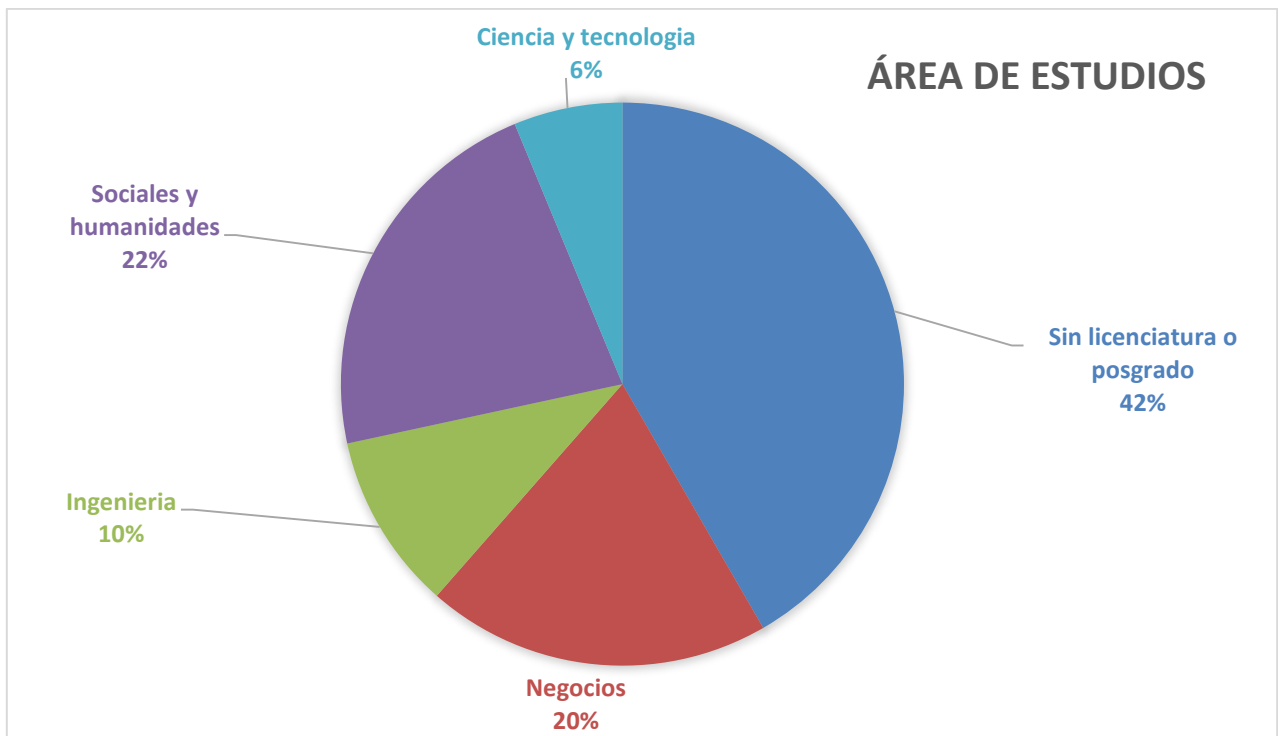


Fuente: *Elaboración propia*

En esta gráfica se observa el nivel de estudios de un total de 384 visitantes en la cual el 57% cuenta con una licenciatura, el 15% tiene carrera técnica, el 11% tiene secundaria, el 10% tiene preparatoria, el 4% no tiene estudios, el 2% cuenta con primaria y solo el 1% tiene posgrado.

En lo cual se percibe que la gran mayoría cuenta con una licenciatura con más del 50% lo que influye en la apreciación e intercambio de la riqueza intelectual de los visitantes. Mientras que hay menos visitantes con posgrados que visitantes sin estudios, lo que se dice que la gran mayoría termina la licenciatura, pero no continúan con un posgrado.

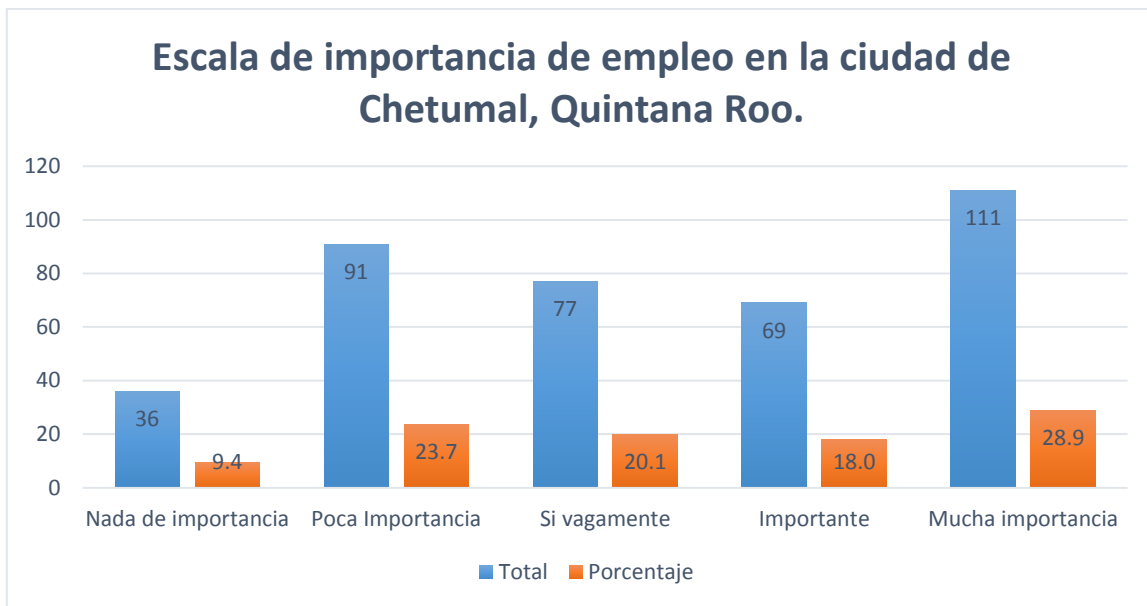
Gráfica 7. Área de estudios únicamente si poseen licenciatura o posgrado.



Fuente: *Elaboración propia*

En esta gráfica hace mención al área de estudio de los encuestados y se puede observar que existen personas que no logran concluir una licenciatura y mucho menos un posgrado. Un 42% del total de 384 no cuenta con una licenciatura y mucho menos con un posgrado, las áreas de estudio de mayor grado son las sociales y humanidades con un 22%, de ahí sigue el área de negocios con un 20%, en cuanto al área de ingeniería un 10% y un 6% respondió que su área de estudio es la ciencia y tecnología.

Gráfica 8. Oportunidades de empleo (trabajo en la ciudad)



Fuente: *Elaboración propia*

En la gráfica 8 muestra que en la escala de importancia de empleo el 9.4% refirió no tenerle importancia, el 23.7% poca importancia, el 20.1% vagamente importante, el 18% importante y finalmente el 28.9% de mucha importancia. En lo cual muestra la gráfica que las cifras más altas fueron para los que les importa mucho, segundo a los que les dan poca importancia y tercero a los que vagamente les interesa el obtener empleo en la ciudad.

4.2 Análisis bivariante

Para el análisis de los resultados y para comprar las hipótesis planteadas en el presente trabajo, se ha utilizado la prueba ANOVA de un factor para determinar si diferentes tratamientos muestran diferencias significativas o por el contrario pueden suponerse que medias poblacionales no difieren. De igual manera se utilizó la prueba del Chi-cuadrado de Pearson, que sirve para determinar si se muestra una relación entre dos variables estudiadas o por el contrario si no tiene alguna asociación una con la otra.

Respecto a la **H1**: Existen factores de tipo económico y social que influyen de manera importante en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Tabla 2. Factores económicos y nacionalidad del turista

Factores económicos	Media	Mexicana	Extranjero	Sig.
Oportunidades de empleo	3.33	3.50	3.17	**
Inversión empresarial	3.44	3.34	3.55	*
Ingresos tributarios	3.53	3.44	3.63	*
Ampliación de los productos locales	3.89	3.85	3.93	NS
Tipo de cambio del dólar	3.85	3.77	3.94	*
Turismo comercial	4.08	4.05	4.11	*

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

Fuente: Elaboración propia

De las 384 encuestas aplicadas se determina que en cuanto a las oportunidades de empleo les resulta más importante a los turistas nacionales representando por arriba del 50% del total media de 3.33 con un nivel de confianza del 95%, también al factor de inversión empresarial, les resulta más importante a los extranjeros por arriba del 50% del total media de 3.44 lo cual quiere decir que los extranjeros están

interesados en invertir su dinero en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Se puede observar al factor de ingresos tributarios le resulto más importante al turista extranjero por en sima del 50% del total media de 3.53 lo cual es importante para los extranjeros de cuanto a los impuestos que pagan al realizar su visita hacia la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. El factor de tipo de cambio del dólar el turista extranjero le da más importancia que el turista nacional ya que es importante para ellos el tipo de cambio de su monera en el extranjero, lo cual le permite gastar más en su lugar de visita, ya que al extranjero se le hace menos costoso.

Tabla 3. Factores sociales y nacionalidad del turista

Factores sociales	Media	Mexicana	Extranjero	Sig.
Infraestructura	3.93	4.08	3.79	**
Cultura local	4.13	4.15	4.10	*
Servicios comunitarios	4.11	4.25	3.97	***
Transporte	4.23	4.23	4.23	NS
Ambiente turístico	4.23	4.32	4.13	*
Promoción turística	4.37	4.39	4.35	NS

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

Fuente: *Elaboración propia*

De la tabla 2 Factores sociales y nacionalidad, de las 384 encuestas realizadas se observa el factor de infraestructura el turista nacional le da mayor importancia con un total una media de 4.08 por encima del extranjero, el factor cultural local el turista nacional le da mayor importancia con un 4.15 por encima del total media, otro de los factores sociales es el de servicios comunitarios el turista nacional es el que le da una mayor importancia a este factor con un 4.25 por encima de la media total lo cual quiere decir que es de suma importancia los servicios como lo son el de la energía eléctrica, alumbrado público, la calidad del agua potable, la evacuación de los residuos, las carreteras, la atención médica y la seguridad personal, otro de los

factores importantes es el ambiente turístico el turista nacional le da mayor importancia a este factor con un 4.32 sobre mayor porcentaje de la media del total, ya que para los pobladores les interesa que exista ese factor en nuestra ciudad para poder crecer más en cuanto a los locales y comercios de la zona.

Tabla 4. Factores económicos y motivos de viaje del turista.

Factores económicos	Media	Negocios	Descanso	Estudio	Diversión	Sig.
Oportunidades de empleo	3.33	3.70	3.19	3.29	3.25	**
Inversión empresarial	3.44	3.73	3.32	3.52	3.35	*
Ingresos tributarios	3.53	3.92	3.46	3.38	3.35	**
Ampliación de los productos locales	3.89	4.15	3.87	3.88	3.67	*
Tipo de cambio del dólar	3.85	4.12	3.86	3.74	3.63	**
Turismo comercial	4.08	4.33	4.07	3.88	3.95	*

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

Fuente: *Elaboración propia*

De la tabla 3, de las 384 encuestas realizadas se observa a los factores económicos y motivo de viaje se puede percibir que en las oportunidades de empleo tiene una media del 3.33 y que el motivo de viaje en relación de esta variable es la de negocios con una media del 3.70 esto quiere decir que si es importante para los turistas las oportunidades de empleo.

El factor económico de inversión empresarial tiene una media total de 3.44 y esto quiere decir que negocios es la que está por encima de los demás motivos de viaje. Esto hace mención a que la inversión empresarial es de suma importancia a los turistas que viajan ya sean nacionales o extranjeros y que el motivo de su visita o llegada a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Sea por negocios.

Se observa que la media del total del factor económico de ingresos tributarios tiene una relación en cuanto a los negocios con un total de 4.15 por encima de los demás motivos de viaje. Esto quiere decir que tiene una relación en cuanto a los pagos de impuestos por parte de los turistas ya que en su mayoría de los turistas le dan suma importancia ya sea porque tengan un negocio o sea su posible inversión en la zona de visita.

De igual manera se observa la media del total de factor económico de ampliación de los productos locales es de un 4.15 en negocios por encima de los otros motivos de viaje que se utilizaron como respuesta, esto quiere decir que los turistas que viajan les es importante que se amplíen los productos locales.

Se puede observar a la media del total del factor económico de tipo de cambio de dólar es de un 3.89 lo cual indica que en negocios con un 4.12 siendo el más alto en cuanto a los motivos de viaje tiene una relación muy importante de los turistas que viajan y al tipo de cambio de su moneda le dan suma importancia.

La media del total del factor económico de turismo comercial es de un 4.08 y en cuanto al motivo de viaje y en relación con esta variable hace mención que es de un 4.33 en cuanto al motivo de viaje por negocios lo que hace de suma importancia en su mayoría a los viajes ya sean turistas nacionales o extranjeros que en su mayoría viajan ya sea por motivos de trabajo, por algún negocio propio que tienen o por querer hacer apertura de uno aquí en la ciudad de Chetumal por lo que sería de suma importancia para los pobladores locales y con su llegada de empresas o inversionistas, se pudieran crear mejores y nuevos empleos de igual manera una notable mejora en la infraestructura local, así de igual manera una riqueza cultural y también se vería mejorada la seguridad personal al igual que una mejoría en los servicios comunitarios.

Tabla 5. Factores sociales y motivos de viaje del turista

Factores sociales	Media	Negocios	Descanso	Estudio	Diversión	Sig.
Infraestructura	3.93	4.08	3.92	3.74	3.90	*
Cultura local	4.13	4.27	4.07	3.95	4.17	*
Servicios comunitarios	4.11	4.20	4.07	4.02	4.11	*
Transporte	4.23	4.34	4.19	4.29	4.15	*
Ambiente turístico	4.23	4.39	4.13	4.02	4.34	**
Promoción turística	4.33	4.42	4.27	4.45	4.48	*

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

Fuente: *Elaboración propia*

De la tabla 4. Se puede apreciar la relación de los factores sociales como la infraestructura, cultura local, servicios comunitarios, transporte, ambiente turístico y promoción turística, tienen una relación significativa en cuanto a la variable del motivo de viaje, lo que en su mayoría el motivo de viaje de los turistas es el de negocios ya sean nacionales o extranjeros de igual manera el de descanso en su mayoría ya que es superior por encima del 50%. Lo que esto quiere decir que la relación de las variables y en relación a los motivos de viaje es significativo lo cual para los turistas ya sean nacionales y extranjeros son factores importantes para la afluencia de turistas que llegan a la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Tabla 6. Factores económicos y nivel de escolaridad del turista

Factores económicos	Media	Sin estudios	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Carrera técnica	Licenciatura	Posgrado	Sig
Oportunidades de empleo	3.33	3.21	2.00	4.16	3.50	3.27	3.22	2.40	***
Inversión empresarial	3.44	3.21	2.83	4.09	3.10	3.07	3.51	3.40	***
Ingresos tributarios	3.53	2.71	3.50	4.16	3.13	3.22	3.63	3.20	***
Ampliación de los productos locales	3.89	3.07	3.67	4.30	3.43	3.59	4.04	3.60	***
Tipo de cambio del dólar	3.85	2.86	3.50	4.42	3.25	3.81	3.95	3.20	***
Turismo comercial	4.08	3.14	3.33	4.63	3.80	3.86	4.17	4.00	***

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 5 se observa que los resultados obtenidos son estadísticamente significativos, por lo que se determina que para los que tienen un nivel de secundaria les resulta de mayor importancia las oportunidades de empleo, de igual manera para los que tienen una licenciatura o posgrado les interesa más el factor de inversión empresarial ya que cuentan con una mayor visión en cuanto al mundo de los negocios, de igual manera en el factor económico de ingresos tributarios o sea pagos de impuestos los que cuentan con nivel de estudios de secundaria y licenciatura se ven más interesados en ese factor antes mencionado, en cuanto a la ampliación de los productos locales los que cuentan con un nivel de estudios de entre secundaria y licenciatura es notorio que les interesa ampliar productos que son hechos en la

región para que cada vez más gente pueda conocer un poco sobre lo que se vende en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

El factor económico del tipo de cambio del dólar los que cuentan con un nivel de entre secundaria y posgrado se ven interesados en cuanto a la variación de la moneda de estados unidos y mencionando al último factor económico de turismo comercial se puede observar que los que cuentan con un nivel de estudios de entre secundaria y posgrado se ven interesados hacia la parte de hacer promoción a los lugares de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, como lo son sus zonas arqueológicas, sus playas y cenotes que se encuentran en zonas aledañas y que se pueden disfrutar de un ambiente cultural y de riqueza de la naturaleza.

Tabla 7. Factores sociales y nivel de escolaridad del turista

Factores sociales	Media	Sin estudios	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Carrera técnica	Licenciatura	Posgrado	Sig.
Infraestructura	3.93	3.14	4.00	4.63	4.13	3.88	3.84	3.00	***
Cultura local	4.13	3.86	3.83	4.72	4.18	4.03	4.05	4.20	***
Servicio comunitarios	4.11	3.86	4.33	4.72	4.38	4.10	3.95	3.80	**
Transporte	4.23	3.71	4.33	4.79	4.40	4.12	4.15	3.80	***
Ambiente turístico	4.23	3.21	4.33	4.74	4.43	4.10	4.18	4.60	***
Promoción turística	4.37	3.57	4.17	4.79	4.53	4.19	4.35	5.00	***

Nota: test ANOVA (escala Likert de cinco puntos, de 1 Poca importancia a 5 Mucha importancia); (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (NS) Estadísticamente no significativo.

De acuerdo con la tabla 6 se puede observar que los resultados obtenidos son estadísticamente significativos, por lo que se determina que para los que tienen un nivel de entre sin estudios y posgrados es de suma importancia el factor social de infraestructura, en cuanto a la cultura local se puede observar que es importante desde los que no tienen un nivel de estudios hasta los que cuentan con un posgrado, el factor social de servicios comunitarios también se puede observar que es importante desde los que no cuentan con un nivel de estudios y hasta con los que cuentan con un nivel de estudios de posgrados esto quiere decir que es un factor importante, en cuanto al factor social de ambiente turístico se puede observar que es significativo estadísticamente lo que hace mención a que la mayoría de los turistas hacen mención a que es de mucha importancia el ambiente turístico y por último se puede observar que en cuanto al factor de promoción turística y en relación a los que cuentan con un nivel de estudios tiene una relación de entre importante a mucha importancia esto quiere

decir que para el turista le es muy importante la promoción de los lugares turísticos, en cuanto a más publicidad sobre la región, su cultura y posibles lugares de visita.

El nivel de significancia de los resultados que ha arrojado que es estadísticamente claros por lo que se puede determinar con certeza los datos obtenidos en esta prueba. Por lo tanto, se puede aceptar la **H1** planteada de que si existen los factores de tipo económico y social que influyen de manera importante en la afluencia del turismo en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Observando la relación de cada uno de los factores de tipo económico con su nacionalidad, motivo de viaje y nivel de estudios; así mismo la relación de los factores de tipo social con su nacionalidad, motivo de viaje y nivel de estudios. Se ha comprobado de manera positiva de que si hay una relación y de que la **H1** es verídica comprobada estadísticamente.

Conclusiones y recomendaciones

En el presente trabajo, se integraron algunos temas tales como lo son: el sector turismo, antecedentes, las teorías, el turismo en México, los factores económicos y sociales en el turismo, la afluencia del turismo en Chetumal, el sector turismo en Chetumal, la afluencia de turistas y la importancia de los factores económicos y sociales en el turismo. De igual manera se mencionan las aportaciones de autores y de estudios referentes al sector turismo, y a sus factores económicos y sociales.

El turismo es altamente simbólico del poder económico, especialmente en los países desarrollados. Muchas de las relaciones específicas entre turistas y gente local son sólo comprensibles en el contexto de relaciones internacionales más amplias entre el mundo en desarrollo y el occidente acaudalado. Como sostuvo Malcolm (Crick, 1989), «el análisis del turismo por fragmentos sin la perspectiva político-económica es común de la ciencia social burguesa y es una estrategia usada a menudo para evitar problemas sociales reales». En otras palabras, se tiene que enfrentar el hecho de que el turismo necesita estar situado en la sociedad. El consumo de servicios no puede separarse de las relaciones sociales dentro las cuales se inserta. Como una de las actividades más penetrantes, dominantes y visibles. El turismo internacional refleja y acentúa las disparidades económicas y sociales.

Cabe destacar que el estudio fue realizado mediante la aplicación de encuestas a 384 turistas de entre ellos representan un 100% y los nacionales representan un 49% los extranjeros un 51% por lo que es una muestra representativa del total existente. Se encontraron algunas limitantes como lo es la inversión económica por parte del gobierno hacia la mejora, la seguridad personal, la promoción turística por parte del gobierno hacia la zona sur del esta de Quintana Roo. Donde se encuentra la ciudad de Chetumal y capital del mismo. Sin embargo, gracias a este estudio se han logrado recabar datos importantes, que permitieron hacer de un mejor análisis de los factores económicos y sociales que influyen en la afluencia del turismo.

De acuerdo con los datos alcanzados se tiene que tanto para los turistas nacionales 49% y para los turistas extranjeros 51%, es de suma importancia los factores económicos y sociales.

Por lo anteriormente mencionado y de acuerdo con los resultados obtenidos durante el desarrollo de esta investigación se concluye que, en efecto si existen factores tanto como los económicos y los sociales y que pueden influir en la afluencia de turistas en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que en estos factores antes mencionados hay que desarrollarlos aún más hay que invertir para que la ciudad de Chetumal pueda ser un atractivo turístico.

Por último se recomienda al gobierno principalmente que implemente programas y campañas sobre la creación de una imagen hacia la ciudad de Chetumal y que ayuden a que cada año vaya en aumento la visita de turistas ya sean nacionales o extranjeros, esto se puede realizar con la mejora de alumbrado público, promocionando en redes sociales o en la televisión los lugares atractivos de la zona y no nada más en el norte del estado, para que en un futuro se puedan observar cambios notorios en la capital del estado.

Por lo anteriormente mencionado, este estudio da pie a futuras investigaciones que estén enfocadas en los factores económicos y sociales, y de cómo influyen en la afluencia de los turistas, sin embargo cabe recalcar que para tener una mayor representatividad y significancia en los datos, se tendría que continuar y ampliar las muestras e indagar más en cada una que se realice.

Bibliografía

- Acerenza, M. A. (2007). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. México: Trillas Turismo.
- Acerenza, M. Á. (2007). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. México: Trillas.
- Antulin, M. V. (s.f.). *Diccionario de terminos ecologico*. Paraninfo.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: 5ta. ed.
- Arnaiz, S., & Dechary, A. (1994). *Cancún: los impactos del turismo*. Puebla: RNIU.
- Arocena, J. (2002). *El desarrollo local*. Uruguay: 2da.ed.
- Arocena, J. (2002). *El desarrollo local. Un desafío contemporáneo*. Uruguay: Taurus - Universidad Católica.
- Ávalo, J. E. (2009). *El sistema ecológico de la Bahía de Chetumal/Corozal: Costa occidental del Mar Caribe*. México: ECOSUR.
- Azuela, A., Provencio, E., Carabias, J., & Quadri, G. (1993). *Desarrollo Sustentable. Hacia una política ambiental*. México: UNAM.
- Barroso Gonzales, M., & Flores Ruiz, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turisticos: del enfoque macroeconomico al enfoque estrategico. *Cuadernos del turismo*, 1-18.
- Blanquer Criado, D. (2002). *Ordenacion y gestión del territorio turístico*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Brenner, L. (1999). Modelo para la evaluación de la "sustentabilidad" del turismo en México con base en el ejemplo de Ixtapa-Zihutanejo. *Invesigaciones geográficas*, 139-158.
- CEPAL. (S/F). La teoria del desarrollo de CEPAL. CEPAL.
- Cohen, J. (2000). *Teorias del turismo*. Madrid: Universidad de España.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhil, S. (2007). *El turismo, teoría y practica*. Madrid: Editorial síntesis S.A.
- Cordoba, J., & Garcia de Fuentes, A. (2001). *Servidumbres del desarrollo: segregación social y funcional de los espacios turísticos en Quintana Roo (México)*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Crick, M. (1989). *Representations of international tourism in the social sciences*.

- Escalante, J. L. (2010). *QUINTANA ROO, MÉXICO*. Obtenido de <http://quintanaroo.webnode.es/turismo/>
- Fayos - Sola, E. (1997). *Reinventando la educación turística*. Madrid: Hostelería y Turismo, 382.
- Fayós-Solá, E. (1996). *La nueva política turística*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Geografía de turismo de masas*. Madrid: Alianza Univerisidad.
- Garcia de fuentes, A. (1979). *Cancun: Turimo y subdesarrollo regional*. Mexico: UNAM.
- Germain, A. (1997). Hacia la cosntruccion de un sistema de indicadores de desarrollo sustentable. *Alternativas para el desarrollo*, 15-21.
- Green, P. (2003). *Thematic application: Caribbean wooden urban heritage. Caribbean Wooden Treasures. Proceedings of the Thematic Expert Meeting on Wooden Urban Heritage in the Caribbean Region*. Guyana: World heritage papers.
- Gurria, M. (1997). *Ética profesional: el turismo como ejemplo*. México: Universidad de las Américas Puebla.
- Gustafson, P. (2002). *Turismo y movimientos migratorios estacionales de personas jubiladas*. México: Annals of turismo research en Español.
- Hair, J. (2007). *Análisis Multivariante*. 5° ed.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Batista, P. (2010). *Metodología de la investigacion*. 5ta. ed.
- Hiernaux, D. (2000). *La fuerza de lo efimero: apuntes sobre la construccion de la vida cotidiana en el turismo*. Barcelona.
- INEGI. (2003). *Cuenta Satélite del Turismo de México*.
- INEGI. (28 de 5 de 2013). Obtenido de http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est
- INEGI. (23 de 5 de 2013). Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cubos/>

INEGI. (2014). *H. AYUNTAMIENTO DE OTHON P. BLANCO 2013 - 2016 COMITE MUNICIPAL DE TRANSPORTE*. Chetumal.

Instituto Nacional de Antropología e Historia. (s.f.).

Ivanova, A., & Ibanes, R. (2002). *Medio ambiente y política turística en Mexico*. México: Secretaria de medio ambiente y recursos naturales.

King, R. (2002). *Towards a new map of European migration*.

Llinás, M. S. (2008). *Proyectos de cooperacion en turismo sostenible: algunos indicadores*. Palma: Universitat de les Illes Balears.

Lozano Cortés, R., & Fernando Cabrera, L. (2011). *Quintana Roo: Producto Interno Municipal (1993-2008) y matriz insumo-producto*. Chetumal: Estos días.

Lozoya, J. A. (2003). Manejo del patrimonio cultural y natural con fines de desarrollo. En CONACULTA, *Patrimonio cultural y turismo Cuadernos 5 Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y turismo Morelia Michoacán, 2003 Memorias / Parte 1* (págs. 14, 19). México: CONACULTA.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de mercados*. Mexico: Pearson educacion.

Mantero, J. (2003). Desarrollo Local y actividad turística. *Red Aportes y Trasferencias.*, 26. Obtenido de <http://site.ebrary.com/libro>.

Marchena, M. (1994). *Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo fordista al ocio de producción flexible*. Valencia: Papers de Turisme.

Maslow. (1943). *A thoery of human motivation*. Madrid: Psychological Review.

Meredith, H. (1985). *An architectural history of Belize*. Belize: Belizean studies.

Miguel, F. M. (2004). Ordenamiento del territorio y desarrollo sostenible: Ideas para una fundamentación de las políticas territoriales den Castilla y León. En J. Millaruelo Aparicio, & E. Orduña Rebollo, *Ordenación del Territorio y Desarrollo Sostenible*. Buenos Aires-Madrid: Editorial Ciudad Argentina.

Miller , J. (2002). *Introducción a la ciencia ambiental*. España: Editorial Thompson.

Mochon, S. (2004). *El turismo como un aspecto definitivo*. España: 5 ed.

Navalon Garcia, R. (2000). *Características del espacio turístico residencial del litoral valenciano*. Barcelona: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.

OMT. (1976). *Factores que influyen en la demanda turística y redistribucion de las corrientes turísticas*. Madrid: OMT.

- OMT. (1994).
- OMT. (2012). *Sustainable Development of Tourism*. Recuperado el 28 de 01 de 2013, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2014). *Turismo en México*. Obtenido de <http://www.oecd.org/cfe/tourism/>
- Ortega Valcárcel, J. (1975). *Residencias secundarias y espacio de ocio* . Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Pardo, M., & Luna, R. (2007). *Recursos humanos para turismo*. Madrid: Pearson Educacion, S.A.
- Pierre, J., & Giotart, L. (1991). *Mediterraneo y turismo*. Paris: Masson S.
- Quintero Santos, J. (2008). *Turismo y desarrollo local en México*. . Guadalajara: Universidad Complutense de Madrid. .
- Ramirez. (2001). *Definicion de turismo*. Madrid.
- Schlüter, R. W. (2003). *Turismo: una perspectiva empresarial*. Buenos Aires: Gestión Turística.
- Secretaría de Turismo. (2001). *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*. Mexico.
- Secretaria de Turismo. (2016). *Indicadores Turísticos 2015 - 2016*. Quintana Roo.
- SECTUR. (2002). *Tipos de turismo mas comunes*. Mexico.
- SECTUR. (2003). *Ocupacion de servicios turisticos de hospedaje*. Mexico: Datur.
- SEDETUR. (2012). *SEDETUR*. Recuperado el 28 de 11 de 2012, de <http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/estadisticas/indicadores-turisticos>
- Valls, J.-F. (2000). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Gestión.
- Vélez, L. d. (2001). *Los payobispenses : identidad, población y cultura en la frontera México-Belice* . Chetumal.
- Vera, R., & Fernando, (. (1997). *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Villanueva, L. C. (2009). *Urbanizacion, Problemas ambientales y calidad de vida*. México: Plaza y Valdes.

Weise, P. (1996). *Environmental impact of urban and industrial development. A case of study: Cancun Quintana Roo, Mexico*. Mexico: Unesco.

World Travel and Tourism Council. (s.f.).

Yeoh, B. S. (1999). *Global/globalizing cities*. Progress in Human Geography.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario



Cuestionario

Número	
Fecha	

Le agradecemos su participación al responder este cuestionario, que forma parte de la investigación llevada a cabo para la realización de una tesis. La información será tratada con estricta confidencialidad y exclusivamente para fines académicos y de investigación.

I. Información general

A continuación, marque con una X (equis), o responda las preguntas, según corresponda:

1. ¿Cuál es su nacionalidad?	_____
2. Motivo de viaje:	(1)___ Negocios (2)___ Descanso (3)___ Estudio (4)___ Diversión (5)___
3. Monto mensual aproximado de ingresos:	(1)___ hasta 5,000 (2)___ 5,000 a 10,000 (3)___ 10,000 a 15,000 (4)___ 15,000 a 20,000 (5)___ 20,000 en adelante.
4. Edad	_____ Años (cumplidos)
5. Género	(1)___ Mujer (2)___ Hombre
6. Marque el nivel de estudios que posee:	(1)___ Sin estudios (2)___ Primaria (3)___ Secundaria. (4)___ Preparatoria (5)___ Carrera técnica (6)___ Licenciatura. (7)___ Posgrado
7. Marque el área de estudio (únicamente si tiene licenciatura o posgrado):	(1)___ Negocios (2)___ Ingeniería (3)___ Sociales y humanidades (4)___ Ciencia y tecnología.

II. Factores económicos y sociales

8. Indique el grado de importancia de los siguientes factores económicos que influyen en su visita a la ciudad de Chetumal:	1 = Poca importancia 5 = Mucha importancia				
Oportunidades de empleo (Trabajo en la ciudad)	1	2	3	4	5
Inversión empresarial (Negocio local, franquicia)	1	2	3	4	5
Ingresos tributarios (Pago de impuestos)	1	2	3	4	5
Ampliación de los productos locales (Productos o servicios locales)	1	2	3	4	5
Tipo de cambio del dólar	1	2	3	4	5
Turismo comercial (Publicidad en cuanto a la ciudad de Chetumal)	1	2	3	4	5

9. Indique el grado de importancia de los siguientes factores sociales que influyen en su visita a la ciudad de Chetumal:	1 = Poca importancia 5 = Mucha importancia				
Infraestructura	1	2	3	4	5
Cultura local (Comunidad, personas)	1	2	3	4	5
Servicios comunitarios (Abastecimiento de agua, luz, evacuación de residuos, carreteras, atención médica y seguridad personal)	1	2	3	4	5
Transporte	1	2	3	4	5
Ambiente turístico	1	2	3	4	5
Promoción turística (Publicidad en diferentes medios de comunicación)	1	2	3	4	5

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!