



Universidad de Quintana Roo
Unidad Académica Cozumel
División de Desarrollo Sustentable
Licenciatura en Gestión de Servicios Turísticos

Percepción de la comunidad local con respecto
al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel

TESIS

Para optar por el título de:
Licenciada en Gestión de Servicios Turísticos

PRESENTA:

Jhoana Mondelin Lawson Cabrera



Integrante del comité de supervisión de tesis:



Dr. Romano Segrado Pavón
Director

Mtra. María de Jesús Moo Canul
Asesora

Mtro. Felipe Hernández González
Asesor

Cozumel, Quintana Roo, otoño 2020



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE

Cozumel, Quintana Roo, a 23 de junio de 2020

Con fundamento en el artículo 4, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 45 del Reglamento de Titulación de la Universidad de Quintana Roo, los miembros del Comité de asesores del trabajo de tesis denominado: **“Percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel”**, elaborado por la C. **Jhoana Mondelin Lawson Cabrera** (matrícula **14-16891**) de la Licenciatura en Gestión de Servicios Turísticos, tenemos a bien informar que otorgamos nuestra anuencia y aprobación del documento de tesis presentado, como requisito parcial para obtener el grado de:

Licenciada en Gestión de Servicios Turísticos

Atentamente

Dr. Romano Gino Segrado Pavón
Director

Mtra. María de Jesús Moo Canul
Supervisora

Mtro. Felipe Hernández González
Supervisor

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico principalmente a mi padre Wilberth, sin él nada de esto hubiese sido posible, ha sido un padre ejemplar amoroso y paciente, este proyecto es una muestra de todo su esfuerzo impulsado hacia mí, porque sus días y noches de lucha han rendido frutos.

A mi madre Lupita.

A mi amado Benjamín.

A mis hermanos Carlos, Johan, Oyuki y Suleika.

A mi cuñada Marielita.

Agradecimientos

A Dios, que me ha otorgado fuerza, sabiduría y perseverancia para seguir adelante.

Quiero agradecer a la UQROO, que ha sido una parte fundamental para formarme académicamente y profesionalmente, por su plan académico y las becas que ofrece, gracias a esto pude finalizar y completar esta etapa tan importante.

Le agradezco al Dr. Romano, quién fue una de las personas más profesionales y empáticas que estuvieron a lo largo de mi carrera, gracias por su ayuda, apoyo y paciencia a lo largo de estos años.

A mi esposo, Benjamín por todo su amor y paciencia incondicional, ha sido mi ayuda idónea a lo largo de estos años.

Gracias infinitas.

Contenido

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos	5
Índice de Tablas.....	8
Índice de Ilustraciones	9
Resumen	10
Introducción	12
Capítulo I Impactos socioeconómicos del turismo.....	18
1.1 Marco conceptual	18
1.1.1 Comunidad.....	18
1.1.2 Percepción	19
1.1.3 Turismo	19
1.2 Marco referencial	20
1.2.1 Percepciones de los residentes acerca del turismo de cruceros.....	20
1.2.2 Percepción social del turismo en las Islas Baleares.....	22
1.2.3 Percepción del modelo turístico de sol y playa en el mar menor	23
1.3 Marco teórico	25
1.3.1 Teoría del multiplicador del turismo.....	25
Capítulo II Metodología	29
2.1 Área de estudio.....	29
2.1.2 Método	30
2.1.3 Marco muestral.....	31
2.1.4 Diseño muestral.....	31
2.1.5 Alcances y limitaciones	32
2.1.6 Fiabilidad	32
Capítulo III Resultados	36
3.1 Perfil de la comunidad local de Cozumel	36
3.2 Percepción socioeconómica	38
3.3 Factores de la percepción del impacto socioeconómico del turismo	42
Discusión	48

Conclusión	50
Referencias.....	51
Apéndice.....	55

Índice de Tablas

Tabla 1	Estadísticos de fiabilidad.....	32
Tabla 2	Prueba de KMO y Bartlett	33
Tabla 3	Cuestionario de la Percepción de la comunidad local.....	34
Tabla 4	Lugar de procedencia.....	36
Tabla 5	Ocupación	37
Tabla 6	El turismo crea muchos empleos bien pagados para los residentes..	38
Tabla 7	Creo que el turismo es el mayor sector de empleos en la isla	38
Tabla 8	El empleo en la industria turística es mejor que otros empleos	39
Tabla 9	Hay que hablar un idioma extranjero para trabajar en el turismo.....	40
Tabla 10	El gobierno local está reinvertiendo en mejorar la calidad de vida.....	40
Tabla 11	El turismo ayuda a mantener el patrimonio cultural y natural.....	41
Tabla 12	El turismo mejora la calidad de vida de los residentes.....	41
Tabla 13	El turismo crea oportunidades de ocio para los residentes	42
Tabla 14	El gobierno local promueve las empresas locales en el turismo	43
Tabla 15	El turismo alienta a respetar el medio ambiente de Cozumel	43
Tabla 16	Existe congestión y sobrepoblación debido al turismo	44
Tabla 17	Matriz de componente rotados.....	46
Tabla 18	Varianza total explicada	47

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1	Sector de las economías domésticas	27
Ilustración 2	Gráfico de sedimentación	45

Resumen

Tradicionalmente se ha asociado al turismo con beneficios económicos rápidos, con experiencias agradables, variedad de servicios públicos y privados, y generación de empleo. Sin embargo, la dependencia económica de la actividad turística también puede generar impactos negativos en múltiples aspectos, incluidos los socioeconómicos. Cozumel es un destino turístico cuyo principal atractivo son sus arrecifes de coral, que permiten un gran dinamismo a la economía de la Isla y la presencia de visitantes durante todo el año, lo cual es aprovechado comercialmente, aunque esta situación también ocasiona algunas inconformidades en la población. Para evaluar los impactos socioeconómicos del turismo en la población local se aplicó una encuesta a una muestra de conveniencia, durante el año 2019 y se realizó un Análisis Factorial Exploratorio. Los resultados indican que la población local reconoce que el turismo genera beneficios y mejor calidad de vida, especialmente por medio del empleo, ayuda a las empresas y permite la conservación de la naturaleza. Los resultados serán útiles para el diseño de políticas públicas municipales.

Palabras clave: percepción, turismo, impactos, Cozumel.

Abstract

Tourism has traditionally been associated with rapid economic benefits, enjoyable experiences, a variety of public and private services, and employment generation. However, the economic dependence on tourism activity can also generate negative impacts in many ways, including socio-economic ones. Cozumel is a tourist destination whose main attraction is its coral reefs, which allow for a great dynamism in the island's economy and the presence of visitors throughout the year, which is exploited commercially, although this situation also causes some discontent in the population. To evaluate the socioeconomic impacts of tourism on the local population, a survey was applied to a convenience sample during 2019 and an exploratory factor analysis was carried out. The results indicate that the local population recognizes that tourism generates benefits and better quality of life, especially through employment, helps businesses and allows for nature conservation. The results will be useful for the design of municipal public policies.

Keywords: *perception, tourism, impacts, Cozumel.*

Introducción

La actividad turística ha sido el motor más importante del crecimiento económico, este es una de las principales fuentes que ha contribuido al desarrollo de muchos municipios con características turísticas. Cozumel es un destino turístico con una derrama económica aproximada de 61,7 millones de dólares (SEDETUR, 2015), lo cual ha contribuido a generar impactos positivos en la sociedad, como mejor infraestructura, creación de empleos, diversidad de servicios turísticos y lugares recreativos, aunque parte de la población local considera que está siendo explotada o remunerada de forma injusta y se está afectando negativamente al destino ,es decir, sus recursos naturales y culturales.

Según Dogan (1989), los nuevos ingresos creados por la actividad turística por lo general benefician a los terratenientes y hombres de negocios, mientras que los residentes sufren aumento de costo de vida y limitaciones geográficas en su vida diaria a causa de la misma, lo cual podría causar una mala percepción de la actividad turística.

Kotler y Keller (2006) hacen énfasis a cerca de la percepción, la cual es un proceso donde la persona elige, sistematiza e interpreta la diversidad de información obtenida con el propósito de dar un significado pleno del entorno. En este contexto, hacen mención que las instituciones o los agentes socioeconómicos no están exentos en actuar en ella, sino que afecta profundamente a su población por lo tanto a estos impactos, la población local comienza a manifestar diferentes tipos de actitudes hacia el desarrollo de la actividad turística (Forn, 1987).

Actualmente existen restricciones de acceso a las áreas públicas que afectan a la comunidad local, como un ejemplo la concesión de playas a hoteles o medios de hospedaje en las líneas costeras de Cozumel, en donde se impide el acceso libre al público en general, dejando el acceso solo a los huéspedes.

Actualmente las actividades de los cruceros son las que generan mayores impactos sociales ya que estos tienen un horario de partida los cuales influyen de gran manera en los negocios que dependen de estos porque se ven obligados a delimitarse en su actividad económica y por lo tanto los residentes, los turistas de pernocta y hasta los visitantes se ven afectados ya que no tienen la misma oferta de servicios ni a la vida nocturna que existió hace unos años, y sobre todo el coste de la transportación que en temporadas altas los residentes no pueden tener las mismas oportunidades de ocupar un servicio de transporte sin tener que lidiar con los transportes públicos para que sea posible el acceso de abordar sus vehículos ya que solamente buscan al turista, esto agregando la crisis que se padece en los meses de temporada baja y no obstante la cuestión de identidad como destino. También las estructuras del lugar cambian para satisfacer al turista y no a la población.

La percepción incorrecta sobre el aprovechamiento turístico adecuado u óptimo de este centro turístico puede generar problemas para la propia comunidad que recibe los beneficios de los visitantes. Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo percibe la comunidad de Cozumel los impactos socioeconómicos del turismo?

Los impactos positivos de la actividad turística se relacionan de inmediato con la economía, pero los negativos se perciben en la vida cotidiana, lo que ocasiona un rechazo hacia el turismo entre la población y una baja en la satisfacción de los visitantes, por lo tanto, la comunidad local puede convertirse en un punto clave o en un elemento que puede llegar a provocar la decadencia del destino. Las actitudes y comportamientos tienden a ser muy importantes con la interacción con los turistas, lo cual determina la satisfacción del visitante con el destino (Oviedo *et al.*, 2008).

Organizar los bienes entre la comunidad local y planificadores del desarrollo turístico es una tarea complicada dados los diferentes niveles. En caso de no llevarse a cabo, el ofrecer un destino de calidad no es viable (Royo y Ruiz, 2009). Debido a la importancia de estudiar las actitudes en una población anfitriona, este ha sido un tema principal en las últimas dos décadas en el campo de la investigación en turismo.

Por otro lado, es importante reconocer que la percepción del turismo, es parte de ideas más fuertes y favorables hacia los impactos del mismo, en el cual se correlaciona asuntos económicos, sociales y culturales. De igual manera el World Tourism Organization (WTO, 1993) hace referencia que las prácticas de la gestión turística sostenible son apropiadas para todo tipo de turismo, esto podría incluirse en Cozumel para aminorar los impactos y mantener un equilibrio en la tercera condición de la sostenibilidad a largo plazo que es defender los derechos de la comunidad local y proporcionar beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas (Eber, 1992).

Los residentes son elementos importantes ya que ayudan al crecimiento de la misma, a su vez es importante que los planificadores del destino entiendan la percepción local sobre los impactos del turismo en la localidad. De acuerdo con Brida, Osti, y Barquet (2010), los anfitriones son los que están expuestos a los efectos de muchos desarrollos turísticos.

En investigaciones anteriores existen resultados de algunas encuestas que indican que los residentes tienen actitudes favorables hacia el desarrollo del turismo, no obstante están preocupados por las consecuencias negativas del turismo (Ghaderi & Henderson, 2012).

En Cozumel existen 86 415 habitantes hasta el 2015 (INEGI, 2015) y en ninguna ocasión se ha realizado algún estudio de percepción de la comunidad local, por lo cual se da la importancia de estructurar un instrumento para medir la percepción y

apoyar las acciones dirigidas hacia la sustentabilidad por medio de diversos usuarios, permisionario. La relevancia de llevar a cabo la investigación sobre percepción en la comunidad local de Cozumel es para aportar elementos que pueden contribuir al continuo desarrollo de este centro turístico.

La hipótesis propuesta fueron las siguientes:

La percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico en Cozumel es positiva.

La percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico en Cozumel es negativa.

El objetivo general fue revelar la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel. Los objetivos específicos fueron los siguientes:

1. Identificar las percepciones de la comunidad local en el ámbito económico.
2. Determinar las percepciones de la comunidad local sobre el impacto social en Cozumel.
3. Analizar la percepción que tiene la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo.

Esta es una investigación descriptiva, de tipo cuantitativa ya que el procedimiento específico para la recolección de datos es por medio de la aplicación del cuestionario “Percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico en Cozumel”, que se basa en la escala de Likert, estandarizada y es de nivel ordinal, con cinco opciones de respuestas: 1) Totalmente en desacuerdo 2) Desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo, de manera ordenada de menor a mayor, permitiendo que el entrevistado aprenda rápidamente el sistema de respuestas.

Se redactó en idioma español, debido a que los locales hablan este idioma con base a las siguientes dimensiones: la primera dimensión es el perfil socio-demográfico del residente, la segunda dimensión se refiere a la motivación de selección de destino, la tercera es para identificar los problemas y la cuarta dimensión es la percepción de la población.

Las personas participantes de la recopilación de datos fue la población local en Cozumel. Para definir el tamaño de la muestra se usó la fórmula de Fischer, L., Navarro, A. y Especjo, J. (s.f) que es finita con base en la población de la isla registradas en el 2015 fueron 86 415 habitantes (INEGI), considerando un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%. En este sentido se obtuvo una muestra de 390 cuestionarios.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2(N - 1) + z^2 q}$$

Dónde:

z= nivel de confianza (90% (1.645))

N= universo o población (86 415)

p= probabilidad a favor (50% (.5))

q= probabilidad en contra (50%(.5))

e= error de estimación (.1 (0.1))

n= número de elementos (68)

Para cumplir con el objetivo específico 1 “Identificar las percepciones de la comunidad local en el ámbito económico”, se aplicó un cuestionario a la comunidad local en las colonias seleccionadas aleatoriamente, considerando una muestra de 68 sujetos con mayoría de edad.

Para cumplir con el objetivo específico dos “Determinar las percepciones de la comunidad local sobre el impacto social en Cozumel” se realizó un análisis factorial donde se identificaron los factores que influyen en la percepción de la comunidad

local a través del programa estadístico *Statistical Package For the Social Sciences (SPSS)*.

Para cumplir con el objetivo específico tres “Analizar la percepción que tiene la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo” se efectuó un análisis de los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario ‘Percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel’ a través del software estadístico *Statistical Package For the Social Sciences (SPSS)* y así mismo comprobar la hipótesis formulada en la investigación anteriormente.

El estudio será de utilidad para el municipio de Cozumel, la Secretaría de turismo ya que se les permitirá obtener un punto de vista de acuerdo a la percepción de la comunidad que reside en Cozumel y ayudará a una mejor toma de decisiones. De igual manera la información desempeñará como apoyo para investigaciones que tengan referencia con la percepción de la comunidad con respecto a los impactos socioeconómicos. La comunidad se verá beneficiada por el hecho de que sea parte de esta investigación para el desarrollo económico y social del mismo.

Capítulo I Impactos socioeconómicos del turismo

1.1 Marco conceptual

En este apartado se proporciona información adicional para comprender el tema antes mencionado, definiendo las palabras claves del documento tales como, comunidad, percepción y turismo.

1.1.1 Comunidad

Willmott (1986) lo define como “tener algo en común” y esta se vincula con tres elementos los cuales son: lugar, interés y apego”, es decir, la relación que tiene los seres vivos, donde viven, preferencias.

Por otra parte, Bauman (2001) hace énfasis que esta conforma un mundo particular, así como un entendimiento compartido.

Arias (2003) menciona que es un grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y que los miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos.

Por otro lado, Socarrás (2004) hace referencia que es un concepto histórico –social que como tal se vincula con fenómenos políticos, sociales y culturales, y constituye un proceso activo, que transforma las relaciones de poder, al provocar un efecto que tiende a la expansión de este entre los diferentes actores.

1.1.2 Percepción

Rivera et al., (2000) señalan que es la relación de desarrollo y actividades que estimulan los sentidos en las cuales obtenemos información respecto a nuestro hábitat, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos.

Coshall (2000) hace una afirmación con respecto a la percepción, la cual es una idea de mucho valor en las definiciones sobre la imagen de un destino turístico.

De acuerdo con Kotler y Keller (2006) es la evolución en donde un individuo hace la tarea de seleccionar y organizar toda la información obtenida para crear una imagen del mundo con un pleno significado.

También se puede interpretar que la percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones (Vargas 1994).

1.1.3 Turismo

Gurría (2000) determina que es un bien de gran contenido económico, cultural, social, moral que determina el bienestar de la necesidad humana de ocio activo.

Krapf y Hunziker (1942) hacen mención referente a una mezcla de relaciones y acontecimientos que se generan como consecuencia del desplazamiento y estadia momentánea de individuos fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”.

La Organización Mundial del Turismo OMT (1994) considera que el turismo se compone en las actividades que realizan los individuos en sus viajes y estadias en diferentes lugares al de su entorno usual, por tiempo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

Nácher (2004) definió que el turismo es la experiencia la cual consiste en un viaje de ida a un destino, una estadia y un desplazo de regreso, cuya razón reside en la existencia de atractivos en sitios específicos a los que vale la pena desplazarse.

El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación. Con base a lo anterior se puede determinar que la percepción es uno de los factores que son de gran interés en un destino turístico, esto puede influir en muchos aspectos, inclusive la parte de conciencia mental ya que las interpretaciones generan juicios referentes a las sensaciones obtenidas del entorno físico y social.

1.2 Marco referencial

En este apartado se exponen investigaciones previas sobre temas relacionados con la percepción de impactos socioeconómicos del turismo en Cozumel.

1.2.1 Percepciones de los residentes acerca del turismo de cruceros

Esta investigación fue realizada por Brida, Riaño y Zapata (2012), en la ciudad de Cartagena Colombia, su objetivo fue el análisis de cómo eran percibidos los impactos del turismo de cruceros por la población local y cuales factores afectaron su relación entre los impactos y formación de percepciones.

Esta investigación utilizó el análisis factorial específicamente el Análisis de correspondencias Múltiples (ACM) y el análisis de clústeres, se realizó en los meses de temporada alta, octubre y noviembre, con la finalidad de obtener el análisis del impacto sociocultural y económico del turismo de cruceros sobre los residentes de Cartagena. Durante este tiempo arribaron 28 cruceros.

Se determinó la muestra, que consistió en 1500 casos, de los cuales se obtuvieron un 66,9% de respuesta, dando como resultado 1004 casos, la encuesta esta compuesta de 22 afirmaciones relacionadas a la percepción y actitudes de la población local frente a los cruceristas y al desarrollo del área de cruceros, la segunda parte se forma por la característica sociodemográfica de los encuestados (género, edad, años de residencia), y por preguntas relacionadas a su ocupación y al ingreso.

Estas abarcaron varias temáticas, cómo son las causas (positivas o negativas) sociales, económicas y ambientales que el turismo de cruceros tiene sobre la ciudad, la implementación de políticas generales (como por ejemplo políticas para incrementar el número de cruceros y de cruceristas que arribaron a Cartagena), finalmente las consecuencias del turismo de cruceros sobre el bienestar local.

Para realizar el análisis factorial y el análisis de clústeres, se llevó a cabo el primero, se aplicaron 37 variables cualitativas de este obtuvieron 5 factores: el factor 1 se refiere a la incorporación de las personas que se relacionan con el sector de los cruceros; el segundo factor es sobre la percepción conforme las afirmaciones con respecto a los cambios en el estilo de vida de la ciudad, el factor 3 hace énfasis en la percepción de las afirmaciones referente a los cambios en los sitios públicos, el factor 4 a la inclusión de la población relacionada con el sector de los cruceros que cuentan con un mayor nivel educativo, por último el factor 5 a la inclusión de la gente que vive en hogares pequeños y están de acuerdo con las afirmaciones favorables acerca del turismo.

De acuerdo al resultado presentado en el análisis factorial, se determina que los individuos apoyan al desarrollo del turismo de cruceros, con el resultado antes mencionado se inicia el análisis de clústeres, el cual se refleja su ubicación en el factor 4 en donde se concluye que cuenta con 111 miembros con un porcentaje de 11.1 %.

Como conclusión se determinó que los residentes se encuentran en la etapa de euforia, y una porción minoritaria en estado de apatía. Eso implica que los residentes tienen una buena percepción sobre la actividad de los cruceros.

1.2.2 Percepción social del turismo en las Islas Baleares

Esta investigación fue realizada por Fernández (2009) en las Islas Baleares, con el objetivo de profundizar en las investigaciones de Islas Baleares, con la finalidad de sistematizarlo, analizarlo y determinar las fortalezas que existen en el lugar.

Para llevar a cabo esta investigación, determinó tres aspectos los cuales son: los impactos sociales del turismo, los determinantes de las relaciones turismo-población residente y la dimensión social del turismo desde una perspectiva interdisciplinar. El estudio se realizó mediante la comparación de los métodos de las investigaciones anteriores tales como: análisis antropológico, el análisis de clúster y tipologías de residentes.

El autor hace énfasis en el primer punto, nótese que la importancia que se le otorga con las comunidades receptoras, porque se considera como un factor para el desarrollo económico, la modernización y la transformación social.

A su vez los determinantes de las relaciones turismo-población residente, analiza prácticamente la dimensión social del turismo, específicamente la determinación de cómo son las relaciones turismo-población. Esencialmente en los siguientes puntos:

1. La importancia económica de la actividad turística, ya que los impactos son de características fuertes en las sociedades pequeñas.
2. Al ritmo de cambio y estado de desarrollo turístico el cual se basa en los cambios socioculturales provocados por el turismo, los principales objetivos de la experiencia turística tanto del visitante como de los residentes.

Las connotaciones tanto espaciales como temporales de la actividad turística, debido a que esto genera consecuencias laborales, ya que es en donde existe más demanda laboral debido a los meses de temporada alta en Baleares, la razón es a la suma de turistas que se recibe, de acuerdo al autor Miquel (2000), esto puede ocasionar un problema por cuestiones de explotación turística.

La organización y estructuras del sector turístico, las diferencias existentes entre las consultas, creando un margen para evitar conflictos entre el turismo y la población residente ya que existe una conclusión en este documento que habla de la importancia de las regulaciones laborales y la actualización de las partes políticas sociales, la participación de estas en el área de política turística, sin embargo, de esto depende de una población sostenible.

El número de turistas que viajan de un lugar en la relación al número de la población receptora se puede deducir que durante los últimos dos años de las investigaciones se obtuvieron un total de 1739 residentes.

Como conclusión se propone la realización de una investigación haciendo la utilidad de la información recabada y determinando que los residentes de Isla Baleares tienen oportunidad para beneficiarse del turismo, sin embargo, se sugiere que la derrama económica que deja el turismo se atribuya a la comunidad para evitar el padecimiento de los costes que deja el turismo.

1.2.3 Percepción del modelo turístico de sol y playa en el mar menor

Esta investigación fue realizada por Ponce (2004), en San Javier y San Pedro del Pinatar, España, con la finalidad de analizar la organización del espacio y la planificación de los usos del suelo puesto que contribuyen considerablemente a elevar la calidad del destino.

Se utilizó el método de Geografía de la percepción, utilizando la técnica de la entrevista, la cual se conforma en nueve aspectos, mediante el análisis cualitativo. Se obtuvo una muestra de 250 entrevistas, de las cuales el 67% colaboró para realizar la entrevista, el 39% es del género femenino residente y el 61 % es del género femenino visitante.

La percepción del modelo turístico de sol y playa hace hincapié a el turismo sostenible ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental, no olvida el factor socioeconómico y a su vez se fusionó con el modelo de marketing del ciclo de vida de un producto, este consiste en la evaluación de la evolución temporal de un producto o lugar turístico en cinco fases: descubrimiento, despegue inicial, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive, esto ayuda a la conceptualización de los valores personales y los elementos relacionados, hace referencia a la diferencia entre concreto y específico, tanto como la valoración del medio ambiente, con el cual se relaciona con la tendencia psicológica evaluativa.

Se determinó que las opiniones influyen cuando se refiere de la política turística debido a la percepción del ambiente, ya que la comunidad engloba medidas de creencia y valoración respecto a esta, un ejemplo de esta es la limpieza en las calles o la contaminación acústica.

Una de las razones del porque el autor aprueba este trabajo es por las agradables condiciones que maneja el espacio, las condiciones climáticas influyen en la elección, los espacios protegidos, tales como 'Parque natural de Salinas y Arenales de San Pedro.

Se compete entre la alta calidad que se ofrece, sin embargo, ayuda en la capacidad de alojamiento, gracias a la oferta hotelera. La higiene, limpieza y conservación, son el principal de recurso.

Se puede determinar que el modelo turístico funciona, sin embargo, hace alerta de unos puntos específicos del área, es importante recordar que en estos todo es susceptible a los cambios ya que el destino tiene ciertas características que lo identifica tales como la naturaleza y el cuidado de esta, así como su oferta turística sin embargo es necesario llevar a cabo una actualización de cada uno de estos, teniendo presente el cuidado del espacio turístico, pero sobre todo el cambio climático.

1.3 Marco teórico

En este apartado se expone la teoría que ayuda a reforzar la investigación de impactos socioeconómicos del turismo.

1.3.1 Teoría del multiplicador del turismo

Conforme a los pasos de los años, se ha revelado que el turismo es una fuente de intercambio de divisas al destino de donde se realiza, como lo explica Payeras y Sastre (1994) "los turistas viajan a un destino para consumir los servicios ofrecidos y como resultado surge una corriente o flujo de divisas hacia al área de destino que puede concebirse o compararse con otra exportación".

La Enciclopedia de Economía (2006), hace énfasis que la teoría del multiplicador supone que la inversión es un elemento autónomo no dependiente del ingreso nacional. No obstante, puede pensarse en una situación distinta en la que la inversión procedería del ingreso personal (inversión inducida).

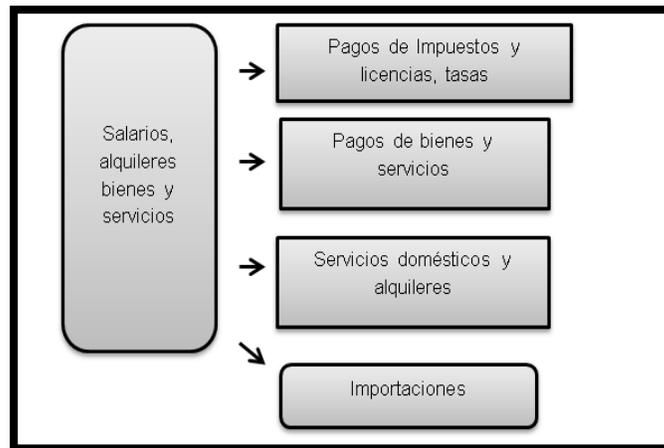
Cuando existe una derrama económica, las industrias turísticas se ven con la necesidad de generar nuevos empleos, e indirectamente existe un beneficio en la economía del destino turístico. A esto se le denomina un análisis multiplicador.

El efecto multiplicador se manifiesta en dos formas: el multiplicador de efecto de las ganancias del turismo juntamente con el efecto de los gastos, que consideran la creación de nuevos ingresos en la economía y el efecto multiplicador de la inversión extranjera que es el gasto de un turista, por ejemplo, en un hotel, se utilizará para nuevas inversiones (equipo, instalaciones) para pagar al personal, pagar bienes o servicios o pago de deudas. A su vez, los destinatarios utilizarán el dinero para cubrir sus necesidades personales o para pagar sus propias deudas, dinero comúnmente, asignándolo entre diferentes sectores de la economía nacional, generando constantemente ingresos.

Por otro lado, Keynes (1933) estableció un modelo, con la unión del trabajo realizado por Kahn (1931), en donde realizó la demostración de que el valor del multiplicador es el resultado de dividir una unidad de gasto exógeno por la proporción de este. El objetivo es determinar el producto en el corto plazo, esto para conocer la demanda agregada, la cual es la suma de la demanda de consumo privado más la inversión, más el consumo público.

El aumento en la renta es mayor que el gasto en la demanda. Ese es el efecto multiplicador.

Ilustración 1 Sector de las economías domésticas



Fuente: Payeras y Sastre (1994).

El primer autor que utiliza la denominación multiplicador fue Bagehot (1882), quien describió las repercusiones que ocurren en una economía, en donde una industria tiene una disminución en la actividad comercial e industrial que conlleva a un descenso de los salarios, los beneficios y del empleo causando efectos desfavorables en otros. Posteriormente Pigau (1929) hace la propuesta del efecto empleo que tiene una similitud al multiplicador de empleo. El multiplicador de empleo indica el total de empleo creado por una unidad adicional del gasto público, considerando tan solo el empleo directo.

Los efectos en el empleo dependen de la cualificación de la fuerza de trabajo local y de la disponibilidad de trabajo desempleado, así como de la especialización productiva de la industria, reflejada en las características de la oferta y en la segmentación de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros (Hansen y Jensen (1996).

La teoría del multiplicador turístico fomenta el crecimiento en los sectores primario y secundario de la industria. Esto se conoce como el efecto multiplicador que en su forma más simple es como muchas veces el dinero gastado por un turista circula a través de un país. El dinero gastado en un hotel ayuda a crear impactos y relaciones

económicas, pero también crea indirectamente en otras partes de la economía. Los que compran alimentos de los agricultores locales, que pueden gastar gastarte de ese dinero en fertilizantes o ropa. La demanda de productos a medida que los turistas suelen comprar recuerdos, lo que empleo secundario. El efecto multiplicador continúa hasta que el dinero eventualmente se fugue de la economía a través de importaciones la compra de productos de otros países.

Este enfoque comienza con gastos de los visitantes (tomando referencia la encuesta o fuentes secundarias) divididas en una serie de categorías de gasto y hace uso del sector- multiplicadores específicos para estimar los efectos de ventas, ingresos y empleo directos y totales. Este método utiliza márgenes para dar cuenta adecuadamente para compras al por menor de mercancías y hace uso de desagregado por sectores específicos con multiplicadores por cada producto o servicio.

Si bien los multiplicadores de turismo a menudo son cercanos a uno porque los efectos secundarios del gasto turístico (generalmente inducidos) generalmente son lo suficientemente grandes para compensar el gasto que no es capturado por la economía local.

Capítulo II Metodología

2.1 Área de estudio

Cozumel se encuentra ubicado a veinte kilómetros de la península de Yucatán. Se repobló en el año de 1848, por refugiados de la guerra de Castas que provenían de la península yucateca, para el año de 1890, Cozumel tenía alrededor de 700 habitantes, actualmente existen 86 415 habitantes esto hasta el 2015 (INEGI, 2015).

Se encuentra rodeada por arrecifes de coral, es decir, estos constituyen a la principal atracción turística, el buceo, es por ello que para la protección se estableció el Parque Nacional Arrecifes Cozumel.

Otro atractivo turístico que se ubica en esta isla es el Parque Natural Chankanaab, el cual se decretó el 11 de junio de 1980, y ofrece actividades turísticas y atractivos tal como la Laguna de Chankanaab que es un área natural protegida. El parque eco turístico Faro Celarain, en el albergan sistemas lagunares, manglares, dunas costeras, arrecifes y playas, así como un pequeño museo dedicado a la navegación, cerca de este centro eco turístico se ubica la Laguna Colombia el cual se le decretó en el año 1996 como área natural protegida ya que entra en la categoría de conservación ecológica, y se le ha considerado una zona especial para la protección y refugio de la fauna y flora de la región.

Cozumel ofrece una diversidad cultural y playas de azul turquesa que lo hacen un destino turístico atractivo, ya que en los últimos años se ha generado una derrama económica estimada de 710.57 millones de dólares hasta el mes de diciembre (SEDETUR, 2015), lo cual ha contribuido a generar impactos positivos en la sociedad.

2.1.2 Método

Esta es una investigación descriptiva, de tipo cuantitativa, ya que el procedimiento específico para la recolección de datos es por medio de la aplicación del cuestionario “Percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico en Cozumel”, que se basó en la escala de Likert, la cual está estandarizada y es de nivel ordinal: 1) Totalmente en desacuerdo 2) Desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo; con base a las siguientes dimensiones: la primera dimensión es el perfil socio-demográfico del residente, la segunda dimensión se refiere a la motivación de selección de destino, la tercera fue la identificación de los problemas y la cuarta dimensión se refería a la percepción de la población.

El instrumento se redactó en idioma español, debido a que los locales hablan este idioma, tiene un mismo esquema de reacción que va de manera ordenada de menor a mayor, en donde permite que el entrevistado aprenda rápidamente el sistema de respuestas.

Para cumplir con el objetivo específico 1 “Identificar las percepciones de la comunidad local en el ámbito económico”, se aplicó un cuestionario a la comunidad local en las colonias seleccionadas aleatoriamente, considerando una muestra de 384 sujetos con mayoría de edad.

Para cumplir con el objetivo específico dos “Determinar las percepciones de la comunidad local sobre el impacto social en Cozumel” se realizó un análisis factorial donde se identificaron los factores que influyen en la percepción de la comunidad local a través del programa estadístico *Statistical Package For the Social Sciences* (SPSS).

Para cumplir con el objetivo específico tres “Analizar la percepción que tiene la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo” se realizó un análisis de los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario ‘percepción de

la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel' a través del software estadístico *Statistical Package For the Social Sciences* (SPSS) y así mismo comprobar la hipótesis formulada en la investigación anteriormente.

El análisis factorial exploratorio (AFE) es una habilidad estadística que permite explorar con mayor precisión las dimensiones subyacentes, constructos o variables latentes de las variables observadas, es decir, las que observa y mide el investigador, para su mayor simplicidad se puede hacer uso de varios programas estadísticos, como el *Statistical Package For the Social Sciences* (SPSS) (Fabrigar et al., 1999). En la aplicación del AFE es necesario considerar tres estándares fundamentales que se relacionan con: (1) el tamaño muestral, (2) la ratio mínima de casos por variable y (3) la ratio de variables por factor.

2.1.3 Marco muestral

La población objetivo son las personas de 18 años y más que residen en viviendas en el área urbana de la isla de Cozumel, que se estableció a partir de la información cartográfica y demográfica que se obtuvo en el Censo de Población y Vivienda del 2015.

2.1.4 Diseño muestral

El diseño muestral utilizado se define como no probabilístico, seleccionando de manera discrecional de los habitantes de Cozumel como la persona a ser encuestada.

Se consideró un nivel de confianza del 90% para determinar el tamaño de la muestra se usó la fórmula de Fischer, Navarro, y Especjo (s.f) que es finita con base en la población de la isla registradas en el 2015 fueron 86 415 habitantes (INEGI), considerando un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90% En este

sentido se obtuvo una muestra de 69 cuestionarios, los cuales se aplicaron 72 cuestionarios.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2(N - 1) + z^2 q}$$

Dónde:

z= nivel de confianza (90% (1.96))

N= universo o población (100)

p= probabilidad a favor (50% (.5))

q= probabilidad en contra (50%(.5))

e= error de estimación (.5 (0.05))

n= número de elementos (72)

2.1.5 Alcances y limitaciones

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

1. La falta de participación de la comunidad local.
2. La temporada que se aplicó que fue durante el mes de septiembre a diciembre, que se consideran temporada baja- alta.

2.1.6 Fiabilidad

De acuerdo a Martín (2004) la fiabilidad es obtener el mismo resultado o uno similar en diferentes pruebas o experimentos, es dar la certeza que lo que se está midiendo sea real, así como indica la consistencia de una medida.

Tabla 1 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,701	11

Para considerar la fiabilidad de una escala de medida, se utilizó como referencia el Alfa que fue realizada por Cronbach en 1951 (Navarro, 2019). Este es un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

Se determina que un instrumento con un valor igual o mayor a 0.7 tiene un límite de confiabilidad aceptable ya que va en el orden de 0 a 1 (Nunnally & Berinstein, 1994).

La fiabilidad del instrumento realizado se encuentra en el rango aceptable, ya que es de 0.7 con un total de 11 ítems, los cuales ayudaron a analizar la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo de Cozumel.

Tabla 2 Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.655
Prueba de esfericidad de	Aprox. Chi-cuadrado	248.238
Bartlett	gl	55
	Sig.	.000

La tabla 2 se compone de los resultados de la prueba KMO y Bartlett, que se aplicó a la población local, en donde se analizó la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel. En ella su medición radica entre el cero a uno, en el cual el resultado debe ser mayor a 0.5 para que sea oportuno el análisis factorial. El resultado obtenido en este caso es de 0.655, el cual se toma como un valor aceptable. En la prueba de Bartlett, la escala es inversa, de uno a cero, en donde el resultado menor a 0.05 hace referencia que se puede continuar el análisis factorial, en este caso el valor obtenido es de 0.000, por lo tanto es un valor aceptable para realizar el análisis factorial.

Tabla 3 Cuestionario de la Percepción de la comunidad local

Percepción local	Media de la escala si se elimina el elemento	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1. El turismo crea muchos empleos bien remunerados para los residentes	36,54	,642
2. Creo que el turismo es el mayor sector de empleos en la Isla	36,15	,660
3. El gobierno local está haciendo lo suficiente para promover la participación de las empresas locales en el turismo	37,17	,706
4. Los beneficios de empleo en la industria turística son los mejores que otros tipos de empleos	36,68	,682
5. Hay que hablar un idioma extranjero para conseguir trabajo en la industria del turismo	36,37	,709
6. El turismo ayuda a mantener los recursos naturales, parques y sitios culturales de Cozumel	36,58	,655
7. El turismo es una industria que mejora la calidad de vida de los residentes	36,68	,633
8. El gobierno de Cozumel está reinvertiendo los ingresos del turismo en mejorar los ingresos del turismo en mejorar la calidad de vida de los residentes	37,43	,689
9. El turismo crea oportunidades de compras de compras, restaurantes y entretenimiento para los residentes	36,90	,699
10. El turismo patrocina festivales, actividades y eventos deportivos para residentes y visitantes	36,89	,709
11. El turismo alienta a los visitantes a respetar el medio ambiente de Cozumel	36,62	,691

Los resultados del instrumento "La percepción de la comunicad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel" indicaron que es fiable, debido a que todas las preguntas realizadas se relacionan entre sí.

Capítulo III Resultados

En este apartado se presentan los resultados obtenidos del cuestionario ‘La Percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel’, tomando en cuenta que los resultados obtenidos se realizaron en el mes de enero- marzo del 2018, estos meses se consideran temporada alta en la isla de Cozumel.

3.1 Perfil de la comunidad local de Cozumel

En este apartado se presenta el perfil de la localidad de la isla de Cozumel, los cuales fueron personas mayores de 18 años quienes indirecta o directamente trabajan en el área del turismo en diferentes puestos y provenientes de diferentes localidades de la república mexicana.

Tabla 4 Lugar de procedencia

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Yucatán	16	22.2	22.2	22.2
Quintana Roo	37	51.4	51.4	73.6
Tabasco	3	4.2	4.2	77.8
Guerrero	1	1.4	1.4	79.2
Chiapas	1	1.4	1.4	80.6
Campeche	3	4.2	4.2	84.7
Guadalajara	1	1.4	1.4	86.1
Oaxaca	1	1.4	1.4	87.5
Veracruz	3	4.2	4.2	91.7
Tamaulipas	1	1.4	1.4	93.1
Monterrey	1	1.4	1.4	94.4
Nayarit	1	1.4	1.4	95.8

Sinaloa	1	1.4	1.4	97.2
Chihuahua	1	1.4	1.4	98.6
Tampico	1	1.4	1.4	100.0
Total	72	100.0	100.0	

De acuerdo a la tabla 'Lugar de procedencia' se puede observar que las poblaciones locales de la isla de Cozumel son procedentes de 11 estados de la república mexicana, siendo los más altos con 51 % los quintanarroenses y con 22 % los originarios de la península de Yucatán.

Tabla 5 Ocupación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Profesionista/Técnico	17	23.6	23.6	23.6
Licenciado	12	16.7	16.7	40.3
Ama de casa	6	8.3	8.3	48.6
Directivo / Ejecutivo	1	1.4	1.4	50.0
Dueño de negocio	5	6.9	6.9	56.9
Jubilado	3	4.2	4.2	61.1
Empleado en sector turístico	12	16.7	16.7	77.8
Empleado en otros sectores	13	18.1	18.1	95.8
Otros	3	4.2	4.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

En Cozumel existen más personas que son profesionistas/técnicos, ya que este equivale al 27% de la población encuestada, ocupando el primer lugar, en el segundo lugar de ocupaciones son los empleados en otros sectores siendo un 18% y en tercer lugar se encuentran los empleados en el sector turístico siendo el 17% de la población así como los licenciados, en el cuarto lugar se encuentra las amas de casa representan el 8 %, el 7% de la población son dueños de un negocio, así mismo el 4% de la población esta jubilada, y los trabajos en otros sectores también representa el 4% y por último el 1% son directivos o ejecutivos en alguna empresa.

3.2 Percepción socioeconómica

La población dio a conocer su percepción socioeconómica con base en 8 ítems, los cuales valoraban desde los empleos bien remunerados, la exclusividad del empleo en el turismo, la importancia en la diversidad lingüística, el valor que se le da al patrimonio cultural y natural, la inversión del mismo en el bien común de los residentes.

Tabla 6 El turismo crea muchos empleos bien pagados para los residentes

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2.8	2.8	2.8
Desacuerdo	6	8.3	8.3	11.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	9.7	9.7	20.8
De acuerdo	42	58.3	58.3	79.2
Totalmente de acuerdo	15	20.8	20.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Los resultados reflejados hacen identificar que la población considera que es muy bien remunerado el empleo en el área turística siendo un 58% de respuesta, el 21 % está totalmente de acuerdo y el 10% de la población no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, ocupando el 8% la respuesta de desacuerdo y un 3% totalmente desacuerdo.

Tabla 7 Creo que el turismo es el mayor sector de empleos en la isla

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2.8	2.8	2.8
Desacuerdo	2	2.8	2.8	5.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2.8	2.8	8.3

De acuerdo		36	50.0	50.0	58.3
Totalmente de acuerdo	de	30	41.7	41.7	100.0
Total		72	100.0	100.0	

Se afirma que los empleos de la isla se basan en el turismo, ya que el 50% de la población manifestó que está de acuerdo a que el turismo es el mayor sector de empleos en la isla, el 41% manifiesta estar en total acuerdo, y el 3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, así como en desacuerdo y en totalmente desacuerdo.

Tabla 8 El empleo en la industria turística es mejor que otros empleos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2.8	2.8	2.8
Desacuerdo	10	13.9	13.9	16.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	18.1	18.1	34.7
De acuerdo	29	40.3	40.3	75.0
Totalmente de acuerdo	17	23.6	23.6	98.6
No sé, no conozco	1	1.4	1.4	100.0
Total	72	100.0	100.0	

La población local considera que los beneficios de la industria turística son mejores que otros empleos, ya que el 40% de la población está de acuerdo y un 24% argumentó estar totalmente de acuerdo, el 18% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 14 % respondió estar en desacuerdo, y el 2 % en total desacuerdo y finalmente el 1 % que desconocía sobre el tema.

Tabla 9 Hay que hablar un idioma extranjero para trabajar en el turismo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	9.7	9.7	9.7
Desacuerdo	3	4.2	4.2	13.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	6.9	6.9	20.8
De acuerdo	23	31.9	31.9	52.8
Totalmente de acuerdo	34	47.2	47.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Así mismo, dentro de las afirmaciones se encuentra que el 47% de la población está totalmente de acuerdo que es necesario dominar un idioma extranjero para ejercer en el ámbito del turismo, el 32 % está de acuerdo y así mismo el 10% argumento que estaba en total desacuerdo, el 7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, y finalmente el 4 % argumento estar en desacuerdo.

Tabla 10 El gobierno local está reinvertiendo en mejorar la calidad de vida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	15.3	15.3	15.3
Desacuerdo	15	20.8	20.8	36.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	33.3	33.3	69.4
De acuerdo	14	19.4	19.4	88.9
Totalmente de acuerdo	3	4.2	4.2	93.1
No sé, no conozco	5	6.9	6.9	100.0
Total	72	100.0	100.0	

El 33 % población no está ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que el gobierno este reinvertiendo los ingresos del turismo para mejorar la calidad de vida

de los residentes, el 21 % está en desacuerdo y el 20% está de acuerdo el 15 % en total desacuerdo y el 7 % desconoce al respecto y finalmente el 4 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 11 El turismo ayuda a mantener el patrimonio cultural y natural

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1.4	1.4	1.4
Desacuerdo	10	13.9	13.9	15.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	16.7	16.7	31.9
De acuerdo	30	41.7	41.7	73.6
Totalmente de acuerdo	16	22.2	22.2	95.8
No sé, no conozco	3	4.2	4.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

La población considera que el turismo ayuda a mantener los recursos naturales, parques y sitios culturales ya que el 42% manifestó estar de acuerdo y el 22 % está totalmente de acuerdo con respecto a ello.

Tabla 12 El turismo mejora la calidad de vida de los residentes

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	4.2	4.2	4.2
Desacuerdo	7	9.7	9.7	13.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	16.7	16.7	30.6
De acuerdo	35	48.6	48.6	79.2
Totalmente de acuerdo	15	20.8	20.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

De acuerdo a la percepción de la población se obtuvo como resultado que están de acuerdo con un 49 % en que el turismo mejora la calidad de vida, el 20% totalmente de acuerdo y representando el 17% manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 13 El turismo crea oportunidades de ocio para los residentes

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	8.3	8.3	8.3
Desacuerdo	8	11.1	11.1	19.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	22.2	22.2	41.7
De acuerdo	29	40.3	40.3	81.9
Totalmente de acuerdo	12	16.7	16.7	98.6
No sé, no conozco	1	1.4	1.4	100.0
Total	72	100.0	100.0	

La comunidad local considera que el turismo crea oportunidades de tener compras, restaurantes y entretenimiento para los residentes ya que el 40 % manifestó estar de acuerdo, el 22 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 17 % está totalmente de acuerdo.

3.3 Factores de la percepción del impacto socioeconómico del turismo

Este apartado se midió con un total de 3 ítems, los cuales se basaron en cómo la comunidad local percibe el impacto por parte del gobierno con respecto al manejo de los ingresos tales como las empresas locales, el medio ambiente y la congestión y la sobrepoblación.

Tabla 14 El gobierno local promueve las empresas locales en el turismo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	11.1	11.1	11.1
Desacuerdo	11	15.3	15.3	26.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	33.3	33.3	59.7
De acuerdo	18	25.0	25.0	84.7
Totalmente de acuerdo	7	9.7	9.7	94.4
No sé, no conozco	4	5.6	5.6	100.0
Total	72	100.0	100.0	

El 33% manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que el gobierno local está haciendo lo suficiente para promover la participación de las empresas locales en el turismo, el 25 % se encuentra de acuerdo con respecto al tema, y el 15 % está en desacuerdo.

Tabla 15 El turismo alienta a respetar el medio ambiente de Cozumel

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1.4	1.4	1.4
Desacuerdo	9	12.5	12.5	13.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	25.0	25.0	38.9
De acuerdo	24	33.3	33.3	72.2
Totalmente de acuerdo	17	23.6	23.6	95.8
No sé, no conozco	3	4.2	4.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

La mayoría de la población manifiesta estar de acuerdo a que el turismo alienta a los visitantes a respetar el ambiente ya que el 33% está de acuerdo, el 25 %

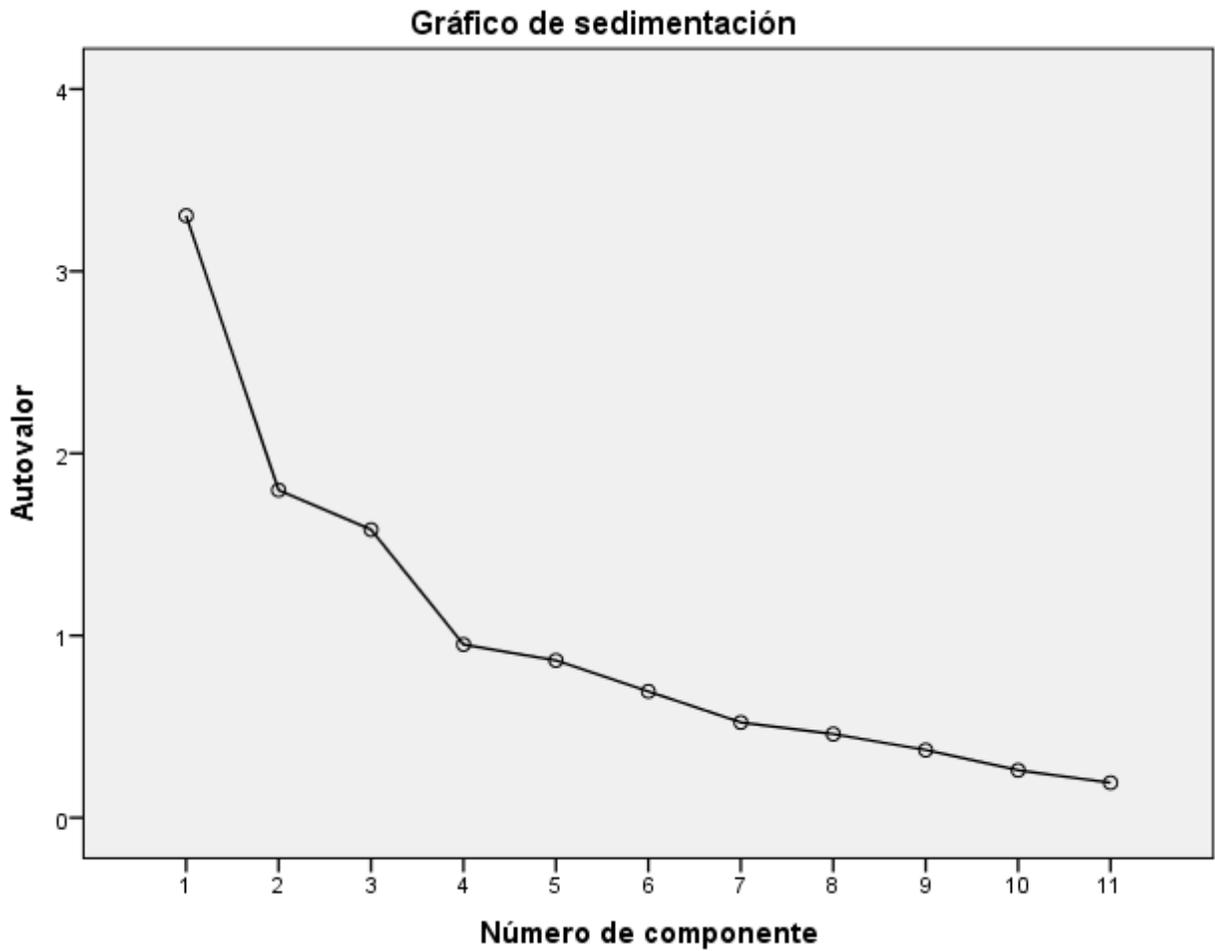
manifiesta que no se encuentra ni en desacuerdo ni acuerdo, así mismo el 24% manifiesta estar totalmente de acuerdo y el 12% están en desacuerdo.

Tabla 16 Existe congestión y sobrepoblación debido al turismo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	13.9	13.9	13.9
Desacuerdo	9	12.5	12.5	26.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	13.9	13.9	40.3
De acuerdo	22	30.6	30.6	70.8
Totalmente de acuerdo	16	22.2	22.2	93.1
No sé, no conozco	5	6.9	6.9	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Se considera que existe congestión y sobrepoblación debido al turismo, ya que el 31% afirmó estar de acuerdo y el 22% totalmente de acuerdo, teniendo un 14 % con totalmente en desacuerdo.

Ilustración 2 Gráfico de sedimentación



Fuente: SSPS, 2019.

La ilustración 2 comprende de la gráfica de sedimentación, en el cual cada punto representa un componente, entre ellos se nota una significativa distancia la cual se obtiene de los resultados de la varianza total (tabla 18). En la ilustración 2 se puede visualizar que en el componente 4 la gráfica comienza a mantenerse en forma lineal la cual nos indica que se vuelven irrelevantes para el análisis.

Tabla 17 Matriz de componente rotados

Ítem	Componente		
	1	2	3
El turismo crea muchos empleos bien pagados para los residentes.	.758	.166	.299
Creo que el turismo es el mayor sector de empleos en la isla.	.675	-.009	.363
El gobierno local está haciendo lo suficiente para promover la participación de las empresas locales en el turismo.	.079	-.157	.895
Los beneficios de empleo en la industria turística son los mejores que otros tipos de empleos.	.571	.147	.050
Hay que hablar un idioma extranjero para conseguir trabajo en la industria del turismo.	.660	-.206	-.163
El turismo ayuda a mantener los recursos naturales, parques y sitios culturales de Cozumel.	.390	.806	-.106
El turismo es una industria que mejora la calidad de vida de los residentes.	.719	.445	.086
El gobierno de Cozumel está reinvertiendo los ingresos del turismo en mejorar los ingresos del turismo en mejorar la calidad de vida de los residentes.	.035	.173	.811
El turismo crea oportunidades de compras de compras, restaurantes y entretenimiento para los residentes.	.534	.087	-.196
El turismo patrocina festivales, actividades y eventos deportivos para residentes y visitantes.	-.205	.660	.360
El turismo alienta a los visitantes a respetar el medio ambiente de Cozumel.	.117	.733	-.073

La tabla 17, se compone de la matriz de componentes rotados en donde se identifica las preguntas que pertenecen a los factores de percepción socioeconómica y a los impactos socioeconómicos del turismo de los cuales se representa un 60% de la varianza total acumulada, cuando el resultado de los componentes se acerque a 1.0 la importancia a dicha pregunta es sobresaliente, en este caso el 25.5% las preguntas con respecto al factor de la percepción socioeconómica es relevante, hace referencia que la población le da importancia a la relación que tiene el empleo que genera el turismo como la remuneración de este, mientras que el 17.9% denota en el factor de impacto socioeconómico en el aspecto sociocultural donde denota

que la población percibe que los ingresos generados por el turismo es un fuente importante que ayuda al cuidado del patrimonio cultural, por otro lado tenemos el 17.2% del cual pertenece al factor de impacto socioeconómico sin embargo la población percibe que el impacto del turismo ha hecho que el gobierno se interese en promover la participación de las empresas locales en el ámbito turístico. Se puede determinar que la percepción local se enfoca básicamente en tres aspectos: que el empleo sea bien remunerado, que el patrimonio cultural se respete y que el gobierno apoye a las empresas locales.

Tabla 18 Varianza total explicada

Componente	Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	2.808	25.523	25.523
2	1.975	17.954	43.477
3	1.902	17.295	60.772

En la tabla 18, se representa la varianza total explicada la cual consiste en analizar las 11 preguntas que se encuentran en el cuestionario, en este caso solo se representan 3 componentes que representa el 60% de la varianza total acumulada, lo que destaca la relevancia que la población da a estos componentes en el cuestionario. El componente 1 cuenta con el 25.523% de la varianza, el componente 2 de 17.954% y el componente 3 del 17.295%. Los tres componentes conforman el total del 60% de la varianza.

Discusión

El tomar en cuenta la percepción de una comunidad con respecto al impacto socioeconómico del turismo, ha reflejado el proceso por el cual la población ha seleccionado, organizado e interpretado la información que se le ha proporcionado sobre el turismo en su entorno.

Para obtener los resultados, se realizaron 72 cuestionarios, teniendo como referencia al residente mayor de 18 años, estos se realizaron en el mes de enero-marzo, el instrumento fue en idioma español ya que es la lengua nativa, no fue necesario pedir algún permiso institucional, solamente la autorización previa del residente.

La hipótesis planteada que es la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo es positiva, de acuerdo a los resultados: la economía de la población se basa directa e indirectamente en el turismo (25%), así como debido a este el patrimonio natural y cultural se ve beneficiado (18%); el gobierno local puede ayudar a las empresas locales (17%).

El objetivo de esta investigación fue revelar la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel, gracias a los resultados obtenidos se ha logrado cumplir con el objetivo, obteniendo el 58% de acuerdo a que el empleo en el turismo es bien remunerado, así mismo el 42% está de acuerdo a que el turismo ayuda a mantener el patrimonio cultural y natural.

Los objetivos específicos de esta investigación se han logrado, el primer objetivo fue identificar las percepciones de la comunidad local en el ámbito económico, y como se ha hecho mención la población percibe tener un ambiente económico bien remunerado, con una buena calidad de vida.

Así como en el segundo objetivo, se determinó la percepción de la comunidad local sobre el impacto social en Cozumel, ya que el 40% está de acuerdo a que el turismo crea oportunidades de ocio para los residentes. Por lo consiguiente, se logró el tercer objetivo ya que se analizó la percepción que tiene la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo, el cual nos refleja que la comunidad de Cozumel está satisfecha ya que cuentan con empleos bien remunerados, el área social está creciendo debido a la apertura de lugares de ocio, las áreas naturales son protegidas gracias al turismo.

Si bien comparando el estudio de los autores Brida, Riaño y Zapata (2012) en donde realizaron 1001 cuestionarios a la población residente, en donde se confirmó que un 72% afirmaba tener un beneficio económico debido a la industria de cruceros, sin embargo, el beneficio solamente llega a un pequeño grupo. También rige una discrepancia en los impactos socioculturales ya que la población considera que el turismo ayuda a mantener sus patrimonios culturales y naturales, sin embargo, también perciben que se han cambiado sus valores tradicionales.

No obstante, se puede definir que la comunidad cozumeleña ubica un beneficio socioeconómico y la acepta como positiva ya que la investigación se realizó en meses de temporada alta, puede que esto influya en la respuesta de la comunidad, aunque en la tabla 12 como bien se puede observar, el turismo ha dado una calidad de vida en los residentes. Sin embargo, se define que existe una sobrepoblación en Cozumel ya que son once estados de la república mexicana que forman parte de la población, también se puede decir que los valores tradicionales se estén modificando, pero sigilosamente.

Conclusión

La percepción de la comunidad sobre el impacto socioeconómico es una forma de valorar la situación en la que se encuentra la población, como bien la población local no siempre es tomada en cuenta al realizar algún proyecto es por ello que el darles participación a los residentes ayuda a tener una perspectiva más amplia y determinar si en el futuro tendrá un beneficio mutuo o tratar de realizarlo como tal para hacerles saber que su opinión cuenta.

También, se puede determinar que la población de Cozumel está satisfecha con respecto al turismo, ya que indirectamente como directamente obtienen beneficios y gracias a esto están satisfechos y con una buena calidad de vida, sin embargo, hay que profundizar en la transparencia por parte del gobierno al tener concreta las respuestas sobre las inversiones del dinero que se obtiene mediante esta industria ya que más del 30% de la población no tiene una opinión positiva o negativa.

Así mismo, sería bueno determinar la percepción de la comunidad en los meses considerados como temporada baja y así comparar si realmente la comunidad está totalmente satisfecha con los ingresos obtenidos por la industria turística

Esta investigación le servirá al área de turismo de Cozumel, ya que se han obtenidos respuestas concretas que pueden ser de ayuda a futuras investigaciones en cuestiones de impactos socioeconómicos del turismo.

Referencias

1. Arias, H. (2003). Estudio de las comunidades, en rayza portal y Milena recio. *Comunicación y comunidad*. La Habana, Editorial Félix Varela.
2. Bagehot, W. (1882). Lombard Street: a description of the money market. Londres, *Hesperides Press* pp. 126-127.
3. Bauman, Z. (2001). Community. Seeking safety in an insecure world. London: *Polity press*.
4. Brida, J.G., Osti, L. y Barquet, A. (2010). Segmenting resident perceptions towards tourism a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain. Community. *International journal of tourism research*, Wiley InterScience DOI 10.1002/jtr.778.
5. Brida, J G; Riaño, E; Zapata Aguirre, S; (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: Un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*, () 79-107. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39823167004>
6. Coshall, J. T. (2000). Measurement of tourists' images: The repertory grid approach. *Journal of travel research*, 39(1), 85-89
7. Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment - Sociocultural impacts of tourism. *Annals of tourism research*, 16: 216-236.
8. Eber, S. (1992). Beyond the green horizon: principles for sustainable tourism. *World wide fund for nature*.
9. Enciclopedia de economía.(2006). *La gran enciclopedia de economía*. Recuperado de: <http://www.economia48.com/spa/d/multiplicador/multiplicador.htm>
10. Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., y Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4 (3), pp 272-299.
11. Fernández, J. A. (2009). Los debates sobre la percepción del turismo en las Islas Baleares. *Departamento de filosofía y trabajo social*. Universidad de las Islas Baleares. No ()23-24

12. Fischer, L., Navarro, A. y Espejo, J. (s.f). Investigación de mercados: teoría y práctica. 2ª edición, México, D.F: Tipo Futuras.
13. Forn, M. De (1987). Evolución de la planificación y programación de las administraciones públicas. Los planes estratégicos. *Programas para el desarrollo de las ciudades y territorios*. Barcelona.
14. George, D., y Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn y Bacon.
15. Ghaderi, y Z., Henderson, J. C. (2012). Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman village. *Tourism management perspectives*, 2, 47-54.
16. Gurría, M. (2000). El Turismo rural sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. *Turismo sostenible y comercio electrónico, proyecto piloto de KALALÚ, Inc.*
17. Hansen, C. y Jensen, S. (1996): The impact of tourism on employment in Denmark: different definitions, different results. *Tourism economics*. vol. 2 (4), págs. 289-302
18. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta intercensal. *Cuéntame*, recuperado de http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/qroo/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=23
19. Kahn, R. F. (1931). The relation of home investment to unemployment. *Economic journal*. Vol. 41, pp. 173-198.
20. Keynes, J. M (1933). The multiplier. *The new statesman and nation*, pp. 405-407
21. Kotler, P. y Keller, K. (2006). Dirección de marketing. 12ª edición, México: Pearson
22. Krapf, K. & Hunziker, W. (1942). Allgemeine Fremdenverkehrslehre, citado en Dachary, A. y Arnaiz, S. Op. Cit., p. 13
23. Martín, M. C. (2004): Diseño y validación de cuestionarios. *Instituto de la salud Carlos III*. Madrid, pp 27.
24. Miquel, N. A. (2000): El campo en la cabeza. La pervivencia del agrarismo en

- la construcción de la identidad. La Catarata. Madrid, pp 348.
25. Nácher, J. (2004). Economía española y del país valenciano. *Universidad de Valencia*.
 26. Navarro, D. F. (2019). Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*. España. Recuperado de : <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
 27. Nunnally, J. y Berinstein, I. (1994). *Psychometry theory* (Tercera ed.). New york: McGraw Hill.
 28. OMT, (1994). *Aviation and tourism policies. Balancing the benefits*, routledge, London and New York
 29. Oviedo. M., Castellanos. M. y Martin. R. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research* 10 (1): 95–109.
 30. Payeras, L. M. y Sastre, A. F. (1994): El multiplicador turístico: su aplicación a la economía balear. *Papers de Turisme*. Vol. 6 (16), pp. 15-29.
 31. Pigau, A.C. (1929). The monetary theory of the trade cycle. *Economic Journal*. Vol 39, pp. 183-194.
 32. Ponce. M. D. (2004). Percepción del modelo turístico de sol y playa. Caso del mar menor. *Papeles de geografía*. Escuela de turismo de murcia. pp. 173-186
 33. Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. (2000). *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. 1ª edición, España: *ESIC*
 34. Royo, M., Ruiz, M.E. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de Turismo* 23: 217-236
 35. Secretaria de Turismo. (2016). *Indicadores turísticos 2015*. Recuperado de <http://sedetur.groo.gob.mx/estadisticas/indicadores/indicadores-turisticos-2015.pdf>
 36. Secretaria de turismo. (2013). *Estudio de competitividad turística del destino Cozumel. Agenda de competitividad de destinos turísticos de México*.

recuperado de: www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Cozumel.pdf

37. Socarrás, E. (2004). Participación, cultura y comunidad, en Linares Fleites, Cecilia, Pedro Emilio Moras Puig y Bisel Rivero Baxter (compiladores). La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano. La Habana. *Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello*, p. 173 – 180.
38. Vargas, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4() 47-53. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>
39. Willmott, P. (1986) *Social networks, Informal care and public policy*. London: *Policy studies institute*.
40. World Tourism Organization. (1993). *Sustainable tourism development: Guide for Local Planners*. Madrid: WTO.

Apéndice

Cuestionario de la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel

Objetivo: Conocer la percepción de la comunidad local con respecto al impacto socioeconómico del turismo en Cozumel.

Sexo: ____F ____M

Lugar de procedencia: _____

Edad: _____

Ocupación: Profesionista/Técnico () Licenciado () Doctor () Ama de casa ()
 Directivo/ Ejecutivo () Dueño de negocio () Jubilado ()

Empleado en sector turístico () Empleado en otros sectores () Otros _____

En el siguiente cuadro marca con una X la opción que elija. Ejemplo:

Ítem	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sé, no conozco
1) El turismo crea muchos empleos bien remunerados para los residentes					X	

EJEMPLO

Tenga la gentileza de marcar con una X la mejor opción que sea de su consideración:

Ítem	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sé, no conozco
1) El turismo crea muchos empleos bien pagados para los residentes						
2) Creo que el turismo es el mayor sector de empleos en la isla						
3) El gobierno local está haciendo lo suficiente para promover la participación de las empresas locales en el turismo						
4) Los beneficios de empleo en la industria turística son mejores que otros tipos de empleos						
5) Hay que hablar un idioma extranjero para conseguir trabajo en la industria del turismo						

ítem	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sé, no conozco
6) El turismo ayuda a mantener los recursos naturales, parques y sitios culturales de Cozumel						
7) El turismo es una industria que mejora la calidad de vida de los residentes						
8) El gobierno de Cozumel está reinvertiendo los ingresos del turismo en mejorar la calidad de vida de los residentes						
9) El turismo crea oportunidades de compras, restaurantes y entretenimiento para los residentes						
ítem	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sé, no conozco
10) El turismo patrocina festivales, actividades y eventos deportivos para residentes y visitantes						
11) El turismo alienta a los visitantes a respetar el medio ambiente de Cozumel						
12) Existe congestión y sobrepoblación debido al turismo						

¡Gracias por su atención, tenga un bonito día!