



## **UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

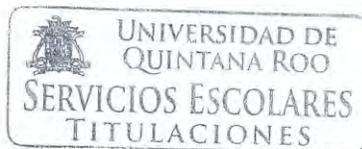
### **“ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE CHETUMAL”**

TRABAJO MONOGRAFICO  
DESCRIPCIÓN ETNOGRÁFICA

**PARA OBTENER EL TITULO:  
LICENCIADA EN TURISMO**

**PRESENTA:**  
P.A.T.A. MARÍA LUCÍA MARTÍNEZ PECH

**DIRECTORA:**  
M. E. JACQUELINE GANZO OLIVARES.



Chetumal Quintana Roo: noviembre 2016.





**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

**División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas**

Monografía elaborada bajo la supervisión del Comité de Asesoría y aprobado como requisito parcial para obtener el título de:

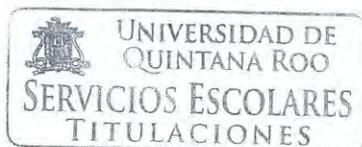
**LICENCIADA EN TURISMO**

**Comité:**

Mtra. Jacqueline Ganzo Olivares

Arqlg. Guillermo Velázquez Ramírez

Mtro. Fredy Ismael González Fonseca



## **AGRADECIMIENTOS:**

A ustedes que se les ha concedido el honor de enseñar, muchas gracias por su entrega en mi aprendizaje, por compartir su sabiduría, su paciencia, su orientación y ayudarme a ser mejor cada día, quiero que sepan que han sido un instrumento fundamental en mi vida estudiantil, laboral y personal.

Muchas gracias maestros, amigos y colaboradores.

## CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
LAS TENDENCIAS DEL TURISMO EN NUESTROS DÍAS .....	1
1.1. Historia del Turismo.....	1
1.2. Orígenes de la Palabra .....	2
1.3. Tipos de Viajeros.....	3
1.4. Clasificación del Turismo.....	4
1.5. Modelos del Turismo de Negocios.....	6
1.6. Experiencias del Turismo de Negocios .....	8
1.7. Antecedentes del Turismo de Negocios en México .....	9
1.8. El Turismo de Negocios en Quintana Roo .....	10
1.9. El Turismo de Negocios en la Ciudad de Chetumal.....	11
1.10. Impactos Negativos y Beneficios del Turismo de Negocios.....	12
1.11. Motivos para su Práctica.....	14
CAPÍTULO II.....	16
QUINTANA ROO Y LA CIUDAD DE CHETUMAL .....	16
2.1. Ubicación Geográfica de Quintana Roo.....	16
2.2. Datos Generales de la Ciudad de Chetumal .....	16
2.3. Historia de la Ciudad de Chetumal.....	17
2.4. Desarrollo Económico de la Ciudad de Chetumal.....	18
2.5. Atractivos Turísticos .....	19
CAPITULO III .....	28
ANÁLISIS PARA EL IMPULSO DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN CHETUMAL ...	28
3.1. Diagnóstico Turístico de la Ciudad de Chetumal.....	28
3.2. Oferta de Servicios .....	28
3.2.1. Alojamiento .....	28
3.2.2. Otros Servicios .....	34
3.3. Demanda.....	36
3.4. Infraestructura.....	37
3.4.1. Red Carretera.....	37
3.4.2. Red Marítima.....	38
3.4.3. Red Aérea .....	38
3.4.4. Recintos Sociales.....	39
3.5. Gobernanza.....	44

3.5.1. Organismos Federales.....	44
3.5.2. Organismos Estatales.....	44
3.5.3. Organismos Municipales .....	45
3.5.4. Asociaciones.....	45
3.5.5. Escuelas de Nivel Superior.....	45
3.5.6. Planes.....	45
3.5.6. Programas .....	45
3.5.7. Normas .....	46
3.5.8. Leyes.....	46
3.6. Análisis FODA .....	46
3.6.1. Fortalezas.....	46
3.6.2. Oportunidades.....	47
3.6.3. Debilidades .....	48
3.6.4. Amenazas .....	49
<b>CAPITULO IV EJEMPLO DE CASO DE ÉXITO ALREDEDOR DEL TURISMO DE NEGOCIOS.....</b>	<b>51</b>
4.1. Descripción General de la Ciudad de Málaga .....	51
4.2. Historia de la Ciudad de Málaga .....	52
4.3. Atractivos Turísticos de la Ciudad de Málaga .....	53
4.4. Oferta de Servicios Turísticos .....	54
4.5. Demanda de la Ciudad de Málaga.....	55
4.6. Infraestructura de la Ciudad de Málaga.....	55
3.7. Comparación de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga.....	58
4.8. Similitudes de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga .....	58
4.9. Diferencias de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga.....	58
4.10. Metodología que Utiliza Málaga en el Turismo de Negocios.....	60
<b>CAPITULO V PROPUESTA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO DE NEGOCIOS EN CHETUMAL .....</b>	<b>61</b>
5.1. Objetivo General.....	61
5.2. Las Estrategias.....	61

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo Monográfico es el resultado de la formación académica de una alumna egresada de la Universidad de Quintana Roo, quien obtendrá el grado de Licenciada en Turismo, a través de una investigación denominada: **“Análisis del Desarrollo del Turismo de Negocios en la Ciudad de Chetumal”**.

El turismo de negocios, es una de las actividades principales que se efectúan en esta localidad, capital del Estado de Quintana Roo, debido a que la gente que se traslada a este sitio, no solo lo hace por descanso, sino la mayoría de las veces lo realiza por cuestiones profesionales.

Por lo anterior, la presente monografía consta de cuatro capítulos, que permiten al lector y a los interesados en el tema, ampliar sus conocimientos y visualizar al Turismo de Negocios como una oportunidad de crecimiento para la ciudad de Chetumal.

El primer capítulo está conformado por diversos conceptos fundamentales del turismo, en donde se resaltan únicamente los temas más sobresalientes, específicamente los antecedentes del Turismo de Negocios, así como su desarrollo en el mundo, en México en el Estado y en Chetumal, esto con el fin de facilitar la comprensión y entendimiento del mismo, es importante mencionar que todas las definiciones que se plasman en este documento se respaldan con el sustento y fundamento científico de publicaciones nacionales de libros, revistas, páginas webs, entre otros.

El segundo capítulo está enfocado a la descripción de Quintana Roo, específicamente a Othón P. Blanco, lugar donde se localiza la ciudad de Chetumal, por ello, en esta sección se incluyen los datos históricos, geográficos y sociales del sitio en mención.

En el tercer capítulo se presenta un diagnóstico turístico, en el cual se describen los atractivos, el tipo de oferta y la gobernanza que rige esta localidad, por consiguiente se realiza un análisis FODA, en donde se plantean las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas, además se incluye una comparación de Chetumal con un caso de éxito internacional, finalmente se da una propuesta con las estrategias y acciones que se pueden implementar para el proceso comercial del Turismo de Negocios.

## **JUSTIFICACIÓN**

El estudio del turismo es un tema bastante amplio y multidisciplinario, no existe significado único, verdadero y universal para dicha disciplina, por tal motivo en la actualidad, dicho fenómeno, ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, en los mercados del mundo, presentándose de muchas formas, entre ellas destaca el Turismo de Negocios, el cual es un modelo ideal para aplicar en la ciudad de Chetumal, puesto que cuenta con los elementos suficientes para su impulso.

Además con los congresos y convenciones, se contemplaría como una opción para considerar mencionada Localidad en la realización de eventos de corte turístico.

Sin embargo el Turismo de Negocios es una actividad muy exigente, que requiere de múltiples servicios y una organización específica, por esta razón, es importante destacar que la formación en esta área constituye un papel significativo, lo cual permite a los prestadores de servicios turísticos tener los conocimientos, las habilidades y actitudes para diseñar, gestionar, operar, comercializar responsablemente este servicio.

Es importante mencionar, que un egresado de la carrera de Turismo tiene muchas áreas en las que se puede desenvolver, incluyendo esta especialidad, que no solo le abre las puertas al mundo del turismo convencional, sino que le permite crecer en otros espacios (públicos y privados) por esta razón, se aporta una propuesta basada en la experiencia laboral aplicada.

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar el Desarrollo del Turismo de Negocios en la Ciudad de Chetumal, con la finalidad de proponer estrategias y acciones para llevar a cabo la comercialización de este tipo de turismo.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Puntualizar el valor de la actividad turística en nuestros días, enfocando al turismo de negocios, analizando sus tendencias y sustentándolas con diversas fuentes bibliográficas.
- Describir la ubicación geográfica de Quintana Roo, en específico de la de la ciudad de Chetumal, con datos geográficos e históricos.
- Mencionar los recursos turísticos tangibles e intangibles de esta localidad, así como la normatividad que la rige, para poder estudiar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas y realizar una comparación con un caso de éxito internacional.
- Proponer estrategias y acciones para mejorar dicha actividad.

## **CAPÍTULO I**

### **LAS TENDENCIAS DEL TURISMO EN NUESTROS DÍAS**

#### **1.1. Historia del Turismo**

Es importante conceptualizar el origen y la evolución del turismo, para una mejor comprensión y entendimiento del mismo, a través del presente trabajo se mencionan los acontecimientos más significativos que le han permitido su adelanto y desarrollo a lo largo del tiempo.

La historia explica sobre los distintos viajes que se realizaban en la antigüedad e indica que: “Las migraciones, los viajes, han sido consustanciales para el ser humano durante miles de años. El hombre primitivo necesitaba viajar para sobrevivir, era intinerante como única manera de obtener el sustento y el cobijo” (Valls, 2003, pág. 57).

Desde siempre las personas ha tenido la necesidad desplazarse, sin embargo en la antigüedad, no existían caminos y viajar era todo un acontecimiento, algunos morían en el traslado, por lo cual no llegaban a su destino. Con el paso del tiempo se eliminó este hábito y el hombre se estableció en pueblos, ciudades, aldeas, entre otros.

Lo cual permitió que los viajes se realizarán por otras razones, como la curiosidad de conocer nuevos lugares, la necesidad de prepararse, el descanso, las enfermedades, la diversión, las fiestas, el comercio, la conquista, la libertad y mas, por tal motivo se ejemplifica de la siguiente manera: “Durante el apogeo del imperio romano, en los meses de verano se producian considerables movimientos de gente que desde Roma se dirigian hacia el campo y los sitios de veraneo situados a la orilla del mar, ademas visitaban templos y santurios, asistian a festividades y concurrían a baños termales” (Acereza M. , 2006, pág. 68).

El individuo desde siempre, ha reflejado tener un espíritu aventurero, lo cual le ha permitido conocer y explorar nuevos mundos, por distintos motivos.

Actualmente se manejan infinidad de relatos sobre su origen, de los cuales es importante mencionar lo siguiente: “Entre los siglos XVI y XIX se establecieron las bases del turismo moderno y los adelantos en materia de transporte, fueron los que estimularon su desarrollo”. (Magallón, 1991, pág. 14).

En consecuencia se considera que los avances tecnológicos, han sido de gran valor para la sociedad en general, debido a que gracias a ellos se pueden realizar viajes masivos, los cuales han permitido una mejor comunicación, en el plano mundial, haciendo que las personas se beneficien con mayores facilidades de acceso y mejores servicios, incluyendo los turísticos.

## 1.2. Orígenes de la Palabra

Para poder comprender y analizar esta palabra, se considera propio conocer su origen, lo cual permitirá entender su significado: “Turismo es proviente de tour o turn, derivado del verbo latino turnare que se deriva a su vez del sustantivo tornus, que significa volver, girar o retornar, en suma quiere decir ir y volver”. (Bella, 2002, pág. 14).

El Turismo es un movimiento que implica un desplazamiento (viaje) de carácter temporal y se practica por distintas razones. Quienes lo realizan saben que tienen que regresar a su lugar de origen, algunos lo hacen de manera individual o acompañados.

Hoy en día la actividad turística es una fuerza económica y social, porque genera grandes beneficios a los lugares que lo promueven y cuyos impactos en la sociedad son reconocidos universalmente.

Por otra parte, definir el término de turismo no fue una tarea sencilla para los historiadores, debido a que es un fenómeno complejo que tiene distintos significados en función del campo de estudio, por lo cual se eligió una de las variadas definiciones: “El turismo comprende aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a lugares distintos, al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Acerenza, 2006, pág. 55). (Ver figura 1).



Figura 1. Interpretación del Turismo. Fuente: Elaboración propia.

Esta actividad, se desarrolla por muchas razones y no importa si los viajes se realizan a lugares cercanos o lejanos, solos o acompañados, simplemente se considera turismo al movimiento de traslado que se realiza fuera del lugar donde se habita normalmente por distintos motivos.

### 1.3. Tipos de Viajeros

Hablar de turismo implica varias expresiones de las cuales es elemental saber los nombres y los tiempos que determinan a las personas que lo practican, para analizarlas de acuerdo a su comercialización, por esta razón se divide en las siguientes categorías (Ver figura 2):

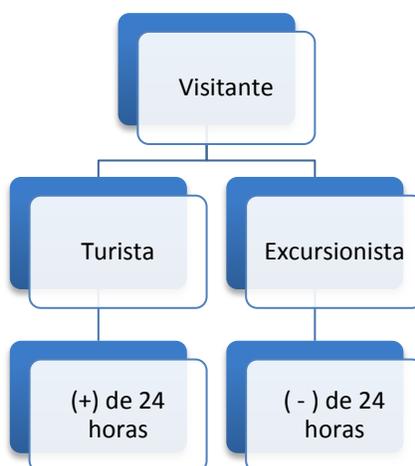


Figura 2. Tipos de Viajeros. Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la Figura 2, los tipos de viajeros son:

**Visitante:** persona que visita un país que no es el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada.

Estos a su vez se dividen en dos categorías:

**Turistas:** visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito del viaje puede ser clasificado bajo los siguientes rubros;

A. Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes).

B. Negocios Familia, misiones o reuniones.

**Excursionista:** visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país. (Bella, Introducción al Turismo, 2002, pág. 35).

Cada una de estas definiciones es significativa, debido a que contempla a toda la gente que lo realiza, la diferencia se encuentra en los períodos de práctica.

#### **1.4. Clasificación del Turismo**

Para poder describir a cada uno de ellos, es importante comenzar con el más antiguo y popular, el cual es conocido como el turismo de masas: “Aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado”. (OMT, 2002, pág. 17).

Respecto a la clasificación es importante mencionar, que aquel surgió en la década de los años cincuenta y empezó a florecer por el elevado número de viajes turísticos internacionales, que se produjeron durante esta época.

En la actualidad se continúa practicando, porque es flexible, variado y aceptado por la población, es el que más impacto genera al medio ambiente.

Este se asocia con actividades de recreación, placer, descanso entre otros, además es realizado por cualquier tipo de gente.

En algunos lugares lo identifican como turismo popular, porque un gran número de gente lo conocen y se interesan en él, también es considerado uno de los más rentables, se le puede encontrar como turismo de sol y playa, el cual es promovido por las grandes industrias turísticas y da lugar a amplias concentraciones de gentío, esta clasificación se realiza normalmente en las grandes ciudades.

Asimismo, existe un turismo consiente, el cual a diferencia del Turismo de Sol y Playa, este busca cuidar y conservar los recursos naturales. Hoy en día es uno de los más promovidos y practicados, sobre todo por las nuevas generaciones, debido a que están más informada acerca de lo que representa la preservación del medio ambiente, es conocido como ecoturismo que significa: “Viaje ecológicamente sensitivo que combina los placeres de descubrir y entender una flora y una fauna espectacular a la vez que contribuye a su conservación”. (Heras, 2003, pág. 22).

En tal sentido, se considera sustancial esta clasificación, debido a que es muy selectiva y solo un grupo de personas lo practican, porque ofrece alternativas de viajes, las cuales rompen cualquier esquema tradicional.

Asimismo, este se desarrolla sin causar tantos impactos al medio ambiente, también es practicado por gente que desea tener contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales, con la naturaleza, esta clasificación se asocia con la emoción, la aventura y el interés científico, normalmente se practica de forma individual o grupos muy reducidos y es un turismo educativo.

Dicha variedad, también es conocido de las siguientes formas: turismo alternativo, cultural, ecológico, sociocultural, rural, de aventura (montañismo, *trekking*, *rafting*, canotaje entre otros).

Lo cierto es que tanto el turismo masivo como el ecoturismo, son el resultado de gustos e interés de cada individuo.

La clasificación del turismo es bastante amplia, conforme pasa el tiempo las necesidades de la población van cambiando, por ello, en la actualidad se ofrecen servicios novedosos y mas especializados.

En los años noventa, los empresarios y gobiernos se percataron del turismo de negocios, el cual se determina como:

Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje va vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado, en su variante grupal, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones negocios con diferentes propósitos y magnitudes a saber: Convenciones, Congresos, Exposiciones, Ferias y Viajes de incentivos. (Eduardo, 2007, pág. 12).

El turismo de negocios, es una variedad del turismo específica, la cual esta relacionada con un viaje de trabajo, muchas veces este prototipo resulta atractivo, para las personas que trabajan en una empresa o institución, porque casi siempre reciben viáticos durante su comisión, los cuales les sirven para cubrir sus gastos de hospedaje, transporte y alimentación, por ello tienen posibilidades de adquirir productos complementarios para ellos y sus acompañantes.

Es importante resaltar que existe un grupo de ejecutivos (gabinetes de estado, apoderados, accionistas entre otros.), que utilizan hasta servicios de lujo y estos pasan a ser clientes potenciales.

Sin embargo la mayoría de los viajeros de negocios lo hacen de manera frecuente, por tal motivo buscan productos básicos, que ofrezcan lo siguiente: un nivel alto de seguridad, de tecnología, comodidad, espacios confortables para sus reuniones y además puedan obtener diversas promociones.

Esta es una de las ramas más importantes de los viajes internacionales, porque genera múltiples beneficios para los lugares donde se desarrolla.

Las características dominantes de esta clasificación de turismo son las siguientes: la superación, la capacitación, la educación o el deseo de conocer nuevos procedimientos y productos, por mencionar algunos.

Dicho movimiento turístico no es exclusivo para un grupo de personas, debido a que lo pueden practicar estudiantes, empresas, sindicatos, religiones, asociaciones diversas y ejecutivos.

### 1.5. Modelos del Turismo de Negocios

El turismo de negocios es un mercado extenso y hoy en día se realiza en muchas partes del mundo, se representa normalmente por todas aquellas personas que viajan a un lugar por motivos profesionales. Este tipo de viajes empresariales, se puede desarrollar desde el punto de vista en las que se persigue, se dividen de la siguiente forma (Ver figura 3):

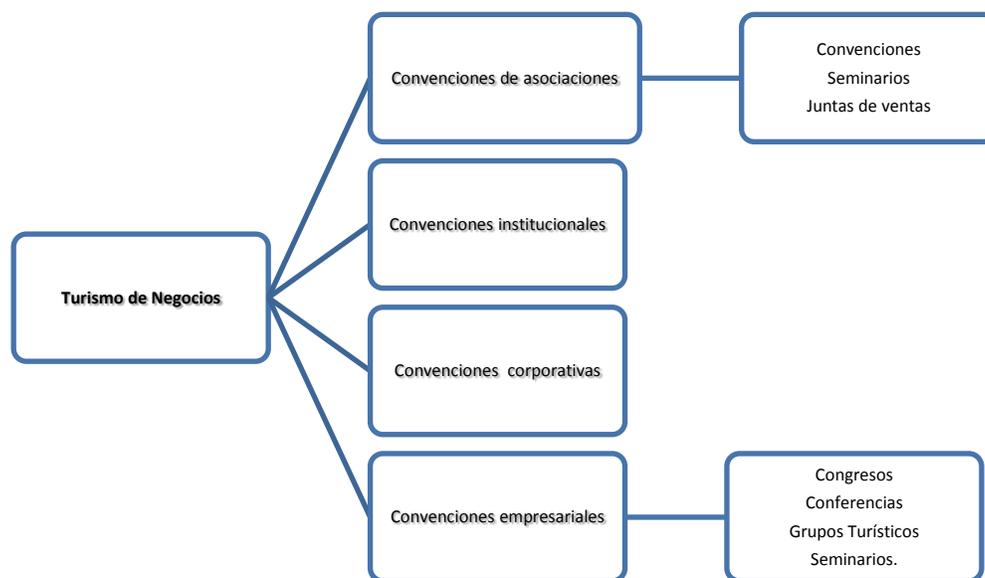


Figura 3. Clasificación del Turismo de Negocios. Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a mencionada figura se describe cada una:

1. **Convenciones Corporativas:** son las que organizan grandes empresas con el proposito de motivar entrenar y capacitar a su personal; se clasifican por ser obligatorias, mas frecuentes y tener mayor número de volumen de asistencia, porque los gastos corren por cuenta de la empresa estas reuniones se clasifican en:

a) Convenciones. Son eventos de comunicación cuyo objetivo es divulgar y desarrollar ideas o pensamientos, con los que se obtiene una sintesis util para el futuro.

b) Seminarios. En este tipo de eventos, se dedican a escuchar a los expertos, recibiendo capacitación en los temas tratados.

c) Junta de ventas. Se lleván a cabo para entrenar o capacitar al personal de ventas, que se reúne cuantas veces sea necesario; representa cierto número de gastos.

2. **Convenciones Institucionales:** tambien simbolizan un gran volumen dentro del mercado de convenciones, estas reuniones se realizan con menos frecuencia que las corporativas, puesto que son independientes y su gasto resulta considerable. Pueden ser pagadas por sus asociaciones o por lo propios participantes.

3. **Convenciones de Asociaciones;** estas reuniones se celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales e internacionales, y agrupan a miembros de una comunidad que ejercen la misma profesión, actividad o especialidad, o que comparten un mismo interes colectivo. La asistencia es voluntaria y los gastos son cubiertos por el asistente.

4. **Convenciones Empresariales;** son eventos que las empresas celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales y ocasionalmente internacionales, a los que se convoca a ejecutivos, distribuidores y/o agentes de ventas. En este ultimo caso, es frecuente que se expongan los nuevos productos y/o servicios a las empresas. Las convenciones empresariales se clasifican en:

a) Congresos. Son reuniones cuyo proposito es impartir e intercambiar información, encontrar soluciones y averiguar hechos dentro de los campos técnicos economicos y de las multiples áreas. Puede describirse como una fusión de experiencias y opiniones provenientes de personal capacitado. Por lo general, los congresos reúnen a las autoridades en la materia de que se trate. Se considera el evento mas complicado de organizar, en especial si se compara con seminarios o convenciones.

Como se trata de eventos los asistentes proceden de diversos lugares y sus características se adecuan al carácter de cada reunión.

Los congresos pueden reunir desde 50 personas en adelante.

Son regionales, nacionales o internacionales, de acuerdo con las necesidades de cada grupo.

b) Conferencias. Son exposiciones de diversos temas en las que los expertos presentan ponencias. En este tipo de reuniones se llega a varias conclusiones las cuales se someten a discusión entre los participantes antes de considerarlas finales.

c) Grupos Turísticos. Son conjunto de personas con un interés común, que parten de un cierto destino hacia un lugar determinado, a fin de conocer la cultura, la arqueología, las bellezas naturales y las diversiones del mismo.

d) Grupos Deportivos. Concurren a espectáculos en donde se muestran su fuerza física y agilidad mental. Los ejemplos clásicos son las olimpiadas, los juegos centroamericanos y los panamericanos. Para asistir a estos eventos se forman grupos especiales. Otras reuniones de este tipo son las peleas de boxe por el campeonato mundial, los torneos de tenis o el campeonato mundial de fútbol. (Magallon T. , 1991, págs. 26,27 y 28).

Sin duda el turismo de negocios, es una interesante industria que requiere de una estructura detallada en diversos aspectos, que van desde la planeación, la organización y la contratación de múltiples servicios entre otros.

### **1.6. Experiencias del Turismo de Negocios**

El Turismo de negocios en el mundo es uno de los más significativos, debido a que genera grandes derramas económicas para los lugares que lo promueven, además que ayudan a equilibrar la estacionalidad de la demanda y de igual forma eleva el índice de ocupación hotelera y otros servicios en cualquier época del año, también se considera importante mencionar a su promotor : “Tomas Cook fue uno de los primeros impulsores de este tipo de turismo, se percató de las ventajas de ser intermediario; vendió su taller y se convirtió en organizador de excursiones”. (Magallon, 1999, pág. 16).

Este personaje observó que era más productivo vender viajes, quizá al principio como cualquier otro proyecto no tuvo tanto éxito, pero con el paso del tiempo se especializó en esta área y a partir de su experiencia, convirtió su negocio en toda una compañía internacional, que ha permitido que miles de personas conozcan el mundo.

Más tarde, con la evolución natural del turismo, este tipo de acontecimientos se hicieron comunes, aunque aún no se le daba la importancia debida, es por ello que en:

En 1958 se fundó la Asociación Internacional de Palacios, Exposiciones y Congresos (AIPC), con la misión de establecer contactos estrechos y permanentes entre administradores de los diferentes miembros, facilitar el intercambio de experiencias, estudiar los problemas derivados de la administración y funcionamiento de los palacios, contribuir a las actividades tendientes al desarrollo de la técnica de reuniones y poner a disposición de los organismos internacionales los elementos necesarios para el éxito de congresos. Asimismo, en 1970 se celebraron en todo el mundo unos 4,000 congresos internacionales, con la participación de dos millones y medio de personas, entre congresistas y acompañantes.

En el año 1989 los destinos internacionales más solicitados para la celebración de convenciones fueron: Europa (33%), Canadá (29%), el Caribe (25 %), Hawái (24%), México (15%), Bermudas (14%), Bahamas (9%), el Oriente (8%), Australia (6%), Alaska (6%) y África. (Magallon, 1999, pág. 77).

Son más de cincuenta años que se lleva efectuando este modelo de turismo, esto lo convierte en uno de los mercados con más experiencia, sin embargo las preferencias de viajes para esta clasificación se han ido modificando con el paso del tiempo, en vista de que muchos lugares han mejorado su infraestructura, servicios y más.

### **1.7. Antecedentes del Turismo de Negocios en México**

El progreso del Turismo en México, ha sido fundamental a lo largo del tiempo, ha dependido de varios, cambios y ajustes, que se han dado en función de los gobiernos, de acuerdo a las necesidades del país, por ello, se clasifica en varias períodos: “Etapa de génesis del turismo de 1920-1934, etapa de crecimiento turístico de 1934-1952, etapa de modernización/institucionalización del turismo de 1952-1970, etapa del turismo planificado de 1970-1988, etapa de neoliberalismo y globalización 1988- hasta la fecha”. (Rafael, 2014, pág. 18 y 19).

Cada uno de estos tiempos, son relevantes debido a que gracias a ellos se conoce la importancia desde su nacimiento, hasta su evolución en el país.

Son aproximadamente 96 años del impulso del turismo en México y aunque no siempre se realizó de la misma manera, día a día se implementan estrategias para mejorarlo, porque se considera uno de los sectores más fructíferos a nivel nacional, por ello su importancia de estudio.

En la actualidad México ha tenido que unirse a las transformaciones tanto sociales, económicas, políticas de carácter global, para poder estar a la vanguardia, por tal motivo ha implementado el Turismo de Negocios en el País, el cual le ha ayudado en su economía, como se menciona a continuación:

La contribución al Producto Interno Bruto asciende a 12.0 mil millones de dólares que corresponde al 1.43% del PIB nacional. De manera indirecta se contribuye con otros 13 mil millones de dólares, aunque la contribución al PIB debe únicamente considerar los efectos directos.

Las reuniones en México generan ventas por 32.5 mil millones de dólares, o las ventas y consumos directos corresponden a 18.1 mil millones de dólares americanos en la economía nacional.

De manera indirecta genera otros 14.4 mil millones de dólares adicionales. Las reuniones generan 441,300 empleos directos y 342,400 empleos indirectos, lo cual suma 783,700 empleos totales. De igual manera se generan 4.7 mil millones de dólares en ingresos por empleo (2.7 mil millones de manera directa y 2 de manera indirecta) (ICTUR, 2011).

Las estadísticas reflejan datos positivos, debido a que los ingresos que se crean por esta actividad, han favorecido a la captación de divisas y con ello evitado que dicho lugar caiga en crisis económica (desempleo, escasez de consumo de productos y servicios entre otros).

Es importante indicar que México posee lugares idóneos para poder realizar eventos masivos, que sobresalen para diversos encuentros: “Cuenta con alrededor de 40 recintos feriales y centros de convenciones, en Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas”. (Yarto, 2007, pág. 46 y 47).

Lo anterior indica que este País, posee la infraestructura necesaria para avanzar y expandirse en esta especialidad, al grado de competir con países de primer mundo.

### **1.8. El Turismo de Negocios en Quintana Roo**

Para poder analizar los antecedentes del turismo en Quintana Roo, es necesario mencionar la época que lo marco como Estado y destino turístico a nivel mundial: “La década de 1970-1980 puede ser considerada como la etapa de crecimiento y consolidación, ya que aunado al desarrollo de la oferta de cuartos de hotel, marca el inicio de los cruceros”. (Mayo R, 2014, pág. 48).

Esto muestra que gracias a los servicios de alojamiento y transporte, Quintana Roo se dio a conocer en el mercado internacional y poco a poco transformó su economía forestal, a una eminentemente turística, a partir de esa fecha, no ha dejado de progresar en todos los aspectos y aunque es un lugar joven, posee las características físicas (ubicación geográfica y abundante riqueza natural), así como con los servicios competitivos para satisfacer a los visitantes, lo cual lo ha posicionado como principal destino turístico de México y el Caribe. Esto significa que el estado de Quintana Roo, se ha convertido en un líder en el ámbito turístico, no solo de sol y playa o ecoturístico, debido a que se considera uno de los Estados más idóneos para la realización de diversos eventos, como se ejemplifica a continuación: “Quintana Roo se ha posicionado en el mercado de las Ferias y Eventos Turísticos Nacionales e Internacionales, anualmente se realizan aproximadamente 6 acontecimientos de primer nivel y se ha consolidado como sede para programas culturales, deportivos y de negocios a la altura mundial, de muchos países” (SEDETUR, 2013).

Existen registros que indican que el Turismo de Negocios es promovido principalmente en la zona norte del Estado, porque es el área más conocida a nivel internacional gracias a la ciudad de Cancún, debido a que cuenta con una variada oferta hotelera, un moderno aeropuerto internacional, varios muelles de barcos donde arriban cruceros de todo el mundo, también posee un centro de convenciones, el Cancún Center, que es uno de los más reconocidos a nivel Latinoamérica, entre otros centros de negocios que se encuentran dentro de los hoteles, esto lo convierte en una de los destinos ideales para hacer negocios y realizar eventos relacionados con el mundo.

### **1.9. El Turismo de Negocios en la Ciudad de Chetumal**

Chetumal, es una ciudad joven y su fortaleza económica desde su creación, se ha basado en el comercio y el gobierno, por ello, su población ha tenido un progreso módico, debido a que durante muchos años no hubo inversión de ningún tipo y el turismo no tenía relevancia en este sitio.

Sin embargo, en los últimos tiempos se puede apreciar que esta localidad ha cautivado la atención de muchos inversionistas, esto le ha permitido un crecimiento en cuanto a su infraestructura y gracias a ello ha tenido un avance como Ciudad.

Por otra parte, se puede mencionar que en la actualidad esta localidad diariamente realiza diversas actividades, que a través de ellas se activan los servicios turísticos, como los hoteles, restaurantes, los medios de transporte entre otros.

Sus principales organizadores de eventos son el Gobernador del Estado en turno, junto con su Gabinete Estatal, al igual que las diversas Instituciones Públicas, Colegios y Asociaciones, que se unen a lista de anfitriones, es importante indicar que cada uno de ellos organiza acciones de acuerdo a su área, por ejemplo la Secretaría de Salud de Quintana Roo (SESA), ha coordinado congresos dentales, pediátricos, de VIH, trasplantes, semanas binacionales de salud, capacitaciones, cursos de actualización en salud y otros.

Otra dependencia que se destaca en sus eventos es la Comisión para la Juventud y el Deporte de Quintana Roo (COJUDEQ), quien ha organizado en varias ocasiones las Olimpiadas Deportivas a nivel nacional e internacional, también cada año realiza la entrega del Premio Estatal del Deporte, en donde acuden deportistas y autoridades de todo el Estado, destacan de igual manera las ferias de activación física.

La Secretaría de Educación y Cultura del Estado (SEyC), ha liderado el festival de cultura del Caribe, evento internacional y el carnaval.

Por otra parte el Sistema de Desarrollo Integral de la Familia de Quintana Roo (DIF), realiza cada año, diferentes eventos como: el desayuno del Terno y el sombrero, el baile de carnaval de damas, por mencionar algunos.

Sin embargo no son las únicas dependencias que programan actividades, existen más áreas que también llevan a cabo diferentes programas para consolidar a Chetumal como destino Turístico de Negocios.

### **1.10. Impactos Negativos y Beneficios del Turismo de Negocios**

Cualquier actividad económica como tal, trae consigo impactos naturales, urbanos y sociales, por lo anterior, el turismo no está exento de estos.

Esta acción también se puede ver como un fenómeno depredador, para el medio donde se desarrolla, tanto en la parte material, natural y cultural.

El turismo de negocios, es un tipo de turismo que congrega grandes masas y utiliza múltiples servicios, por lo cual genera riesgo a la vez.

Es importante que los lugares que lo inicien, establezcan reglas para su operación, de esta manera los impactos serán menores y se logrará un equilibrio.

También con ayuda de los gobiernos, se podrá tener un mejor control, por ejemplo las autoridades deben de exigir a los empresarios una planeación de actividades (eventos, congresos, reuniones y juntas de trabajo), sin olvidar las características este entorno.

Por lo general el deterioro de un espacio se da por el desconocimiento del medio natural y por la avaricia del medio físico y aunque el Turismo de Negocios se considera intenso, se debe realizar razonablemente, para no afectar a los lugares que lo generan con su práctica.

Frente a esta situación, lo ideal es promover con los involucrados, el respeto con el entorno y la comunidad, si es de esta forma, se lograrán más beneficios para todos.

Hay que tomar en cuenta que al originar eventos en cualquier lugar, los turistas se multiplicarán, al igual que el uso de los productos, por consiguiente la afectación de las comunidades receptoras, como resultado de esto es posible que aumenten los impactos sociales negativos de acuerdo a la siguiente clasificación: “Incrementos de la dependencia económica del turismo, alteración de los hábitos y niveles de consumo de la población, aumento de la prostitución y la homosexualidad, auge del turismo sexual y de drogas, aumento de la delincuencia en las zonas turísticas, efectos sobre los usos y costumbres”. (Acereza M. , 2006, pág. 46 y47).

Para ser exactos el primer problema, se refiere al sector de los servicios, que en muchas ocasiones quienes ocupan grandes puestos en las empresas, no es gente local, sino que proviene de otros lugares, por ello la población sufre marginación y expulsión social.

En el punto dos, se entiende que los habitantes de las ciudades donde se lleva a cabo esta actividad, conviven con los turistas los cuales son provenientes de todas partes del país e incluso del mundo, debido a esto, la población imita el comportamiento y sus estilos de vida.

En el tercero, cuarto y quinto paraje, se enfatiza a la pobreza del lugar donde se desarrolla, debido a que al haber muchos visitantes y las riquezas mal distribuidas, se generara problemas sociales en los sitios que lo efectúan como: la delincuencia, la prostitución y más, tal vez se tenga que tomar medidas de seguridad para los turistas.

Finalmente en el último inciso se infiere acerca de todos aquellos cambios que se dan por la convivencia con gente de otras partes, puede incluir la forma de alimentación, vestuario, del habla entre otros, algunos lo consideran como un problema de transculturalización.

Lo anterior se origina por las diferencias sociales y culturales de la sociedad local y externa.

Por otra parte, también se dan las afectaciones naturales, debido a que al organizar eventos se contamina el suelo, el agua, se pierde la fauna y la flora, por la construcción de nuevos espacios y por el exceso de eventos.

De igual forma, se da un crecimiento desordenado de la parte urbana, por la insuficiencia y baja calidad de los servicios públicos.

Aunque no todo es dañino, también hay efectos positivos que van a depender de la forma en que se promueva.

Los lugares que practican el turismo de negocios, ha compartido sus experiencias positivas, por ejemplo muchos de ellos han logrado reducir la pobreza, el desempleo, hasta la transformación física y social de dichas zonas.

También de manera indirecta, se mejora la infraestructura y los servicios básicos como agua, luz, drenajes y otros.

Asimismo con el turismo empresarial, se puede promocionar otras actividades turísticas como la visita a museos, zonas arqueológicas, playas entre otros.

Los principales beneficiados con dicha acción, son la industria hotelera, restaurantera y de transporte, las cuales podrán tener activos sus servicios en cualquier época del año, de esta manera no se verán afectados en las temporadas bajas.

Igualmente con el turismo de negocios, se adquiere una imagen positiva, porque gracias a este, existe más seguridad y embellecimiento de los lugares que lo promueven.

Otros efectos positivos que se dan con mencionado movimiento, se reflejan en los campos de educación, la salud, la comunicación social, la atención a problemas sociales y las relaciones internacionales.

Este tipo de turismo, también es un generador de empleos tanto directos como indirectos.

Una ciudad que se distingue por sus eventos ejecutivos, resaltarán y muchas personas desearán visitarla.

Tal es el caso de la ciudad de Chetumal, que es frecuentada constantemente por visitantes nacionales e internacionales, los cuales acuden a dicho lugar por diversos motivos principalmente por trabajo.

### **1.11. Motivos para su Práctica**

Las personas que practican el Turismo de Negocio tienen distintos y variados intereses, sin embargo su objetivo en común viajar por el lado profesional.

Por otra parte, las principales razones por las que viaja un turista de negocios son: la superación, la aspiración, el deseo de comprar o conocer un producto, recibir algún premio por su desempeño, compromisos que tienen con las empresas o dependencias, la toma de acuerdos, relaciones públicas, intercambio de ideas sobre algún tema en especial, la supervisión de algún área y para mejorar sus estándares de calidad, así como sus rendimientos laborales, entre otros.

Los turistas que visitan un lugar por negocios, casi siempre aprovechan la oportunidad para conocerlo.

En resumen, el turismo es una experiencia vivencial que realizan las personas en otro lugar, por un periodo temporal y se efectúa por diversos impulsos, de los cuales resalta los viajes profesionales, que son muy significativos en todo el mundo, incluyendo la ciudad de Chetumal.

Este tipo de viajes, deja más derramas económicas que el turismo convencional, debido a que se realiza en cualquier época del año, sin importar los periodos vacacionales, por ello, es muy importante su estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **QUINTANA ROO Y LA CIUDAD DE CHETUMAL**

#### **2.1. Ubicación Geográfica de Quintana Roo**

Este capítulo engloba los datos relevantes del lugar donde se desarrolla el estudio, por tal motivo se describe al Estado de Quintana Roo, de forma general y específicamente a la ciudad de Chetumal, con el fin de exponer un panorama preciso de su geografía e historia.

Quintana Roo se encuentra situado en la porción oriental de la Península de Yucatán, tiene como superficie de 50 843 kilómetros cuadrados (2.56% del territorio nacional). Colinda al norte con el Golfo de México y el Estado de Yucatán; al este con el mar Caribe; al sur con Belice y Guatemala y al oeste con el estado de Campeche. Fue erigido en Estado Libre y Soberano, el 8 de octubre de 1974. (Mayo, 2007, pág. 11).

Es uno de los 31 estados que junto con la ciudad México conforman las 32 entidades federativas de México, cuenta con 11 municipios: Municipio de Othón P. Blanco, Benito Juárez, Felipe Carrillo Puerto, Lázaro Cárdenas, Cozumel, José María Morelos, Isla Mujeres, Solidaridad, Tulum, Solidaridad, Bacalar y Puerto Morelos. Aportación del autor (Chetumal E. , s/f).

#### **2.2. Datos Generales de la Ciudad de Chetumal**

Chetumal es una de las ciudades más importantes del Estado de Quintana Roo, pertenece al municipio de Othón Pompeyo Blanco y es la cabecera principal:

Se localiza en la parte sur del Estado, entre los 19° 14' y 17° 50' de longitud norte y los 87°50' de altitud norte y los 87° 15' y 89° 25' de longitud oeste. Hacia el norte limita con los municipios de Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos, Belice y Guatemala, y al poniente con el Estado de Campeche, tiene una extensión de 18 760 km<sup>2</sup>, que corresponden al 36.9 % de la superficie de Quintana Roo.

Pose dos unidades geomorfológicas la meseta baja de Zoh Laguna y las rocas calizas.

En el destacan la presencia de lagunas como Virtud, Guerrero, Milagros, Xul-há y Chachoben, además tiene un clima Intertropical de Convergencia, con temperaturas que van desde 18° C, hasta los 25.5|° y 26.5° C. Su clima es de tres tipos: cálido subhúmedo, subtipo intermedio y subtipo menos húmedo. En él se desarrolla la selva alta subperennifolia, la mediana subperennifolia y la selva baja subperennifolia. (Xacur, 1998, pág. 1595).

### 2.3. Historia de la Ciudad de Chetumal

El nombre de esta Ciudad, fue otorgado por gente nativa, hace muchos ayeres, está asociado con su clima y flora, además varios acontecimientos marcaron su origen, por lo cual se mencionan los datos más relevantes porque forman parte de su historia: Chetumal proviene de *Chactemal*, que en lengua maya significa: El lugar donde crecen los árboles rojos. Otra posible traducción es: *Chaac* significa "lluvia" como el dios de la lluvia, *té* significa "allí", y *emal* significa "bajar", es decir "Allí donde bajan las lluvias". Los orígenes de Chetumal, se remontan a la época de la cultura Maya.

La región donde actualmente se asienta la ciudad Chetumal, inmediatamente antes de la llegada de los españoles era un cacicazgo maya denominado *Chactemal*, que controlaba lo que hoy es el sur de Quintana Roo y el norte de Belice, dicha ciudad fue una importante zona agrícola donde se producía el chicle, maderas como el palo de tinte entre otras y actualmente es conocida como: La cuna de mestizaje, gracias a la unión que tuvieron el naufrago español Gonzalo Guerrero y la mujer maya *Zazil Há*, quienes tuvieron varios hijos conocidos como los primeros mestizos. Otro personaje ilustre para esta Ciudad, fue el oficial de la armada el Comandante Othón P. Blanco, quien para combatir el tráfico de armas procedentes de Belice, ancló un barco como cuartel entre la Bahía de Chetumal y el Río Hondo, el cual fue nombrado: Pontón Chetumal.

Mencionado comandante fundó oficialmente la nueva población, el 5 de mayo de 1898, con vecinos provenientes de Corozal y de otros lugares de la península y le dio el nombre de Payo Obispo, como ya era conocida la región. Sobre el origen de este nombre se menciona que procede de Fray Payo Enríquez de Rivera, quien fuera Arzobispo de México y Virrey de la Nueva España, pero que cuando era Obispo de Guatemala llegó a hacer una visita a *Bacalar*, desembarcando en el punto que recibió su nombre.

Payo Obispo fue en sus inicios una pequeña localidad fronteriza, dedicada fundamentalmente a la vigilancia de la frontera. Las casas eran de madera y de estilo inglés caribeño, como en Belice o Jamaica, construidas sobre el nivel del suelo y pintadas de colores brillantes y con celosías de madera en las ventanas. El agua potable era colectada de la lluvia mediante aljibes, de los cuales cada casa solía tener uno, aunque posteriormente fue construido un gran aljibe público. (Chetumal E. , s/f).

#### **2.4. Desarrollo Económico de la Ciudad de Chetumal**

Con el paso del tiempo Chetumal, ha ido evolucionando, esto es gracias a los gobiernos que han invertido en este lugar, aunque se puede decir que su crecimiento ha sido paulatino, pero muy significativo para los Quintanarroenses, por esta razón se mencionan los acontecimientos más importantes: En 1915 el gobernador de Yucatán, Salvador Alvarado regreso a los mayas la ciudad de Santa Cruz de Bravo, que en ese momento pertenecía a Yucatán tras la supresión del Territorio de Quintana Roo y que al ser restablecido la capital fue trasladada en consecuencia a Payo Obispo, con ello aumentó la población y la actividad económica, al establecerse las dependencias gubernamentales en la población. En 1920 y 1930 se dio una gran difusión a la exploración y desarrollo de Quintana Roo, sin embargo, aduciendo motivos financieros, el gobierno federal suprimió una vez más el Territorio de Quintana Roo y lo dividió entre Yucatán y Campeche, quedando Payo Obispo en este último Estado. En 1935 el Presidente Lázaro Cárdenas del Rio, restableció el territorio de Quintana Roo.

El gobernador, Rafael E. Melgar, promovió enormemente el desarrollo de la ciudad, a él se le debe la construcción de los primeros edificios de concreto, siendo estos el Palacio de Gobierno, el Hospital Morelos y la Escuela Belisario Domínguez, además desarrolló la actividad económica promoviendo el establecimiento de cooperativas de trabajadores dedicados a la explotación maderera, del caucho y del chicle, entre otros productos, lo cual motivó el inicio de la emigración hacia Quintana Roo, promovida además para aumentar la población del territorio.

De acuerdo con los postulados de la época, Melgar resolvió retirar todos los nombres de origen religioso a los pueblos y ciudades del territorio, siendo rebautizado Payo Obispo según decreto del 16 de febrero de 1937 con el nuevo nombre de Chetumal.

El 27 de septiembre de 1955, cuando el Huracán Janeth de categoría 5 golpeó la ciudad, destruyéndola casi por completo, a excepción de los edificios de concreto, que fueron los únicos sobrevivientes y causando la muerte de alrededor de 500 habitantes. Tras el paso del huracán, Chetumal fue reconstruido como una ciudad moderna, dejando atrás su antiguo aspecto caribeño. Durante los gobiernos de Aarón Merino Fernández, Javier Rojo Gómez y David Gustavo Gutiérrez el desarrollo continuó estableciendo la luz eléctrica, la pavimentación y las comunicaciones terrestres, además de una gran emigración de otras

partes del país, promovida por el gobierno federal, sobre todo por el de Luis Echeverría Álvarez, con la intención de promover al Territorio Federal en Estado de la Federación, que fue finalmente hecho el 8 de octubre de 1974, constituyéndose Chetumal en la capital del nuevo estado de Quintana Roo. (Chetumal E. , s/f).

## 2.5. Atractivos Turísticos

En Chetumal se pueden encontrar diversos atractivos naturales, culturales y turísticos, que lo hacen un lugar fascinante, por esta razón los viajeros de negocios, así como sus acompañantes podrán aprovechar la estancia en este lugar, explorando sus principales puntos de interés, los cuales se describen a continuación:

**Bahía de Chetumal:** es el cuerpo marítimo más representativo de la Ciudad, el cual le proporciona a los visitantes no solo un bello paisaje, sino distintas oportunidades para ser cautivados por sus atractivos.

A lo largo de todo el *boulevard* se pueden apreciar las distintas facetas de la bahía, ya sea que simplemente busquen refrescarse en el agua, pasear en bicicleta o patines, o se animen a degustar de la deliciosa comida que ofrecen los diversos restaurantes.

Al final del *boulevard* bahía de Chetumal, se encuentra la población de Calderitas, una localidad preferida por los chetumaleños, además de que desde esta comunidad es fácil transportarse a *Tamalcab*, la única isla de la ciudad.

Entre las otras características de la bahía está la conexión con otros puntos aledaños importantes, como el río hondo, que está situado justo en la frontera entre Belice y México y la comunicación que tiene con la población de *Xcalak* a través del canal de Zaragoza. (Chetumal E. , s/f).

La bahía de Chetumal en si es uno de los atractivos más importantes de esta Ciudad y cuenta con playas, islas y más. (Ver figura 4).



Figura 4. Comunicación de la Bahía de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

**La Avenida Héroes:** es uno de los puntos importantes en la Ciudad, en ella se pueden apreciar distintos bustos con las figuras de famosos héroes de la independencia de México, así como algunos monumentos y señalamientos que indican los niveles a los que llegó la inundación provocada por el huracán Janet en 1955, para que los visitantes se den una idea de lo grande que fue este fenómeno natural. Durante muchos años esta avenida fue el sitio principal donde se asentaba el comercio local. Por eso en ella se encuentra la mayor concentración de negocios tanto locales como extranjeros con una gran diversidad de productos, precios y opciones.

Es importante indicar que tras años de desarrollo urbano, la avenida perdió protagonismo en el área comercial lentamente, sin embargo, desde septiembre de 2014, se dio inicio a la remodelación completa de ella, con una inversión de 110 millones de pesos como parte de un plan de restauración de puntos históricos importantes en la ciudad.

El día de hoy, aún se pueden encontrar variedad de establecimientos comerciales a lo largo de esta; zapaterías, tiendas tradicionales de juguetes, artículos importados, bancos, puestos de comida y un mercado donde se puede encontrar desde ropa, calzado, mochilas, juguetes hasta frutas y verduras frescas o carnicerías. (Chetumal H. , 2015). (Ver figura 5).

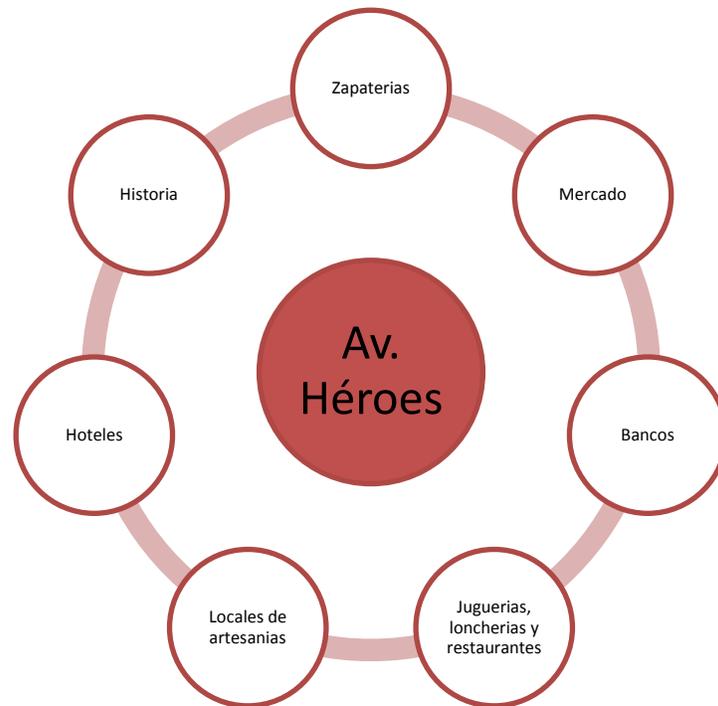


Figura 5. La Av. Héroes. Fuente: Elaboración Propia.

**La Zona Libre de Belice:** es una de las áreas con mayor atractivo comercial y económico a las que Chetumal ofrece acceso dada su cercanía con dicho lugar. Se localiza a 15 m de distancia en automóvil o transporte público, por ello es sencillo para los visitantes darse una vuelta por esta gran área de oportunidad comercial, se encuentra ubicada en el país caribeño, representa un puente logístico sin par para sus vecinos centroamericanos, mayormente para el país de México, ya que por medio de una excelente estrategia de impuestos bajos se pueden adquirir mercancías a precios internacionales y encontrar productos de todas partes del mundo a un excelente precio, además cuenta con diversas áreas juegos para adultos (casinos), los cuales cuentan con restaurantes de comida variada. (Chetumal H. , 2015), (Ver figura 6).

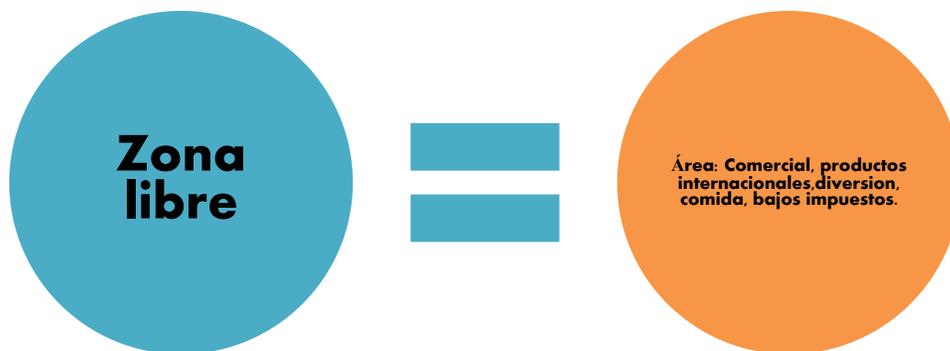


Figura 6. Zona libre. Fuente: Elaboración Propia.

**Zonas Arqueológicas:** a corta distancia de la ciudad de Chetumal, existen una serie de sitios arqueológicos esperando que los visitantes las conozcan y exploren el antiguo mundo maya como nunca antes habían imaginado las más cercanas son: *Oxtankah, Chacchoben, Konhulich, Dzibanché y Kirichná* (Ver figura 7).



Figura 7. Zonas Arqueológicas de Othón P. Blanco. Fuente: Elaboración Propia.

Chetumal, cuenta con seis espacios importantes, que representan parte de su historia, los cuales se describe a continuación:

1. **Museo de la Cultura Maya:** se ubica en el centro de Chetumal en la avenida Héroes, es considerado como el museo más grande y completo del Estado dedicado a la cultura

maya, cuenta con una importante colección de obras auténticas así como reproducciones de piezas clásicas, tiene 8 salas que narran el desarrollo de la cultura maya, sus orígenes, así como varios aspectos de su vida cotidiana, agricultura, comercio, ciencia, tecnología y cosmogonía. Además cuenta con salas para exposiciones temporales, auditorio y jardines.

2. **Museo de la Ciudad:** se encuentra en las instalaciones de la antigua escuela socialista Belisario Domínguez, la exposición está dedicada a la exhibición de fotografías, utensilios y documentos que narran la historia de la fundación de la ciudad, desde sus orígenes en la Guerra de Castas y la llegada de Othón P. Blanco, hasta su desarrollo y época moderna.
3. **Museo del Faro “Federico R. Alcerreca”:** localizado en el *boulevard* Bahía, cuenta con seis salas en las que se promueve la identidad portuaria y marítima de la ciudad, una de las salas es interactiva debido a que cuenta con un simulador de pilotaje de embarcaciones.
4. **Paseo del Arte:** corredor de galerías ubicado en el Centro Cultural de las Bellas Artes, edificio diseñado por el escultor Rómulo Roza. Dentro de las muestras nacionales e internacionales más destacadas se encuentran los grabados del artista español Pablo Picasso, la exhibición de obras del artista michoacano Alfredo Zalce, y la exposición de cuadros realizados por el copista italiano Daniele Ermes Dondè.
5. **Poliforum Cultural Rafael E. Melgar:** inaugurado en 2008 este edificio es sede de exposiciones temporales y muestras de cine, se encuentra sobre la avenida Héroes, en el centro de la Ciudad.
6. **Maqueta de Payo Obispo:** es una maqueta a gran escala construida por Luis Reinhardt Mcliberty que representa a la ciudad de Chetumal en sus orígenes a principios del Siglo XX, cuando recibía el nombre de Payo Obispo y era una pequeña población formada por casas de madera de colores vivos y estilo caribeño (muchas de ellas hoy en pie), con calles de terracería y aljibes en cada casa. Puede ser vista a través de vidrieras y está localizada en el *Bulevard* Bahía junto al edificio del Congreso del Estado. (Chetumal E. , s/f). (Ver figura 8).



Figura 8. Lugares de Interés Turístico de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

La capital del estado de Quintana Roo, posee instalaciones de interés, en las cuales se promueven actividades variadas como: la música, danza, pintura y más. En estos espacios se ofrecen clases y diversos eventos culturales, que favorecen el entretenimiento de la población y de los visitantes.

- **Centro Cultural de las Bellas Artes:** este edificio fue desde 1939-1989, la escuela Belisario Domínguez, considerado el primer colegio, del Estado de Quintana Roo, se trata de un edificio diseñado de forma de Z, con varios frentes, largos corredores y grandes pilares, adornado con bajorrelieves y frisos ornamentales, fue obra del escultor colombiano Rómulo Rozo.
- **Teatro Minerva:** es considerado el teatro más antiguo de la ciudad, se localiza en las instalaciones de lo que fue la escuela Belisario Domínguez, actualmente denominado Centro Cultural de las Bellas Artes. En el recinto se realizan obras de teatro, música, danza, espectáculos infantiles, festivales y conferencias.

En Chetumal, se pueden apreciar diversos monumentos, que poseen un significado importante para esta ciudad, los principales se localizan en el *boulevard* bahía y en las avenidas principales de esta Ciudad, los cuales se mencionan a continuación:

- **Monumento a la Bandera:** se localiza en la explanada del Palacio de Gobierno junto a la Bahía de Chetumal, fue el primer monumento construido en Chetumal, está formado por un obelisco blanco que tiene una carátula de reloj en cada una de sus caras, este reloj fue el primero de su tipo que llegó a Quintana Roo llevado por el Gral. Ignacio A. Bravo, colocado en Santa Cruz de Bravo y cuando esta ciudad fue devuelta a los mayas el reloj se trasladó a Payo Obispo. Bajo cada una de las carátulas del reloj se encuentran

inscritos los nombres de los principales héroes nacionales de las principales luchas de México: la Independencia, la Reforma y la Revolución mexicana.

- **Monumento Cuna del Mestizaje:** fue construido en la entrada de Chetumal, inicialmente en la intersección de la Carretera Federal 186 con la carretera que conduce a Subteniente López y Belice, tiene la forma de una pirámide maya sobre la cual se encuentran las estatuas de Gonzalo Guerrero, su esposa Zazil Há y los hijos de ambos. Este monumento fue removido durante la construcción del distribuidor vial que sustituyó a la glorieta que se encontraba en la intersección de la Carretera 186 y la Carretera a Belice, sin embargo se ubicó más adelante de la entrada de Chetumal y renovado.
- **Monumento a Andrés Quintana Roo:** es dedicado al insurgente en honor de quien recibe su nombre el estado, está ubicado en la división de las avenidas Álvaro Obregón e Insurgentes.
- **Monumento a la Independencia:** se diseñó con una columna sobre la que descansa una representación de la Patria y las estatuas de Miguel Hidalgo, José María Morelos y otros héroes de la Independencia de México, está ubicado en la glorieta formada en el cruce de la avenida Álvaro Obregón y la avenida Andrés Quintana Roo.
- **Monumento a Lázaro Cárdenas del Río:** es una estatua dedicada a este ex presidente de México, a quien se recuerda por haber restablecido el Territorio de Quintana Roo como entidad propia tras su segunda supresión. Está en la glorieta del cruce de la calzada Veracruz y el *bulevard* Bahía.
- **Monumento a Leona Vicario:** es una estatua dedicada a Leona Vicario. Se localiza en la glorieta del cruce de las avenidas Insurgentes y Héroes.
- **Monumento al Pescador:** ha sido uno de los más recientes, es una estatua que representa a un pescador al momento de recoger sus redes, está colocada en un montículo de piedra construido en el interior de la Bahía de Chetumal, junto al *bulevard* Bahía acompañado por una fuente.
- **Monumento al Renacimiento:** es una fuente que recuerda el paso del huracán Janet, ocurrido el 27 de septiembre de 1955. La escultura muestra escombros, casas de madera a la deriva e incluso cadáveres. La destrucción casi total de la ciudad y la pérdida de 700 vidas humanas, convirtieron al huracán Janet en el peor desastre que ha vivido

Chetumal, al grado que los lugareños dividen la historia en "antes y después de Janet". El monumento se encuentra al comienzo del *boulevard* Bahía. (Chetumal E. , s/f), (ver figura 9).

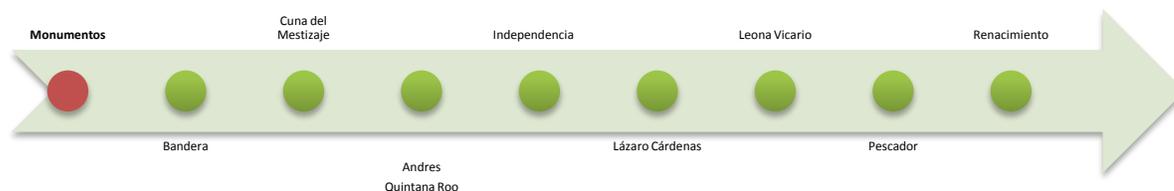


Figura 9. Principales Monumentos de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

En este lugar, destacan cinco parques, que se consideran los más significativos por varias razones, como la antigüedad, la ubicación, sus juegos, las áreas verdes entre otros, además están ubicados en zonas estratégicas, para que cualquier persona pueda pasar un rato agradable, sin embargo con el crecimiento de esta Ciudad, se han ampliado más espacios de recreación en las colonias, pero no se comparan con los que se mencionan a continuación, porque son parques temáticos e históricos:

- **Parque Ecológico:** Se encuentra ubicado en las inmediaciones del Aeropuerto Internacional de Chetumal. Antiguamente albergaba venados pero estos fueron pasados al zoológico de la región. Aquí se pueden ver tortugas, conejos, palomas, entre otros animales, está rodeado por varios árboles de diferentes especies. Aquí también se puede hacer ejercicios como trotar o caminar.
- **Parque Zoológico Biouniverzoo:** recientemente denominado Parque Temático Biouniverzoo, tiene su origen en el año de 1975 por iniciativa del entonces gobernador del estado Jesús Martínez Ross, bajo el nombre de Parque Zoológico Payo Obispo. Reabierto al público a partir de diciembre del 2010, después de una remodelación con un concepto temático basado en la representación y materialización del medio natural de los biomas o paisajes bioclimáticos distintivos

de esta región. Localizado sobre avenida de los Insurgentes a un costado de la Unidad Deportiva del Instituto Tecnológico de Chetumal.

- **Parque del Queso:** es uno de los parques más conocidos de esta Ciudad. Fue remodelado en el 2008 poniéndole un parque para patinadores. Se localiza en la colonia Plutarco Elías Calles. La gente de la región le dio ese nombre porque tiene un juego en forma de queso.
- **Parque de la Alameda:** es uno de los parques más antiguos de la ciudad, ubicado en la avenida Álvaro Obregón a un costado del Palacio Municipal.
- **Parque de los Caimanes:** es un parque arborizado, en su centro se encuentra una fuente que hace referencia a su nombre. También está una casona de madera que es La Casa de la Crónica, cuenta con instalaciones deportivas como canchas de basquetbol y juegos infantiles. (Chetumal E. , s/f). (Ver figura 10).

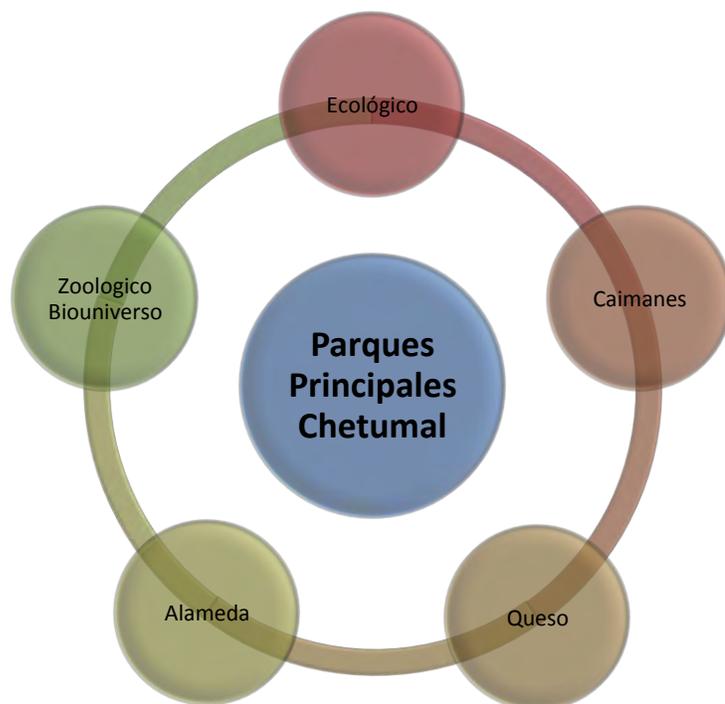


Figura 10. Parques Principales de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

## **CAPITULO III**

### **ANÁLISIS PARA EL IMPULSO DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN CHETUMAL**

#### **3.1. Diagnóstico Turístico de la Ciudad de Chetumal**

A través del presente diagnóstico se busca evaluar las condiciones actuales que guarda Chetumal, para el desarrollo de la actividad turística, en su rama de negocios, mencionando únicamente los elementos para el funcionamiento turístico (oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora).

Con este proceso se definen los factores que afectan positivamente o negativamente a este sitio.

#### **3.2. Oferta de Servicios**

Esta ciudad posee bienes y servicios, que facilitan la estancia de los visitantes y así mismo con ellos permiten el desarrollo del turismo de negocios, por tal motivo se presentan los principales servicios de alojamiento, transporte, alimentación, diversión y más.

##### **3.2.1. Alojamiento**

Los establecimientos de alojamiento que se ofertan en Chetumal, son de diversas categorías, se pueden encontrar precios asequibles, en diferentes ubicaciones, de acuerdo a las necesidades de cada visitante los principales son los siguientes: Azteca, Gandhi, Casa Blanca, Caribe Maya, Brasilia, All Business ABH, Xcalak, Fiesta Inn, Principe, Arges, Pantoja, los Cocos, Fernández, Caribe Princess, Capital Plaza, Villas Bambu, Villanueva, Posada Libertad, Villa Diamante, Ucum, Palma Real, Sol Caribe, City Express Chetumal, Nachancan, México, Oxtankan, Juliet, Marlon y Gran Marlon". (Chetumal H. , 2015).

De estos hoteles, solo 9 cuentan con diversos espacios para reuniones de trabajo y además con todos los servicios para clientes ejecutivos:

1. **Hotel Arges;** es un encantador hotel de 18 años de experiencia que ofrece la mejor comodidad, ubicado estratégicamente en el corazón de Chetumal, se localiza en una zona comercial, política y financiera sobre la avenida principal de la ciudad, se encuentra a sólo unas cuerdas del parque principal de la ciudad, del Palacio de Gobierno y del Boulevard bahía, este hotel es ideal para el turismo de negocios, debido

a que posee 3 salones del cual el más grande tiene capacidad para 700 personas. Aportación del autor (Arges, 2015). (Ver figura 11).

<i>Salón</i>	 Auditorio	 Escuela	 Imperial	 Banquetes	 Herradura
<i>Salón Monte Líbano</i>	700	400	100	420	180
<i>Salón de Juntas I</i>	100	50	40	50	30
<i>Salón de Juntas II</i>	40	30	20	20	20

Figura 11. Salones del Hotel Arges. Fuente: <http://www.hotelarges.com>.

2. **Hotel Fiesta Inn:** está diseñado con el concepto Business Class, sus espacios son funcionales y amigables, conectados e independientes, es uno de los hoteles nuevos, se encuentra ubicado en la Av. Álvaro Obregón No.229 esq. Av. Independencia Col. Centro, dentro de sus instalaciones cuenta con un centro de negocios y un área de grupos y convenciones, que ofrece el servicio de organización eventos especializados y personalizados. (Inn, 2015). (Ver figura 12).



Figura 12. Salones del Hotel Fiesta Inn. Fuente: [www.fiestainn.com](http://www.fiestainn.com).

3. **Hotel los Cocos:** se localiza en la Av. Héroes #134, Col. Centro, es el hotel más antiguo de Chetumal, se encuentra frente al Centro Cultural de las Bellas Artes, a tan solo 100 metros del Museo de la Cultura Maya y a sólo unas cuerdas del parque principal de la ciudad, del Palacio de Gobierno y del Boulevard costero a orillas de la bahía, cuenta con 5 salones para diversas reuniones: Chactemal, Mestizaje, Gonzalo Guerrero, Copra y Zazil-Ha. (Cocos, 2015). (Ver la figura 13).



Figura 13. Salones del Hotel los Cocos. Fuente: [www.hotelloscocos.com.mx](http://www.hotelloscocos.com.mx).

4. **Hotel Príncipe:** Cuenta con 77 habitaciones y 2 Junior Suites, todas equipadas con televisión a color, sistema de cable, teléfono, internet inalámbrico, elevador, aire acondicionado, restaurante de comida regional, servicio de salones para usos múltiples con capacidad de 10 hasta 200 personas, alberca y estacionamiento, se ubica en la Av. Héroes No. 326, entre Laguna de Bacalar y Bugambilias. (Arges, 2015).
5. **Hotel Capital Plaza:** se encuentra en la Av. Héroes 171 A Col. Centro, es reconocido en la ciudad por su convergencia de servicios, comodidad y nuevas tecnologías, que le han merecido ser elegido en diversas ocasiones como el establecimiento hotelero ideal para los viajeros de negocios, entre los principales productos que ofrecen para este segmento se encuentran: los salones para reuniones, internet, eventos corporativos, centro de negocios, servicios de impresiones, envío de fax, préstamo de proyector, renta de pantallas, rotafolio, audio, micrófonos, *coffee break*, bocadillos, canapés y menú

ejecutivo y tiene un total de cuatro salones, el cual el más amplio tiene capacidad para recibir hasta 1000 personas. (Plaza, 2015), (Ver en la figura 14).

	Auditorio	Herradura	Escuela	Imperial	Tablón	Mesa
Salón 1	20	-	-	-	20	-
Salón 2	80	40	50	40	70	60
Salón 3	150	70	100	70	150	120
Salón 4	1000	-	250	-	750	550

Figura 14. Salones del Hotel Capital Plaza .Fuente: [www.capitalplaza.mx](http://www.capitalplaza.mx).

6. **Hotel Villanueva:** es un hotel de cuatro estrellas, cuenta dentro de sus instalaciones con dos salones para eventos con capacidad de hasta 150 personas (dependiendo del modo de montaje que se requiera). Las mesas, sillas, mantelería y equipo de sonido básico van incluidos con la renta del salón, y si requiere de algún servicio o equipo extra (servicio de coffee break, equipo audiovisual, entre otros), tiene costo adicional. Estos salones son excelentes para conferencias, talleres, banquetes, bodas, congresos, entre otros, está ubicado, en la Av. Carmen Ochoa de Merino con Cinco de Mayo, Col. Centro. (Villanueva, 2015).
7. **Hotel All Business ABH:** es un hotel de lujo con arquitectura minimalista, además ofrece servicios y accesibilidad para eventos de negocios, ubicado en el centro de la ciudad, donde se encuentran las principales sucursales bancarias, oficinas de gobierno, el museo de la cultura maya, la avenida comercial principal, y el *bulevard* bahía de Chetumal, cuenta con gimnasio, con 2 salones Costa Maya (40 personas) y Maya Moo (120 personas), cobertura de internet inalámbrico, cortesía de computadoras para consulta y estacionamiento. (Hotel All Business 2016), (Ver figura 15).

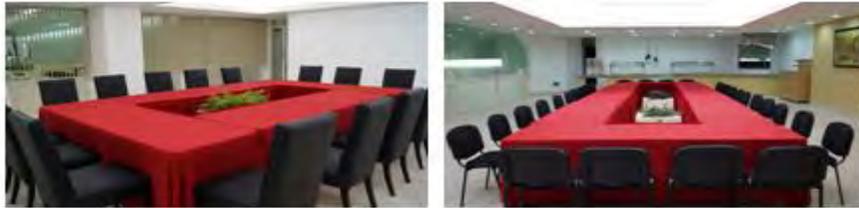


Figura 15. Salones del Hotel ABH. Fuente: [www.abh.com.mx](http://www.abh.com.mx).

8. **Hotel City Express:** Es uno de los hoteles modernos y nuevos de esta Ciudad, pertenece a una cadena hotelera prestigiada, se encuentra en la categoría de 4 estrellas, ubicado en la Av. Insurgentes Km. 5.025, Col. Emancipación, a un costado de la famosa Plaza las Américas, ofrece los siguientes servicios; 109 habitaciones, estacionamiento, restaurante, lavandería, gimnasio, tintorería, trasportación, *room service*, tv con cable y una sala de juntas con capacidad de hasta 40 personas. (Hotel City Express Chetumal, 2016), (Ver figura 16).



Figura 16. Sala de Juntas del Hotel City Express. Fuente: [www.cityexpress.com](http://www.cityexpress.com).

9. **Hotel Grand Marlon:** este hotel es de 4 estrellas, se encuentra ubicado en la Av. Juárez, Col. Centro, ofrece los siguientes servicios; 34 habitaciones, restaurante, estacionamiento, *gym*, *boutique spa* y un salón de eventos con capacidad para 60, personas. (Hotel Grand Marlon, 2016), (Ver figura 17).



Figura 17. Sala de juntas del Hotel Grand Marlon. Fuente: [www.hotelesmarlon.com](http://www.hotelesmarlon.com).

Es importante mencionar, que todos estos hoteles se clasifican por el número de salones, estrellas y habitaciones (Ver figura 18).

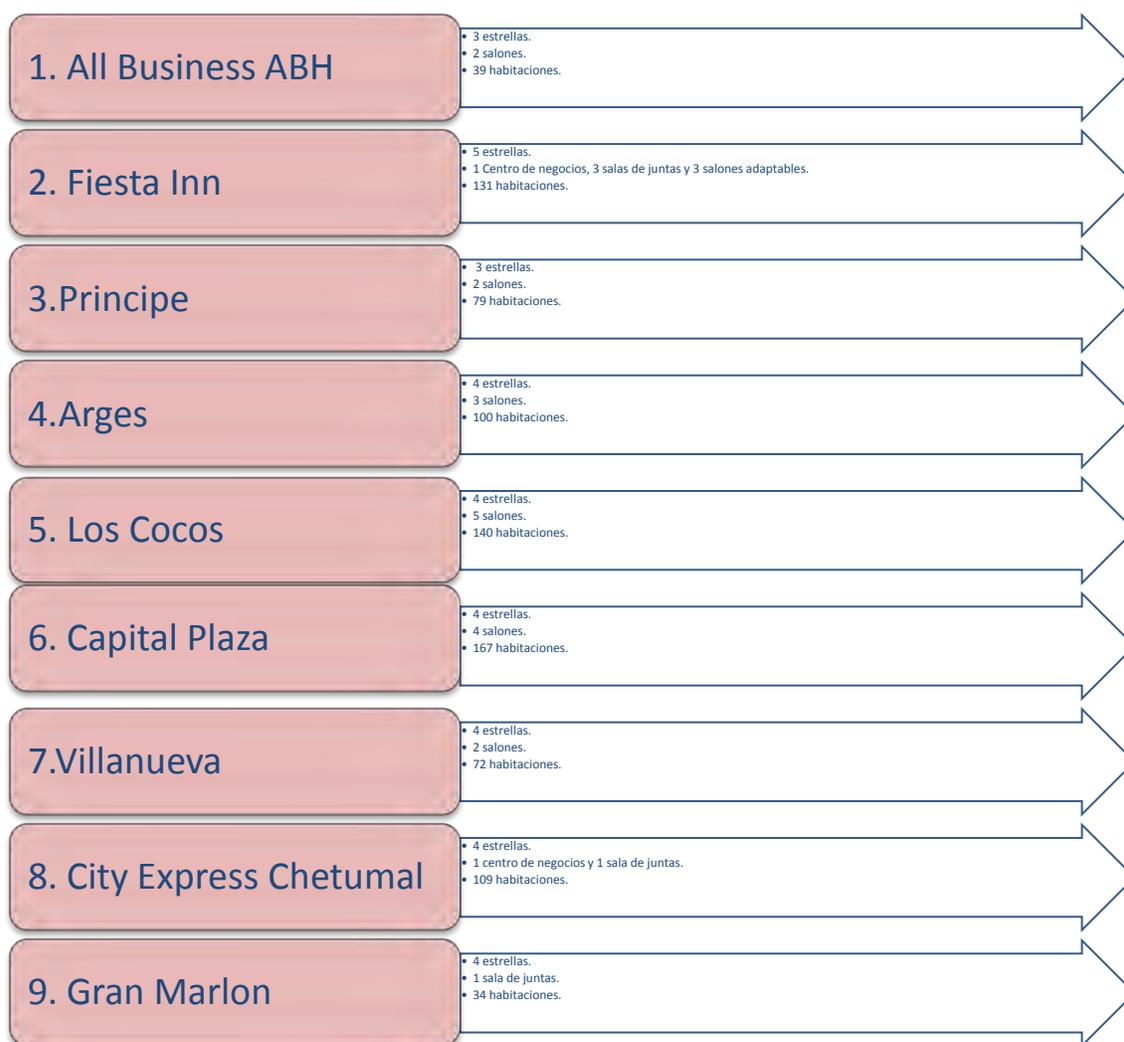


Figura 18. Hoteles Ejecutivos de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

### 3.2.2. Otros Servicios

En esta ciudad capitalina, podemos encontrar también diversos espacios para la recreación y esparcimiento de los visitantes.

- **Bares y antros:** los más conocidos son; Cat's, Rock Shot's Café, Monkeys Bar, OM Lounge Bar, Club Candy, Carpen Diem, Voodoo Child (Destinos, 2015), (Ver figura 19).

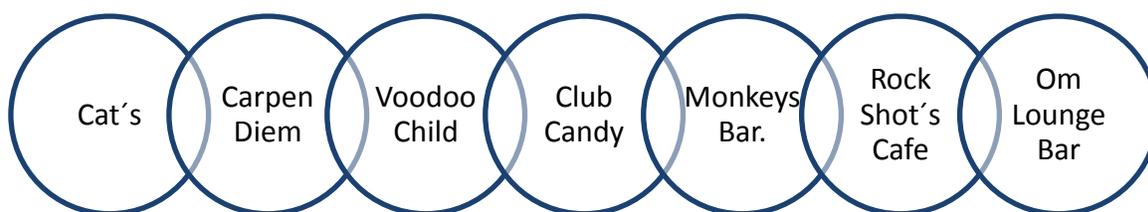


Figura 19. Discotecas de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

- **Cines:** actualmente se cuenta con dos Cinepolis y Cinemex, los cuales están ubicados en los principales centros comerciales de esta Ciudad (Ver figura 20):

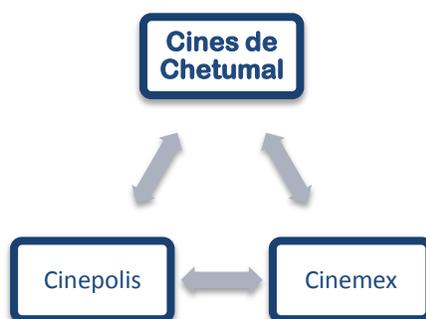


Figura 20. Cines de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

Es importante mencionar, que estos espacios también son utilizados para eventos empresariales, por el tipo de equipamiento que poseen (asientos en forma de auditorio y pantallas).

Además, esta Chetumal cuenta con otros servicios como bancos, hospitales, agencias de viaje, restaurantes, los cuales permiten una mejor estancia en esta Ciudad:

- **Bancos:** los principales son; Banorte, Banamex, del Comercio Quintana Roo SA, del Sureste SA, Ejército de Fuerza Aérea y Armada, Mexicano SA, Nacional de Obras y Servicio Público, Nacional Monte de Piedad, Banejercito SNC, Banobras SA, Banpais SA, Banurbano, BBVA Bancomer, Centro Bancario de Chetumal AC y Scotiabank, (Chetumal B. d., 2015).
- **Hospitales públicos;** se cuenta con los siguientes; Hospital General de Chetumal, Hospital Materno Infantil Morelos, Hospital General de Zona 1 del IMSS, Clínica Hospital del ISSSTE, Hospital Militar de Zona y el Sanatorio Naval (Salud, 2014), (Ver figura 21).

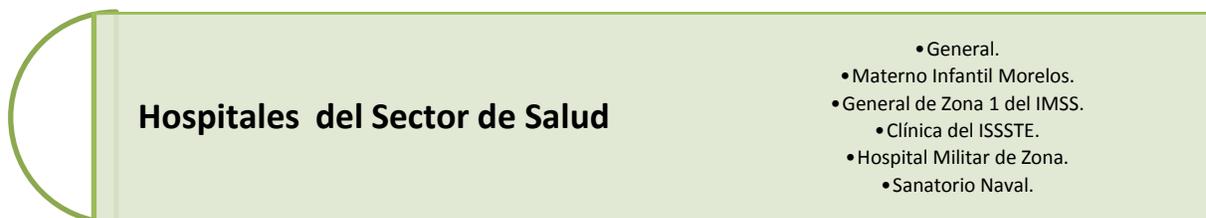


Figura 21. Hospitales del Sector Salud de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

- **Agencias de viaje:** se encuentran formalizadas ocho; Turística Maya de Quintana Roo, Sijil Viajes, Lu'mil Tours, Exel Tours Chetumal, Emotions Travel & Tours, Costa Maya Travel Services, Bacalar Tours y Viajes Premier. (Local, 2015).

Ese servicio es muy importante porque gracias a ellas se pueden organizar eventos con todos los servicios incluidos que van desde la renta de los hoteles, el transporte, los salones para las reuniones, los alimentos y la logística en general.

- **Restaurantes;** se han reconocido 120 locales en Chetumal y Calderitas, en los cuales se puede encontrar variedades de comidas: tradicionales, mexicanas, mariscos, por mencionar algunas (CANIRAC, 2015).

### 3.3. Demanda

La mayoría de los visitantes que se reciben en Chetumal, son empresarios, proveedores, burócratas, autoridades y políticos de los diversos municipios de esta Entidad, de los Estados vecinos (Campeche y Yucatán) y del País de Belice entre otros, quienes viajan por lo menos una vez al mes para asistir a las diversas actividades de trabajo e incluso vienen a comprar y promover algún producto. (Ver figura 22).



Figura 22. Demanda de Visitantes en Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

Estas personas, normalmente consumen servicios de hospedaje, alimentación y transporte, gastan en promedio entre 600 a 1200 pesos diarios, que es lo que equivale a un viatico ordinario de gobierno, aunque esta cantidad puede variar dependiendo la empresa o dependencia a la que representen y el nivel adquisitivo de cada turista.

Así mismo, es importante mencionar que los tipos de visitantes que frecuentan este lugar, realizan de 1 a 2 días de estancia, debido a que la mayoría de las veces los eventos son breves.

### **3.4. Infraestructura**

En cuanto a la infraestructura de esta ciudad, se menciona una de las más significativas que son sus vías de comunicación: terrestre, aérea y marítima, las cuales le permiten mantener contacto con el resto del país y el mundo.

#### **3.4.1. Red Carretera**

Esta se comunica con la Carretera Federal 186, de la que es punto terminal, la cual tiene su origen en Villahermosa, Tabasco, desde donde enlaza con Escárcega y *Xpujil*, Campeche y desde ahí hasta Chetumal, es la principal vía de comunicación con la Ciudad de México y el resto del país, así como con las poblaciones del municipio de Othón P. Blanco, entre las cuales se encuentran *Xul-Há*, Carlos A. Madrazo y Nicolás Bravo. La carretera se encuentra en proceso de modernización para convertirse en una autopista de cuatro carriles. La segunda carretera en importancia es la que comunica con la ciudad de Cancún, la Carretera Federal 307, que aunque formalmente no llega a entrar en la ciudad, debido a que entronca con la Carretera 186 a unos 15 km de la Capital, su importancia es muy alta, por esta carretera Chetumal tiene comunicación hacia el norte del Estado, con las principales zonas turísticas como Tulum, Playa del Carmen, así como Mérida, Yucatán, además de las poblaciones de Bacalar y Mahahual, también dos carreteras estatales comunican a Chetumal con poblaciones cercanas, la más importante es la que conduce a Subteniente López desde la carretera 186 y de ahí a la Frontera con Belice. Esta carretera es la principal vía de comunicación e intercambio comercial entre México y Belice, donde se encuentra en operación un nuevo puente internacional. Una segunda carretera estatal comunica a Chetumal al norte con las comunidades de la rívera de la Bahía de Chetumal, la primera de las cuales es Calderitas, población que se encuentra prácticamente conurbada con Chetumal, desde ahí la carretera continúa hacia la zona arqueológica de Oxtankah y las comunidades de Laguna Guerrero, Luis Echeverría Álvarez y Raudales. (Chetumal E. , s/f).

En Chetumal existe una terminal de autobuses que pertenece al ADO, donde se ofrecen servicios de diversas líneas, que comunican con diferentes destinos que van desde la península de Yucatán hacia el centro y sur del País (ADO, 2015), (Ver figura 23).

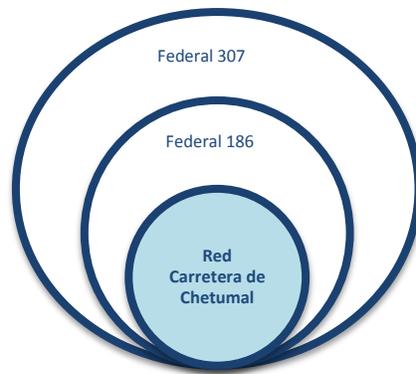


Figura 23. Red Carretera de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

### 3.4.2. Red Marítima

Posee un puerto marítimo que traslada gente y carga del País de Belice, el cual está conformado por una poligonal que tiene una superficie total de 46,486.64 m<sup>2</sup>, así mismo, posee un área de tierra de 5,716.69 m<sup>2</sup> y de agua de 33,814.66 m<sup>2</sup> (APIQROO, 2015), (Ver figura 24).



Figura 24. Red Marítima de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

### 3.4.3. Red Aérea

Posee un aeropuerto internacional con capacidad de 102 lugares, que ofrece servicio de restaurante, de taxis y alquiler de autos, cuenta con dos aerolíneas: Intejet y Volaris, así mismo tiene un aeródromo para la recepción de aviones a corto plazo (Salud, 2014), (Ver figura 25).

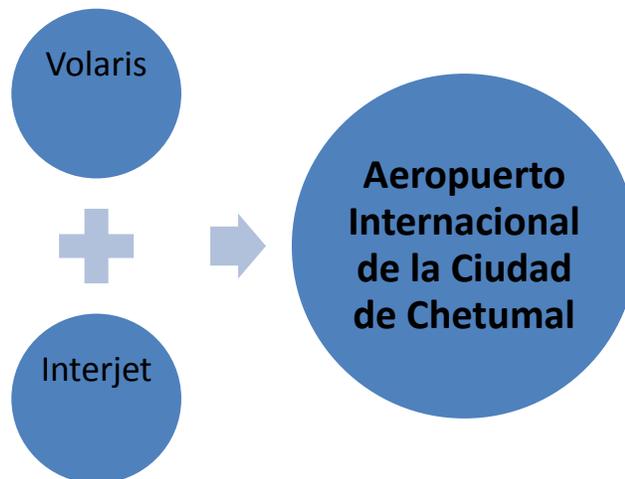


Figura 25. Red Aérea de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

#### 3.4.4. Recintos Sociales

Otro aspecto favorable en Chetumal son sus espacios asignados para reuniones, ferias y congresos, los principales se enlistan a continuación:

**1. Cuna del Mestizaje;** se localiza en el anexo al Palacio de Gobierno y está destinado únicamente para reuniones con autoridades importantes que convoque el Gobernador en turno, el nombre lo recibe por una colección de cuadros del pintor chetumaleño Elio Carmichael, en los que se describe la epopeya de Gonzalo Guerrero desde su arribo accidental a esta zona, su encuentro con la cultura maya, su matrimonio con una mujer principal de la provincia prehispánica de Chatecmal, el nacimiento de sus hijos, primeros mestizos producto de un matrimonio legitimado por el culto indígena y finalmente su renuncia a la cultura occidental, a sus compatriotas y su arraigo a esta tierra (Estado P. d., 2015), (Ver figura 26).



Figura 26. Reunión de trabajo en el Salón Cuna del Mestizaje. Fuente: <http://vocero.qroo.gob.mx> .

**2. Vestíbulo del H. Congreso del Estado de la XIV Legislatura;** es un espacio exclusivo para eventos de esta dependencia y tiene capacidad para 400 personas (Estado C. d., 2015), (Ver figura 27).



Figura 27. Evento en el Vestíbulo del H. Congreso del Estado. Fuente: <http://www.capa.gob.mx>.

Sin embargo estos espacios son exclusivos para actividades que convocan el Gobierno Estatal (Ver figura 28).

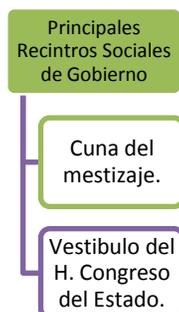


Figura 28. Principales Recintos Sociales de Gobierno del Estado. Fuente: Elaboración Propia.

Por otra parte, existen cinco lugares que son administrados por dependencias públicas, pero se rentan para todo tipo de eventos (conferencias, inauguraciones, celebraciones importantes, talleres, congresos, ceremonias de graduación y conmemorativas entre otros, los cuales se describen a continuación:

**1. Centro Internacional de Negocios y Convenciones;** se encuentra ubicado en el Boulevard Bahía, este complejo es símbolo de la apuesta de Chetumal por la modernización, rindiendo homenaje a sus raíces mayas, es una obra del gran arquitecto mexicano Pedro Ramírez Vázquez, autor del Estadio Azteca, el Museo Nacional de Antropología o la Basílica de Guadalupe, posee una superficie de 29,743m<sup>2</sup>, cuenta con

un gran salón divisible con capacidad de hasta 2,500 personas y varios salones de conferencias para 100, 150 y 200 personas, su equipamiento incluye locales comerciales, cocinas, áreas de servicio, camerinos y entre otros (Maya, 2015), (Ver figura 29).



Figura 29. Centro Internacional de Negocios y Convenciones de Chetumal. Fuente: <http://sipse.com/novedades/chetumal-incluido-en-tianguis-turistico-2014>.

**2. Salón Bellavista del Centro Social Andrés Quintana Roo;** el cual se encuentra ubicado en el Blvar. Bahía s/n, tiene una capacidad de recibir hasta 800 personas (Mayor, 2015), (Ver figura 30).



Figura 30. Evento en el Salón Bellavista. Fuente: <http://noticaribe.com.mx>.

### 3. Teatro Constituyentes del 74; originalmente este inmueble funcionó como auditorio del



Figura 31 Teatro Constituyentes del 74.  
Fuente: [www.panoramio.com](http://www.panoramio.com).

Instituto de la Juventud. En 1974 fue declarado recinto oficial de la Legislatura Constituyente para realizar los trabajos de redacción y expedición de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo. En 1996 fue reinaugurado con el nombre actual y el 7 de mayo de 2007 es declarado Patrimonio Histórico del Estado, es un espacio destinado para presentación de obras de teatro, conferencias,

danza, conciertos musicales, eventos de gobierno, graduaciones por mencionar algunos, cuenta con 489 butacas, se ubica en la Avenida Calzada de Veracruz 59, esquina con Álvaro Obregón, Col. Centro, C.P. 77000, en el municipio de Othón P. Blanco, Quintana Roo, cuenta con baños y exposiciones. Aportación del autor (SEyC, 2015), recuperado de <http://www.mexicoescultura.com/recinto>. (Ver figura 32).

### 4. Auditorio del Planetario *Yook'ol Kaab*;

significa (Nuestro Universo), se inauguro en noviembre de 2011, como producto del programa de Fondos Mixtos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, su principal objetivo de este espacio es divulgar la astronomía y ciencias afines para fortalecer el interés de los estudiantes y público en general en la ciencia, motivando el pensamiento creativo y fortaleciendo el sistema educativo de nuestro país, tiene un diámetro de 12 metros,



Figura 32. Planetario de Chetumal. Fuente: <http://sipse.com/novedades/planetario-de-chetumal-olvidado-105547.html>.

cuenta con un observatorio de 4 metros, con capacidad para 190 personas, 2 salas anexas, una para exposición permanente con cosmovisión Maya y otra para exposiciones temporales o usos múltiples (COQCYT, 2015). (Ver figura 32).

**5. Centro de Convenciones del Expofer:** se encuentra ubicado en las instalaciones de la Feria de la Frontera Sur, se usa para diversos eventos religiosos, bailes, exposiciones, congresos, movimientos políticos y más, tiene una capacidad para 1200 personas, es administrado por el H. Ayuntamiento de Othón P. Blanco (OPB, s/f). (Ver figura 33).



Figura 35. Evento social en el Centro de Convenciones del Expofer. Fuente: <http://www.periodistasquintanaroo.com>.

Las reuniones de negocios son importantes para el Gobierno del Estado de Quintana Roo, por esta razón, la mayoría de las dependencias cuentan con una sala de juntas dentro de sus instalaciones, en donde constantemente se convoca diferentes autoridades locales, así como de diversos municipios y Estados vecinos. Otros que participan en la organización de eventos masivos son las escuelas de nivel medio superior y superior las cuales en sus mismos edificios tienen áreas deportivas (domos), teatros y auditorios para realizar sus propias actividades, que muchas veces se facilitan entre sí. (Ver figura 34).

<b>Recintos Sociales Públicos</b>				
<b>Centro Internacional de Negocios y Convenciones de Chetumal</b> (2500 personas).	<b>Teatro Constituyentes del 74</b> (489 butacas).	<b>Salón Bellavista</b> (800 personas).	<b>Centro de Convenciones del Expofer</b> (1200 personas).	<b>Auditorio del Planetario Yook'ol Kaab</b> (190 personas).

Figura 34. Recintos Sociales Públicos de Chetumal. Fuente: Elaboración Propia.

### **3.5. Gobernanza**

Sin embargo para que el Turismo Negocios se desarrolle en la ciudad de Chetumal, existen organismos federales, estatales, municipales, privados y escuelas, así como planes y normas que se encargan de ejecutar y regular esta actividad, para que haya un equilibrio entre la comunidad receptora y la demanda, las principales se enlistan a continuación:

#### **3.5.1. Organismos Federales.**

- ❖ Fomento Nacional del Turismo.
- ❖ Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.
- ❖ Sistema Nacional de Información Estadísticas del Turismo en México.
- ❖ Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- ❖ Instituto Nacional de Migración.
- ❖ Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- ❖ Consejo de Promoción Turística de México.
- ❖ Política Nacional Turística.
- ❖ Registro Nacional del Turismo.
- ❖ Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- ❖ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
- ❖ Sistema de Operación Migratoria.
- ❖ Micro Pequeñas y Medianas Empresas.
- ❖ Sistema de Evaluación y Destinos Turísticos
- ❖ Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México.
- ❖ Registro Nacional del Turismo.
- ❖ Sistema Integral de Operación Migratoria.
- ❖ Organización Mundial del Turismo.

#### **3.5.2. Organismos Estatales**

- ❖ Secretaría de Desarrollo del Turismo.
- ❖ Secretaría de Ecología y Medio Ambiente.
- ❖ Secretaría de Educación y Cultura del Estado.
- ❖ Servicios Estatales de Salud.
- ❖ Secretaría de Infraestructura y Transporte del Estado.

- ❖ Secretaría de Seguridad Pública del Estado.
- ❖ Secretaría de Planeación y Desarrollo Regional del Estado.
- ❖ Secretaría de Desarrollo Económico.
- ❖ H. Congreso del Estado.

### **3.5.3. Organismos Municipales**

- ❖ Honorable Ayuntamiento de Othón Pompeyo Blanco: Comisión de Turismo y Medio Ambiente municipal, Comisión de Espectáculos y Diversiones Municipal, Comisión de Desarrollo Urbano y Transporte Municipal, Comisión de Obras y Servicios Públicos Municipales, Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, Dirección General de Obras Públicas, Desarrollo Urbano y Ecología Municipal, Dirección de Desarrollo Urbano Municipal, Dirección de Ecología Municipal, Dirección de Servicios Públicos Municipales y la Policía Municipal.

### **3.5.4. Asociaciones**

- ❖ Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos del Centro y Sur de Quintana Roo
- ❖ Cámara Nacional de la Industria Restaurantera.
- ❖ Administración Portuaria Integral de Quintana Roo S.A. de C.V.
- ❖ Consejo Coordinador Empresarial del Caribe A.C.
- ❖ Consejo Empresarial de Quintana Roo, A.C.

### **3.5.5. Escuelas de Nivel Superior**

- ❖ Universidad de Quintana Roo.
- ❖ Instituto Tecnológico de Chetumal.

### **3.5.6. Planes**

- ❖ Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.
- ❖ Plan Quintana Roo 2011- 2016, Programa Sectorial de Diversificación y Desarrollo Integral del Turismo.
- ❖ Plan de Desarrollo Turístico Municipal.
- ❖ Plan Visión 2025.

### **3.5.6. Programas**

- ❖ Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.

### 3.5.7. Normas

- ❖ Normas Oficiales Expedidas por la Secretaría de Turismo.

### 3.5.8. Leyes

- ❖ Ley Federal del Turismo.
- ❖ Ley Orgánica del Municipio.
- ❖ Ley de Planeación y Ordenamiento Urbano.
- ❖ Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente.

## 3.6. Análisis FODA

En este estudio se busca analizar las ventajas competitivas que tienen la ciudad de Chetumal, en función de su mercado de turismo de negocios, para ello se resaltan sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se posee para el desarrollo de esta actividad.

### 3.6.1. Fortalezas

Chetumal tiene características particulares, que la distinguen de otras ciudades, sus fortalezas son de diversos tipos, tanto políticas, legales, sociales, naturales y tecnológicas, las cuales se deben impulsar para un mejor aprovechamiento, por ello se detallan a continuación:

- Su principal actividad económica es el gobierno, esto significa que la mayoría de las personas que aquí viven trabajan para él.
- En esta ciudad se encuentra las oficinas del Sr. Gobernador del Estado, por lo anterior, diversas autoridades de otros lugares viajan a eventos o reuniones convocados por él.
- De los 11 municipios de Quintana Roo, en Othón P. Blanco se encuentra la capital del Estado, por lo anterior, la mayoría de las dependencias públicas se localizan en esta Ciudad.
- Esta localidad tiene relaciones estrechas con el país de Belice, por su ubicación geográfica, así como por su zona comercial, con ellos atrae a los turistas y empresarios de otros lugares.
- Chetumal se localiza en uno de los Estados más deseados por el turismo internacional.
- Tiene 3 formas de acceso (terrestre, marítimo y aéreo).

- Los organismos del gabinete estatal realizan por lo menos 1 vez a la semana un evento protocolario en donde convocan autoridades locales y externas.
- La mayoría de los hoteles tienen convenios con las dependencias de gobierno.
- Oferta de alojamiento hotelero de calidad.
- El flujo de autoridades de Municipios de Quintana Roo, Estados y Países es constante.
- Amplia variedad de recursos naturales.
- Importantes monumentos históricos.
- Ricas atracciones culturales.
- Amabilidad y hospitalidad de la gente local.
- Esta actividad mejora la ocupación hotelera en las temporadas bajas.
- Cuenta con el respaldo del gobierno.
- Posee la infraestructura adecuada para impulsar esta actividad.
- Los precios de los diversos servicios (hospedaje, transporte, alimentación, entretenimiento y compras) son accesibles y variados, para todo tipo de visitantes.
- Amplia oferta de restaurantes.
- Los hoteles y recintos sociales tienen cercanía con el aeropuerto, la terminal marítima y terrestre.
- Las carreteras nacionales están en buen estado.
- Acuden turistas en su mayoría de su nivel socio económico medio y alto.
- Tiene servicios turísticos accesibles.
- El flujo de visitantes es constante.
- Tiene una oferta complementaria de atractivos turísticos.

### **3.6.2. Oportunidades**

Las oportunidades de la ciudad de Chetumal, se deben resaltar para potencializarlas y aprovecharlas, las más importantes son las siguientes:

- Nueva actividad económica.
- Disminución del desempleo.
- Aumento de recursos financieros.
- Apertura a las inversiones turísticas.
- Mejora de la imagen de la Ciudad.

- Captación de divisas.
- Los empresarios buscan asistir a sus reuniones de trabajo.
- Fortalecimiento los esfuerzos binacionales.
- Cuenta con organismos de gobierno federal, estatal, municipal y otros que velan por su impulso.
- Tiene el respaldo de 3 planes de desarrollo (Plan Gran Visión Quintana Roo 2025, Plan Quintana Roo 2011-2016 y Plan de Desarrollo Municipal de O.P.B).
- Desarrollo del Turismo de Incentivos.
- Sector de continua expansión.
- Ciudad con capacidad de sobra para crecer en la organización de eventos.

### **3.6.3. Debilidades**

Las debilidades de Chetumal se basan en detalles pequeños que si no se corrigen en el momento, pudieran afectar a largo plazo el desarrollo de esta actividad. Lo importante es detectarlas, trabajar en ellas y eliminarlas para que no sean un obstáculo, por esta razón se indican las más sobresalientes:

- Pocos hoteles y de baja capacidad.
- No se tiene suficientes salones o recintos públicos para realizar eventos masivos.
- El aeropuerto internacional de esta localidad, solo posee dos aerolíneas, de las cuales únicamente la más antigua (interjet) sale diario y la nueva (volaris) 3 veces a la semana.
- Falta de conexiones aéreas directas con otros países.
- La gente local no está capacitada para brindar servicios turísticos masivos.
- No tiene promoción a nivel nacional e internacional.
- Existen pocas actividades de entretenimiento.
- La mayoría de las reuniones de negocios son coordinadas por personas inexpertas.
- Las agencias de viajes no se dan abasto para organizar varios eventos simultáneamente.
- Falta visión de las autoridades estatales y municipales para hacer crecer esta actividad.
- Las políticas de coordinación en materia de seguridad pública son muy escasas.

- Crecimiento poblacional.
- Deterioro y abandono de los edificios históricos.
- Contaminación de la Bahía.
- Transporte público deficiente.
- Bajo nivel de satisfacción del turista.
- Solo duermen 1 o 2 noches en esta localidad.
- Elevada dependencia del gobierno local y regional para la promoción de este destino.
- La renta de los espacios para eventos es muy elevada.

#### **3.6.4. Amenazas**

Son varias las amenazas que se pudieran dar con el desarrollo del turismo de negocios en esta Ciudad, por ello se resaltan las principales:

- Viajes breves de pocos días.
- Mayor exigencia en la calidad de las instalaciones
- Viajeros muy especializados que saben lo que quieren.
- Turistas con bajo nivel de gasto.
- Escaso apoyo a los pequeños empresarios.
- Se corre el riesgo que se agoten los recursos naturales, por la construcción de nuevos recintos sociales.
- Crecimiento acelerado de esta ciudad en cuanto su infraestructura, población y otros.
- Aumento de la inseguridad, debido a que un lugar aglomerado no es el mejor lugar para viajar.
- Tras culturalización.
- Dependencia económica por esta actividad.
- Aumento de enfermedades por visitas infectadas.
- Dificultades de coordinación por parte del gobierno del estado y con los empresarios.
- Desplome del turismo de negocios y del turismo en general.
- Violaciones de las normas de turismo.

- Deterioro de la imagen urbana.
- Bajo presupuesto para inversionistas en turismo.
- Proximidad a dos ciudades líderes en el turismo de negocios Cancún y Mérida.

## **CAPITULO IV**

### **EJEMPLO DE CASO DE ÉXITO ALREDEDOR DEL TURISMO DE NEGOCIOS**

El turismo de negocios ha destacado alrededor del mundo y principalmente en la comunidad española, debido a su alta experiencia ha logrado dominar esta área a nivel internacional, alcanzando una madurez significativa en las reuniones y ferias, debido a que es capaz de organizar eventos de mayor envergadura, así es que se debe tomar como referencia para las ciudades que se encuentran en los inicios de esta actividad.

Además es importante resaltar que España tiene las características cuantitativas que sobresale entre otros países, ocupa un lugar destacado: “El Tercer lugar, por detrás de EEUU y de Alemania en la clasificación ICCA (Internacional Congress and Convention Association) y el quinto lugar, por detrás de EEUU, Francia, Singapur y Japón en la clasificación UIA (Unión of International Associations)”. Aportación del autor (Miguel Flamarich, 2011, pág. 62).

Por esta razón, se realiza una comparación significativa de la ciudad de Chetumal y la Metrópolis de Málaga, dado que ambas promueven el turismo de negocios en niveles distintos.

#### **4.1. Descripción General de la Ciudad de Málaga**

Esta es una ciudad y un municipio de España, capital de la provincia homónima y ubicada en la comunidad autónoma de Andalucía. Con una población de 572.947 habitantes en 2015, Málaga es la sexta ciudad más poblada de España, la segunda de Andalucía y la número cuarenta y seis de la Unión Europea, así como la mayor de entre las que no son capitales autonómicas. Además, es la zona urbana más densamente poblada de la conurbación formada por el conjunto de localidades que se sitúan a lo largo de 160 km de la Costa del Sol y el centro de un área metropolitana, que sobrepasa sus límites municipales, abarcando otros 12 municipios que suman 987 813 habitantes censados. Se estima, no obstante, que Málaga es la quinta área metropolitana de España, donde viven más de 1 millón de personas. Está situada en el extremo oeste del mar Mediterráneo y en el sur de la península ibérica, a unos 100 km al este del estrecho de Gibraltar. Su término

municipal ocupa una extensión de 398,25 km<sup>2</sup> que se extienden sobre los Montes de Málaga y el Valle del Guadalhorce. La Ciudad está situada en el centro de una bahía rodeada de sistemas montañosos, dos ríos, el Guadalmedina y el Guadalhorce, la atraviesan desembocando en el Mediterráneo. Aportación del autor (Málaga, S/F).

#### **4.2. Historia de la Ciudad de Málaga**

Es una de los sitios más antiguos de España, con mucha historia, sin embargo se mencionara únicamente lo más sobresaliente.

Fue marcado por su situación a las orillas del mar Mediterráneo en la Península ibérica. En el lugar donde se asienta existía un poblamiento bástulo, con base al cual los fenicios fundaron la colonia de *Malaka*, también tuvo conquista árabe, por lo cual se convirtió en una ciudad amurallada. 1487 fue reconquistado por los reyes católicos.

Durante el siglo XVII la ciudad vivió en una época de inestabilidad, alternando periodos de bonanza económica e intenso tráfico mercantil interrumpidos por epidemias, inundaciones, terremotos y malas cosechas, además con la llegada del siglo XVIII la ciudad inicia una era dorada de gran prosperidad y crecimiento. Durante gran parte del siglo XIX, Málaga fue una de las ciudades más levantiscas del país, contribuyendo decisivamente al triunfo del liberalismo en España. Fue pionera en la península con el inicio de la Revolución industrial, llegando a ser la primera ciudad industrial de España. Durante el último tercio del siglo se producen disturbios y se declara el Cantón de Málaga, que presagiaría la grave crisis económica que se inició a partir de 1880. La crisis hace cerrar las fundiciones malagueñas y vino acompañada por el derrumbe la industria azucarera y la plaga de filoxera, que hundió al viñedo malagueño. A principios del siglo XX constituyen una etapa de reajustes económicos en los que se produce un progresivo desmantelamiento industrial y una fluctuante evolución de la actividad comercial. Depresión económica, conflictividad social y dominación política hacen posible que el republicanismo y el movimiento obrero afiancen sus posiciones.

En 1931, al inicio de Segunda República Española, tiene lugar la trágica quema de conventos, y en 1933 fue elegido el primer diputado del Partido Comunista por la circunscripción de Málaga capital. En febrero de 1937 el ejército nacional, con la ayuda de los voluntarios italianos y a las órdenes del general Gonzalo Queipo de Llano, lanzó una ofensiva contra la ciudad que fue ocupada el día 7 de febrero. La represión del ejército

franquista en Málaga fue una de las más duras y crueles de la guerra. Durante la Dictadura de Franco la ciudad vivió una fuerte expansión propiciada por la llegada del turismo extranjero hacia la Costa del Sol, que provocó un *boom* en la economía y en la demografía de la ciudad desde la década de 1960, apoyado por los fenómenos migratorios hacia otras zonas España y de Europa, así como hacia la capital provincial desde diferentes puntos de la provincia. Aportación del autor (Málaga, S/F).

#### **4. 3. Atractivos Turísticos de la Ciudad de Málaga**

Málaga es una ciudad con mucha riqueza cultural y con grandes atractivos turísticos, aquí los visitantes siempre encontrarán algún lugar para disfrutar, su variedad es tan amplia que se pueden admirar desde los monumentos históricos, las iglesias, las capillas, los palacios, diversos, los edificios notables, los parques, sus museos entre otros, razón por la cual se enlistan los lugares más sobresalientes:

**Monumentos Históricos;** Prevalen la Alcazaba, la Catedral denominada la Sra. de la Encarnación y el Teatro Romano.

**Iglesias y Capillas;** Sobresalen la Abadía de Santa Ana, Basílica de Santa María de la Victoria, la Iglesia del Santo Cristo de la Salud, del Sagrario del Convento de San Agustín, los Santos Mártires, la Santiago, la San Julia, la San Juan Bautista, la San Felipe Meri y la Capilla del Agua.

**Palacios;** Descuellan el Buena Vista, el Episcopal, Sala de Exhibiciones, el Miramar, el Villalcazar, el Zea-Zalvatierra, la Aduana, el Marqués de Valdefores y el Marqués de la Sonora.

**Edificios Notables;** Predominan la Antigua Fábrica de Tabaco, el Teatro Cervantes de Málaga, el Mercado Central de Atarazanas, la Delegación del Gobierno de Andalucía, la Casa Consulado, Sociedad de Amigos del País, el Archivo Municipal del Área de la Cultura, la Fundación Picasso, Museo Casa Natal, el Rectorado de la Universidad de Málaga, Antiguo Edificio de Correos, la Actividad Portuaria de Málaga, la Casa de Félix Saenz, el Ateneo, Antigua Escuela de Bellas Artes de San Telmo, el Mercado de Salamanca, el Hospital Noble, la Casa del Jardinero, el Ayuntamiento de Málaga y el Antiguo Conservatorio María Cristina.

**Plazas, Calles y Fuentes;** Resaltan la Fuente de Génova, la Cortina del Muelle, la Plaza del Obispo, la Plaza de la Constitución, la Calle San Agustín, la Calle Marqués de Lirios, la Plaza de la Merced, la Fuente de la Tres Gracias, el Paisaje de las Chinitas, la Plaza del Siglo del Carbón y la Plaza de la Marina.

**Otros Monumentos;** Presiden el Acueducto de San Telmo, los Monumentos a Larios, la Escultura de Poins of View, la Puente de los Alemanes, la Plaza de Toro la Malagueta, la Farola, El Cenachero, el Monumento a Torrijos, el Cementerio de San Miguel y la Estatua de Hans Christian Andersen.

**Parques y Jardines;** Rigen el Cementerio Ingles, la Finca de San José, el Parque de Malaga, los Jardines de Pedro Luis Alonso, el Jardín Botánico Historia de la Concepción, el Parque Natural Desembocadura del Guadalhorce, los Jardines de Puerta Oscura y el Parque Natural Montes de Málaga.

**Playas;** Cuenta con 14 km de ellas, las cuales hacen un total de 16, destacando la Malagueta, la Misericordia, San Andrés, San Julián, el Polo entre otras, también en este lugar existe una zona nudista (el Guadalmar).

**Rincones de interés;** Desde esta localidad se puede visitar otros lugares de su provincia tales como la Serranía de Ronda, las Costas del Sol Occidental, la Axarquía, la Vega del Guadalhorce y la Comarca de Andequera. Aportación del autor (Malaga, s/f).

#### **4.4. Oferta de Servicios Turísticos**

Los servicios turísticos son necesarios en cualquier lugar para satisfacer las necesidades de los turistas, por esto se describen los más significativos de la ciudad de Málaga:

**Alojamiento;** Este rubro es muy variado debido a que cuenta con 2 hoteles de 5 estrellas, 23 de 4 estrellas, 23 de 3 estrellas, 17 de 2 estrellas, 4 de 1 estrella, 7 hostales de 2 estrellas, 3 pensiones de 2 estrellas, 8 hostales de 1 estrella, 23 pensiones de 1 estrella, 16 apartamentos, 3 residencias de estudiantes y 1 albergue juvenil.

**Otros servicios;** Posee 6 cines, además cuenta con red extensa de cajeros automáticos y bancos, variedad de restaurantes, bares y discotecas, los cuales ofrecen servicios en diferentes horarios para la comodidad de los visitantes. Aportación del autor (Málaga, S/F).

#### **4.5. Demanda de la Ciudad de Málaga**

Esta Ciudad destaca por su mercado nacional como primer emisor, sin embargo sus principales visitantes son internacionales, también atrae turistas de edades muy variadas y sus motivos de viaje son de varios tipos, ejemplo de ello es que algunos acuden por ocio, diversión y de trabajo, los turistas cuentan con un presupuesto hasta de 300 euros por persona. (Malaga, s/f).

#### **4.6. Infraestructura de la Ciudad de Málaga**

La infraestructura es un conjunto de elementos o servicios que son considerados necesario para una Ciudad, e incluso pudiera considerarse como uno de los aspectos más importantes para el Turismo, porque dentro de ellas se incluye las formas de acceso que tiene los visitantes, además en el caso del Turismo de Negocios, existe una selecta para poder brindar este servicio, por ello se hará referencia a la que posee Málaga:

**Red Carretera;** El acceso desde el norte se ha de hacer a través de la autovía A-45, (Antequera-Málaga) conectada con la A-92 que atraviesa la Comunidad Autónoma Andaluza y sobre la que desembocan las conexiones que vienen desde la zona norte de este País.

La A-45 permite al visitante la entrada en Málaga por Ciudad Jardín, para llegar hasta el centro de la ciudad, u optar por las rondas Este u Oeste que la circunvalan si su destino es alguna otra zona de Málaga. La A-357, pone en contacto con el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA). Por otro lado, la Autovía del Mediterráneo A-7, recorre todo el litoral de la provincia, desde Nerja hasta Algeciras, ya en la provincia de Cádiz, permitirá al visitante el acceso a la ciudad través de esta vía si su procedencia es desde cualquier población de la costa.

**Red: Marítima;** Málaga ha estado siempre vinculada al mar y a las riquezas que provienen de él, esta resguardado por una bahía natural, el Puerto de Málaga se ha convertido en el segundo puerto de cruceros de la Península y suele recibir la visita de las más importantes navieras del mundo. Gracias a esto cuenta con las estaciones marítimas más modernas del país. También cuenta con 1 oficina de autoridad portuaria, 8 organismos oficiales, 3 puntos de inspección fronteriza y 13 empresas consignadoras de Buques.

**Red Aérea;** El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol es uno de los más importantes de España conectado con las principales ciudades del mundo. Situado a tan sólo ocho kilómetros del Centro Histórico de la ciudad, destaca por sus modernas terminales y su amplia oferta comercial, este recibe en torno a 14 millones de pasajeros al año, lo que lo sitúa como la puerta de entrada para toda Andalucía. En la actualidad en sus instalaciones operan 63 compañías aéreas, tiene 128 destinos por conexión directa, para llegar a este aeropuerto se usan diferentes medios como el automóvil, el autobús, el tren y el taxi, también tiene servicios auxiliares como una sala vip, parking, personas con movilidad reducida, bares, cafeterías, tiendas y duty free, alquiler de coche, fuerza de seguridad, asistencia médica, entre otros servicios (bancarios, cajeros automáticos, oficina del devolución del IVA, objetos perdidos y sala de exposiciones, sala de reuniones, capilla, sala multifuncional, zona de juegos, sala de bebés y oficina de información turística).

**Recintos Sociales;** El principal es el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga posee una superficie de 60.000 metros cuadrados que ofrecen múltiples posibilidades para desarrollar la actividad comercial. Su estructura lo convierte en un edificio polivalente, moderno y funcional. Cuenta con dos pabellones unidos por un amplio patio central, cuatro áreas de conferencias, un amplio hall, zonas de restauración, aparcamientos con capacidad para 1.200 vehículos y todos los servicios complementarios que conforman la oferta necesaria para atender profesionalmente a sus clientes. Este es un espacio polivalente que ofrece la posibilidad de celebrar ferias, congresos y congresos con exposición, además su Parque Ferial alberga distintas modalidades: ferias profesionales, abiertas al público y de carácter mixto, regional, nacional e internacional, también como Palacio de Congresos, el edificio está preparado para realizar cualquier tipo de actividad congresual, ya sea con espacio expositivo o bien sin ella, por sus características hacen del palacio un lugar idóneo para la celebración de todo tipo de acto nacional o internacional: convenciones, presentación a empresas, juntas de accionistas, seminarios, cursos de formación, conferencias, entre otros. Por otra parte, el acceso a este espacio se realiza de forma fácil y rápida gracias a la proximidad al aeropuerto, la estación de ferrocarril y la estación de autobuses, así como al Parque Tecnológico y a la Universidad.

Otros recintos sociales de Málaga son el Palacio de los Deportes, el Auditorio Municipal, el Estadio de la Ciudad de Málaga, el Skatepak Malaga “Ruben Alcantaria”, el Palco Vip y Club para eventos entre otros.

**Empresas de eventos:** goza de 9 proveedores que apoyan a las instituciones, empresarios y escuelas a organizar sus eventos entre las que destacan el Azul Soluciones Integrales, la B y D Eventos Agencia de Azafatas y Organización de Eventos, la Clave de Azafatas y Eventos, la Mar de Eventos, la Málaga Convention Bureau, la Málaga Gastronoming, Nevetos Malaga, Organze, el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

**Otras áreas complementarias;** cuenta con un observatorio de turismo el cual es una iniciativa del Ayuntamiento de Málaga y la Universidad de Málaga puesto en marcha en el año 2008. Con el objetivo de brindar un informe estadístico, de carácter anual, para conocer de una forma completa e integrada las pautas de la visita y el perfil del visitante, tanto turistas como excursionistas, entre otros aspectos. Es decir, se trata de determinar los perfiles del visitante que llega a la ciudad de Málaga: cuáles son sus motivaciones iniciales, cómo organizan su viaje, qué tipo de actividades realizan durante su estancia, cómo valoran la oferta disponible y el viaje en función de sus expectativas iniciales, entre otros aspectos relevantes, también cuenta con una Delegación de Turismo la cual fue creada también por el Ayuntamiento de Málaga y es quien se encarga de la promoción turística de esta ciudad, mediante en acciones de origen y destino, la participación en ferias y jornadas comerciales, organización de viajes de familiarización, desarrollo de proyectos turísticos y búsqueda de nuevos productos, también proporciona información turística a los visitantes y del Convention Bureau, que es el órgano dedicado a la promoción de la ciudad como destino de congresos y reuniones.

**Eventos históricos:** Conciertos de diversos artistas, Málaga Sol Festival, Festival Aéreo Internacional Málaga, Fiesta del Deporte, Málaga al Iberia Mice Fórums, Malaga Covetion Bureau, Foro Trasfiere, Negocios por Málaga: Networking INFE, Experiencia de Cliente, Congreso de la Sociedad Española de Medicina Estética, Feria de Vida Saludable y Desarrollo Sostenible, Curso Gratuito de Creación de Empresas, Prevención de Riesgos Psicosociales, Seminario de Comunicación Estratégica y más. (Málaga, S/F).

### **3.7. Comparación de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga**

Es difícil realizar una comparación de dos ciudades, sin embargo estos lugares tienen algo en común, ambos promueven el Turismo de Negocios, por lo tanto a continuación se describen las similitudes, las diferencias y la metodología que emplea la urbe con más experiencia que es el caso de Málaga, esto con el objetivo de que la ciudad de Chetumal, pueda mejorar su desempeño y adoptar mejores prácticas, a través de la imitación de este modelo de excelencia, en beneficio propio.

### **4.8. Similitudes de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga**

Málaga y Chetumal, además de promover el Turismo de Negocios también son semejantes porque ambas localidades son unas de las más pobladas hablando exclusivamente de sus áreas geográficas, por otra parte las dos cuentan con una bahía como atractivo, igualmente en sus historias reflejan que tuvieron bonanza económica e intenso tráfico mercantil, asimismo uno y otro cuentan con la infraestructura necesaria para realizar eventos, del mismo modo tienen accesibilidad terrestre, marítima y aérea, además gozan del apoyo del gobierno para propagar eventos de corte turístico y conjuntamente brindan servicios complementarios para los turistas como (hospedaje, alimentación y lugares de interés).

### **4.9. Diferencias de la Ciudad de Chetumal y la Ciudad de Málaga**

Ambas ciudades son completamente distintas, para empezar Málaga pertenece a una de las localidades con mayor calidad de vida en la comunidad europea, se considera por “su infraestructura, sus servicios, las oportunidades laborales, la situación de la vivienda, la integración de los extranjeros, la seguridad y la cuestión ambiental”. Aportación del autor (post, 2016), en comparación con Chetumal que es un lugar con infraestructura básica, insuficiente variedad de servicios turísticos, escasa oferta laboral, poca visita de extranjeros y seguridad insuficiente, por mencionar algunos.

Otros aspectos desiguales son la historia, la antigüedad, el número de población, en extensión territorial, en economía entre otros aspectos, por lo anterior se anexan la siguiente tabla comparativa:

<b>COMPARACIÓN DE LA CIUDAD DE MALAGA CON CHETUMAL</b>		
<b>Extensión Territorial</b>	<b>Málaga</b>	398,25 km2.
	<b>Chetumal</b>	18,760 Km2.
<b>Año de creación</b>	<b>Málaga</b>	743
	<b>Chetumal</b>	1937
<b>No. de Habitantes</b>	<b>Málaga</b>	572 947 habitantes.
	<b>Chetumal</b>	244 553 habitantes.
<b>Principales Actividades Económicas</b>	<b>Málaga</b>	El turismo.
	<b>Chetumal</b>	El gobierno, el comercio y el turismo de negocios.
<b>Infraestructura Hotelera</b>	<b>Málaga</b>	330 formas de hospedaje entre hoteles de 1 a 5 estrellas, apartamentos, residencias de estudiantes, albergues juveniles, hostales y pensiones.
	<b>Chetumal</b>	28 formas de hospedaje entre hoteles de 1 a 4 estrellas y posadas.
<b>Recintos Sociales</b>	<b>Málaga</b>	1 palacio de ferias y congresos y 5 espacios entre auditorios, estadios, palacios y pascos.
	<b>Chetumal</b>	2 de gobierno y 5 públicos.
<b>Red Aérea</b>	<b>Málaga</b>	1 aeropuerto internacional, 63 compañías y 128 destinos.
	<b>Chetumal</b>	1 aeropuerto internacional ,1 aeródromo, 2 aerolíneas y 1 destino.
<b>Red Marítima</b>	<b>Málaga</b>	1 puerto internacional, 8 organismos oficiales, 3 puntos de interacción y 13 empresas consignadoras de buques.
	<b>Chetumal</b>	1 estación marítima.
<b>Red Carretera</b>	<b>Málaga</b>	4 autovías.
	<b>Chetumal</b>	3 carreteras.
<b>Principales Atractivos Turísticos</b>	<b>Málaga</b>	3 monumentos históricos, 9 iglesias, 8 palacios, 16 edificios notables, 11 espacios entre plazas y calles, 8 parques y jardines y 9 monumentos variados.
	<b>Chetumal</b>	3 museos, 8 monumentos históricos, 5 parques principales, 5 zonas arqueológicas, 1 av. Principal y la zona libre.
<b>Presupuesto de los visitantes</b>	<b>Málaga</b>	300 euros aproximadamente por día.
	<b>Chetumal</b>	600 a 1200 aproximadamente por día
<b>Otros servicios</b>	<b>Málaga</b>	6 cines, discotecas, bancos y restaurantes, 9 agencias organizadoras de eventos.
	<b>Chetumal</b>	7 bares, 2 cines, 16 bancos, 6 hospitales, 120 restaurantes y 8 agencias de viajes.
<b>Playas</b>	<b>Málaga</b>	16 playas.
	<b>Chetumal</b>	2 playas.

Figura 35. Comparación de la Ciudad de Chetumal con Málaga. Fuente: Elaboración Propia.

#### **4.10. Metodología que Utiliza Málaga en el Turismo de Negocios**

Málaga usa varias estrategias para promover el Turismo de Negocios, para iniciar esta ciudad cuenta con el respaldo del Gobierno Municipal quien es su principal promotor a nivel internacional, una de las técnicas de marketing que utiliza es la página web oficial en la cual se ofertan todos los servicios que se brindan en dicha Ciudad, además tiene otro apoyo que es la Universidad de Málaga, por medio de la Facultad de Turismo trabaja de manera coordinada con el Ayuntamiento y gracias a eso se lleva un control de los servicios turísticos que aquí se ofertan, lo cual le ha permitido la creación de nuevos productos, también a través de dicha área se brinda el asesoramiento a las empresas públicas y privadas, creando una red de empresarios, también usan una plataforma web la cual se encarga de concentrar la oferta de este lugar, basada en estándares de recomendación con base a experiencias y problemas generados con esta actividad, aplicando el modelo C50201459193-R, por otro lado cuenta con un Sistema Integral de Calidad Turística, mediante el cual muchas empresas se encuentran afiliadas con la finalidad de generar una gestión integral homogénea de eficiencia para el mercado turístico, asimismo posee una amplia variedad de transporte marítimo, terrestre y aéreo, lo cual representa una accesibilidad efectiva para los visitantes, también en cuanto a su servicio de hospedaje tiene mayor cobertura, debido a que los empresarios ofrecen gran diversidad en precios y presentaciones, por otra parte sus establecimientos turísticos son más variados y cuentan con promociones, en cuanto a los eventos que se desarrollan en Málaga el gobierno municipal a través de la Delegación de Economía Productiva, maneja un calendario anual de los sucesos principales con el objetivo de llevar un control para el uso de las instalaciones principales que es el Palacio de Ferias y Congresos, así como también para asegurar la asistencia de los participantes.

## CAPITULO V

### PROPUESTA DE UN PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO DE NEGOCIOS EN CHETUMAL

En el último apartado se presenta una guía de trabajo, en la cual se menciona paso a paso, las estrategias y acciones que se pudieran implementar en la ciudad de Chetumal para el Desarrollo del Turismo de Negocios.

#### 5.1. Objetivo General

Es que se reconozca a la ciudad de Chetumal como un polo de interés a partir de los eventos locales, nacionales e internacionales, a través de un plan de desarrollo de turismo de negocios y con ello se mejore su economía.

#### 5.2. Las Estrategias

Las siguientes estrategias que se presentan están orientadas al aprovechamiento de cada uno de los recursos y servicios turísticos que hay en la ciudad de Chetumal y con ello lograr satisfacer las necesidades de los clientes otorgándoles beneficios de manera integral, por tal motivo se propone lo siguiente:

<b>Crear Nuevos Recintos Sociales con Mayor Tecnología y Capacidad.</b>
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajar recursos económicos, a través de Programa Federales y Estatales.</li> <li>• Presentar proyectos de inversión, respaldar iniciativas del sector privado.</li> <li>• Solicitar financiamiento en las PYMES.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Largo plazo.</p> <p><b>Responsable:</b> Gobierno Estatal, Municipal y Sector Privado.</p>
<b>Mejorar la Demanda del Turismo de Negocios.</b>
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar campañas de publicidad de eventos, través de las redes sociales (twitter y facebook), spot de radios, tv, revistas periódicos y de la página oficial del gobierno municipal.</li> <li>• Aumentar las reuniones de trabajo con diversos temas: (política, tecnología, sociales, moda, cultura, deporte, religión y salud).</li> <li>• Organizar eventos variados (congresos, ferias, foros, simposios entre otros).</li> <li>• Realizar relaciones públicas con los gobiernos internacionales, para el intercambio de conocimiento y metodologías y buenas prácticas.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Permanente.</p> <p><b>Responsable:</b> El Gobierno Estatal, Municipal y Sector Privado.</p>

**Unir esfuerzos del Gobierno del Estado y del Sector Turístico para la Organización de Reuniones.**

**Acciones:**

- Firma de convenios.
- Brindar capacitación y actualización constante.
- Programar una agenda de eventos anuales para la ciudad de Chetumal.
- Presupuestar al turismo de negocios en el gasto público.
- Promover la participación de todas las dependencias estatales y municipales en la organización de eventos de negocios.
- Facilitar a los actores interesados una guía para la organización de eventos.

**Tiempo:** Permanente.

**Responsable:** El Gobierno Estatal y el Sector Privado.

**Brindar Calidad en los Servicios Turísticos.**

**Acciones:**

- Mejorar las instalaciones y productos.
- Implementar un sistema de evaluación de turismo de negocios.
- Dar entrenamiento al personal que brindara el servicio.
- Especializarse en el turismo de negocios.
- Fortalecer la capacitación.
- Impulso a la certificación.
- Organizar con eficiencia los acontecimientos.
- Proporcionar seguridad a los turistas.
- Respetar las normas y leyes establecidas para el desarrollo del turismo.
- Dotar de servicios de auxilio, para en caso de alguna emergencia puedan ser atendidos inmediatamente.

**Tiempo:** Permanente.

**Responsable:** El Gobierno Estatal, Municipal y el Sector Privado.

**Mejorar los Costos en el Servicio de Turismo de Negocios (Hoteles, Transporte y Renta de Locales)**

**Acciones:**

- Realizar promociones a viajeros frecuentes que incluyan incentivos (descuentos, cortesías, muestras, cupones, paquetes y más).
- Establecer tarifas preferenciales para este tipo de viajeros.

**Tiempo:** Largo plazo.

**Responsable:** El Sector Privado.

Brindar Cobertura Amplia en las Diversas Vías de Comunicación ya Existentes
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir nuevas aerolíneas.</li> <li>• Crear promociones de los vuelos aéreos.</li> <li>• Establecer alianzas entre el gobierno y las aerolíneas.</li> <li>• Disminuir los costos de los boletos aéreos.</li> <li>• Implementar nuevas corridas en los viajes terrestres.</li> <li>• Ofrecer más viajes marítimos.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Largo plazo.</p> <p><b>Responsable:</b> El gobierno del estado y el sector privado.</p>
Instituir una Asociación de turismo de Negocios
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliar a hoteleros, restaurantes, agencia de viajes, trasportes y retadoras de recintos y sociales, para que trabajen en coordinación.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Largo plazo.</p> <p><b>Responsable:</b> El Sector privado.</p>
Fomentar el Desarrollo Equilibrado y Sustentable
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear fuentes de empleo.</li> <li>• Realizar diversas acciones para el cuidado de medio ambiente.</li> <li>• Calendarizar los eventos anualmente, para no rebasar la carga permitida de esta ciudad.</li> <li>• Realizar campañas para el cuidado del medio ambiente durante las diversas reuniones de negocios.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Permanente.</p> <p><b>Responsable:</b> El gobierno estatal, municipal y el sector privado.</p>
Innovar y Consolidar Actividades Existentes
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el uso de los servicios básicos de alojamiento transporte, alimentos y entretenimiento.</li> <li>• Mejorar los servicios turísticos.</li> <li>• Optimizar la logística de los eventos fijos.</li> <li>• Crear nuevos servicios de alojamiento y restaurantes.</li> <li>• Impulsar en las escuelas el estudio del turismo de negocios.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> corto plazo.</p> <p><b>Responsable:</b> El gobierno estatal, municipal y sector privado</p>

Mejorar los Costos en el Servicio de Turismo de Negocios (Hoteles, Transporte y Renta de Locales)
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar promociones a viajeros frecuentes que incluyan incentivos (descuentos, cortesías, muestras, cupones, paquetes y más).</li> <li>• Establecer tarifas preferenciales para este tipo de viajeros.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Largo plazo.</p> <p><b>Responsable:</b> El Sector Privado.</p>
Ofrecer servicios de entretenimiento durante los viajes de negocios
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido a museos, parques, zonas arqueológicas y más.</li> <li>• Organizar paseos por la Bahía de Chetumal, la Playa de Calderitas, la Isla de <i>Tamalkap</i>, entre otras lagunas cercanas.</li> <li>• Elaborar programas de entretenimiento con sugerencia de actividades.</li> <li>• Ofrecer visitas a mercados, plazas y zonas comerciales.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Permanente.</p> <p><b>Responsable:</b> El Sector Privado y el Gobierno Municipal.</p>
Ofrecer Servicios de Entretenimiento Durante los Viajes de Negocios
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido a museos, parques, zonas arqueológicas y más.</li> <li>• Organizar paseos por la Bahía de Chetumal, la Playa de Calderitas, la Isla de <i>Tamalkap</i>, entre otras lagunas cercanas.</li> <li>• Elaborar programas de entretenimiento con sugerencia de actividades.</li> <li>• Ofrecer visitas a mercados, plazas y zonas comerciales.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Permanente.</p> <p><b>Responsable:</b> El Sector Privado y el Gobierno Municipal.</p>
Restauración de los Lugares de Interés
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar mantenimiento permanente de la imagen urbana.</li> <li>• Dotar de tecnología a los recintos sociales y hoteles.</li> <li>• Desarrollar planes para la conservación de los sitios más importantes de esta Ciudad.</li> </ul> <p><b>Tiempo:</b> Permanente.</p> <p><b>Responsable:</b> El Gobierno estatal y municipal.</p>

## CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio acerca de la situación del turismo de negocios en la ciudad de Chetumal y la comparación con la ciudad de Málaga, se puede concluir que este destino es ideal para que los empresarios y funcionarios públicos puedan ocuparse de sus asuntos profesionales (reuniones, ferias y congresos), debido a que cuenta con la infraestructura necesaria, así como el ambiente reconfortable y vigorizador para satisfacer a sus visitantes con experiencias únicas.

Sin embargo, faltan varias acciones a realizar para que dicha actividad se posicione en el mercado internacional, debido a que no solo se trata que acudan a este lugar por cuestiones de trabajo, sino que además con su estancia conozcan esta Ciudad, por ello se recomienda aplicar algunas de las estrategias que usa la ciudad de Málaga por ejemplo la promoción a través del Ayuntamiento con el uso de nuevas tecnologías, la modernización de este producto para mejorar la comercialización, la inversión en nuevos centros empresariales, la capacitación enfocada en la calidad del servicio y con ello lograr ser más competitivos entre otros.

Por otro lado, es todo un reto cambiar el enfoque que se le tiene dado a este sitio, debido a que solo la ven como un lugar de paso y dependiente del gobierno.

No obstante, esta tiene un enorme potencial turístico, que si se conjuntan los esfuerzos del gobierno, los empresarios, los habitantes y las áreas académicas definitivamente crecerá y se expandirá en esta especialidad.

Lo más importante, es que se aproveche las características de este entorno y del tipo de visitantes que aquí acuden.

Definitivamente con el turismo de negocios y con cualquier otro proyecto turístico, se tiene que invertir mucho, sin embargo con esta clasificación, se garantiza su expansión a largo plazo, debido a que el flujo de visitantes de Chetumal es constante y llegan en cualquier época del año, no solo en las temporadas de vacaciones, por ello hay que mirar mencionada situación como una oportunidad para emprender y desarrollar el Turismo.

A partir de este análisis, se puede afirmar el turismo de negocios en la ciudad de Chetumal, le ayudara sin duda a crecer económicamente y dará una mejor calidad de vida a su sociedad.

Por otra parte se exhorta a que las escuelas de nivel medio y superior, formen especialistas en este tema, para que ellos se encarguen liderar este movimiento turístico y no se tenga que contratar gente de otros lugares y de esta forma los beneficios queden en dicha comunidad.

Con esta propuesta, se espera que se fortalezca el Turismo de Negocios y sea ejemplo para otras ciudades similares.

Así que, se les recomienda mucho considerar a la ciudad de Chetumal como uno de los lugares principales de Quintana Roo, para expandirse en el mundo de los negocios, debido a que tiene mucho que ofrecer.

# BIBLIOGRAFÍA

## Libros

- Acerenza M.A (2001) Promoción Turística un Enfoque Metodológico México, Trillas.
- Acerenza M.A (2003) Administración del Turismo: Conceptualización y Organización. México: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2006). Conseptualizacion, Origen y Evolución del Turismo.
- Acerenza, M. Á. (2006). Efectos Economicos, Socioculturales y Ambientales del Tusrismo. México: Trillas.
- Bella, M. G. (2002). Introducción al Turismo. Mexico: Trillas.
- Di-Bella, M. G. (2002). Introducción al Turismo. México: Trillas.
- Heredia, M. P. (2003). La Guia del Ecoturismo . Madrid, España: Mundi Prensa.
- Flamarich Miguel (2011). Turismo de Negocios Eventos en España: Análisis y Perspectivas, España.
- Magallon, T. C. (1991). Organización de Congresos y Convenciones. Mexico: Trillas.
- Magallón, T. C. (1999). Organización de Congresos y Convenciones. México: Trillas.
- Mayo, R. I. (2014). El turismo en el Caribe Mexicano. México: Bonilla Artigas.
- Molina C.J. (2011) Quintana Roo Límites Territoriales, Historia y Referencia Constitucional. México: M.C. Antonio Hoy Manzanilla.
- OMT. (2002). Informe Especial No.12 del Mercado Ecoturistico Estadounidense. Madrid, España: OMT.
- T. C. (1999). Organización de Congreso y Convenciones. México: Trillas.
- Taberes, F. C. (2001). Producto Turistico. México: Trillas.
- Valls, J. F. (2003). Las Claves del Mercado Turistico. España: Deusto.
- Xacur, M. J.A. (1998). Enciclopedia de Quintana Roo Tomo 1 A-B. México.
- Yarto, E. (2007). Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones. México: Trillas.
- Y. E, (2007). Turismo de Convenciones, Insentivos, Congresos y Exposiciones. México: Trillas.

## Sitios Webs

- ADO. (2015). Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <https://transportamex.com/centrales/terminal-de-autobuses-chetumal/>.
- APIQROO. (s.f.). Recuperado el 03 de noviembre de 2015, de <http://www.apiqroo.com.mx/puertos/?m=4>.
- APIQROO. (2015). Recuperado el 04 de Noviembre de 2015, de <http://www.apiqroo.com.mx/puertos/?m=4>.
- Arges, H. (s.f.). Recuperado el 07 de noviembre de 2015, de 2015: <http://www.hotelprincipechetumal.com/>.
- Arges, H. (2015). Recuperado el 7 de noviembre de 2015, de <http://hotelarges.com/Ubicacion.html>.
- CANIRAC. (2015). Recuperado el 09 de noviembre de 2015, de [http://canirac.org.mx/images//files/Cap\\_2\\_Situacion\\_actual\\_de\\_la\\_industria.pdf](http://canirac.org.mx/images//files/Cap_2_Situacion_actual_de_la_industria.pdf)
- Chetumal, B. d. (2015). Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de <http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/bancos/>.
- Chetumal, H. (2015). Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos del Centro y Sur de Quintana Roo. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de <http://chetumalhoteles.com/>.
- Cocos, L. (2015). Recuperado el 07 de noviembre de 2015, de <http://www.hoteloscocos.com.mx/>.
- COQCYT. (2015). Recuperado el 06 de noviembre de 2015, de <http://www.coqcyt.gob.mx/portal/planetario/Planetario2.php>.
- Destinos, M. (2015). Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <https://www.mexicodestinos.com/chetumal/vida-nocturna>.
- Estado, C. d. (2015). Recuperado el 06 de noviembre de 2015, de <http://www.congresoqroo.gob.mx/>.
- Estado, P. d. (2015). Recuperado el 05 de noviembre de 2015, de <http://www.qroo.gob.mx/qroo/Gobierno/Palacio.php>.

- Hotel All Business 2016. (2016). Recuperado el 26 de enero de 2016, de <http://www.abh.com.mx/es/hotel>.
- Hotel City Express Chetumal. (2016). Recuperado el 26 de enero de 2016, de <https://www.cityexpress.com/es/hoteles-Mexico/MX/Quintana-Roo-28/Chetumal-64/City-Express-Chetumal-72/>.
- Hotel Grand Marlon. (2016). Recuperado el 26 de enero de 2016, de <http://hotelesmarlon.com.mx/grandmarlon/>.
- Hotel Oxtankah. (2016). Recuperado el 26 de enero de 2016, de [http://www.guiacalderitas.com/hotels/hotel\\_01.php](http://www.guiacalderitas.com/hotels/hotel_01.php).
- Hoteles, C. (s.f.). Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos del Centro y Sur de Quintana Roo. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de <http://chetumalhoteles.com/>.
- Inn, H. F. (2015). Recuperado el 07 de noviembre de 2015, de <http://www.fiestainn.com/es/web/fiesta-inn-chetumal>.
- Local, D. (2015). Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <http://www.directoriolocal.com/chetumal/g/agencias-de-viajes/>.
- Maya, M. (2015). Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de <http://mundomaya.travel/es/mice/centros-de-convenciones/item/centro-internacional-de-negocios-y-convenciones-de-chetumal.html>.
- Mayor, O. (2015). Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de <http://om.qroo.gob.mx/portal/ArrendamientoBellavista.php>.
- Plaza, H. C. (2015). Recuperado el 07 de noviembre de 2015, de <http://www.capitalplaza.mx/>.
- Roo, A. d. (s.f.). Hoteles Chetumal. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de <http://chetumalhoteles.com/>.
- S/A. (s.f.). Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos del Centro y Sur de Quintana Roo. Recuperado el 02 de noviembre de 2015, de <http://chetumalhoteles.com>.
- Salud, S. E. (2014). Diagnostico de Salud 2014, Sector Salud en Quintana Roo. Chetumal.

- SEyC. (2015). Recuperado el 05 de noviembre de 2015, de <http://www.mexicoescultura.com/recinto>.
- Villanueva, H. (2015). Recuperado el 07 de noviembre de 2015, de <http://hotel-villanueva.com/es/inicio/>.

## **Listado de Figuras**

- Figura 1. Interpretación del Turismo. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 2. Tipos de Viajeros. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 3. Clasificación del Turismo de Negocios. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 4. Comunicación de la Bahía de Chetumal. Fuente Elaboración Propia.
- Figura 5. La Av. Héroes. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 6. Zona Libre. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 7. Zonas Arqueológicas de Othón P. Blanco. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 8. Lugares de Interés Turístico de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 9. Principales Monumentos de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 10. Parques Principales de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 11. Salones del Hotel Arges, Fuente. <http://www.hotelesarges.com>.
- Figura 12. Salones del Hotel Fiesta Inn. Fuente. [www.fiestain.com](http://www.fiestain.com).
- Figura 13. Salones del Hotel los Cocos. Fuente. [www.hotelloscocos.com.mx](http://www.hotelloscocos.com.mx).
- Figura 14. Salones del Hotel Capital Plaza. Fuente. [www.capital.plaza.mx](http://www.capital.plaza.mx).
- Figura 15. Salones del Hotel ABH (2016), Fuente. [www.abh.com.mx](http://www.abh.com.mx).
- Figura 16. Sala de Juntas del Hotel City Express. Fuente. [www.cityexpress.com](http://www.cityexpress.com).
- Figura 17. Sala de Juntas del Hotel Grand Marlon (2016). Fuente [www.hotelesmarlon.com](http://www.hotelesmarlon.com).
- Figura 18. Hoteles Ejecutivos de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 19. Discotecas de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 20. Cines de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 21. Hospitales del Sector Salud de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 22. Demanda de Visitantes en Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.

- Figura 23. Red Carretera de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 24. Red Marítima de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 25. Red Aérea de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 26. Reunión de Trabajo en el Salón Cuna del Mestizaje, (2016). Fuente. <http://vocero.qroo.gob.mx>.
- Figura 27. Evento en el Vestíbulo del H. Congreso del Estado (2016). Fuente. <http://www.capa.gob.mx>.
- Figura 28. Principales Recintos Sociales de Gobierno del Estado. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 29. Centro Internacional de Negocios y Convenciones de Chetumal, (2014). Fuente. <http://sipse.com/novedades/chetumal-incluido-entianguis-turistico-2014>.
- Figura 30. Evento en el Salón Bellavista, (2014). Fuente. <http://noticaribe.com.mx>.
- Figura 31. Teatro Constituyentes del 74, (2014). Fuente. [www.panoramico.com](http://www.panoramico.com).
- Figura 32. Planetario de Chetumal, (2014). Fuente. <http://sipse.com/novedades/planeatrio-de-chetumal-olvidado-105547.html>.
- Figura 33. Evento Social en el Centro de Convenciones de Chetumal, (2015). Fuente. <http://www.periodistasquintanaroo.com/notas/festeja-elsuchaa-suposada-navina/>.
- Figura 34. Recintos Sociales Públicos de Chetumal. Fuente. Elaboración Propia.
- Figura 35. Comparación de la Ciudad de Chetumal con Málaga. Elaboración Propia.