



Sustentabilidad empresarial en comunidades de Quintana Roo, México, que ofertan turismo alternativo

Georgina del Socorro Medina Argueta
Instituto Tecnológico de Chetumal
georgina.ma@chetumal.tecnm.mx
<https://orcid.org/0000-0002-4404-9661>

Ángel Aarón Rosado Varela
Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo
aaron.rosado@uqroo.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-9511-9746>

Julio César Cruz Argüello
Instituto Tecnológico de Chetumal
julio.ca@chetumal.tecnm.mx
<https://orcid.org/0000-0001-8664-9422>

Cómo citar: Medina Argueta, G. S., Rosado Varela, Á. A., & Cruz Argüello, J. C. (2024). Sustentabilidad empresarial en comunidades de Quintana Roo, México, que ofertan turismo alternativo. En A. G. Ramírez Gutiérrez (Coord.), *Avances en nuevos modelos del turismo en México: Sustentabilidad, cultura e inclusión como ejes del desarrollo endógeno* (pp. 15-54). Universidad Panamericana. <https://doi.org/10.21555/turismo.2024.01>

Resumen

Los empresarios son actores clave para orientar el turismo hacia la conservación ambiental y el bienestar social. La investigación tuvo como objetivo identificar la percepción de los empresarios del sector turístico acerca de los impactos del Turismo Alternativo en comunidades del sur de Quintana Roo, México. Se realizó un análisis cualitativo y explicativo de los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo alternativo a través de entrevistas semiestructuradas aplicadas a 22 empresarios de 10 comunidades. En los hallazgos destacaron 12 objetivos, 35 metas y 47 indicadores relacionados con la

Agenda 2030 dentro de la dinámica turística, así como sus implicaciones en el desarrollo sostenible. Se concluye que las características empresariales en estas comunidades complican la identificación de los alcances de objetivos y metas. Aunque se carece de acciones encaminadas al desarrollo sostenible, principalmente por falta de recursos económicos, infraestructura y capacitación, también se percibe potencial, interés y preocupación para implementarlas.

Palabras clave: sustentabilidad, comunidades, turismo alternativo, sur de Quintana Roo.

Introducción

La presente investigación de corte descriptivo analítico con enfoque mixto tuvo por objetivo identificar la percepción de empresarios del sector turístico acerca de los impactos del Turismo Alternativo en comunidades del sur de Quintana Roo, México. Para ello, desarrolló tres objetivos específicos que mostraron que la sostenibilidad en las empresas turísticas depende de la implementación de prácticas sostenibles, y del compromiso y liderazgo de los empresarios como actores clave en el sector que garanticen beneficios a sus empresas, contribuyan al bienestar de las comunidades locales y al fortalecimiento del turismo en su conjunto. En el documento se identifican cinco apartados. En el primero se abordan los temas teóricos importantes para explicar el objeto de estudio tales como los impactos del turismo, la sustentabilidad en las empresas turísticas, los empresarios como actores clave del turismo, el turismo alternativo en comunidades, la Agenda 2030 y su relación con el turismo alternativo, así como la descripción del área de estudio. En el segundo apartado se describe la metodología explicando el desarrollo de los objetivos y la descripción sociodemográfica de los 22 empresarios participantes pertenecientes a 10 comunidades. En el apartado tres y cuatro integran los resultados y discusiones focalizados en económicos, sociales y ambientales; y un último donde se presentan las conclusiones y líneas futuras de investigación.

Marco teórico

Los impactos del turismo

La evaluación del turismo sostenible es un desafío debido a su naturaleza multifacética, que implica tareas como analizar tanto los impactos positivos como los negativos, comprender la complejidad del fenómeno, respetar el contexto local, involucrar a diversas partes interesadas, reconocer las interdependencias, minimizar los compromisos y fomentar la transparencia y la inclusión (Roodbari y Olya, 2024). Estos impactos se han clasificado de diferentes formas en el tiempo. Mathieson y Wall (1982) inicialmente los categorizaron en dimensiones económicas, físicas y sociales, ampliando luego esta clasificación Ritchie (1984) para abarcar dimensiones físico/ambientales, socioculturales, psicológicas y político-administrativas. Posteriormente, se clasificaron en impactos: económicos, socioculturales y ambientales (WTO, 1989; Picornell, 1993), mismos que se ocupan hasta ahora.

Stylidis et al. (2014) añaden que los enfoques y métodos de investigación utilizados para su examinación pueden variar considerablemente entre estudios específicos, lo que implica que no hay una uniformidad en cómo se lleva a cabo la investigación sobre los efectos del turismo, y que los diferentes estudios pueden adoptar tres enfoques y perspectivas metodológicas: enfoque de costos-beneficios, enfoque de costos y beneficios relacionados con un área específica y enfoque no forzado. El enfoque costo-beneficio se centra en analizar tanto los costos como los beneficios del turismo. Se asume que existe una relación directa negativa entre los costos percibidos y el apoyo de las partes interesadas al desarrollo turístico, mientras que hay una relación directa positiva entre los beneficios percibidos y dicho apoyo. El enfoque de costos y beneficios relacionados con un área específica considera tanto la naturaleza (positiva/negativa) como el área (económico, sociocultural, ambiental) de los impactos. Sugiere que la percepción de los costos y beneficios influye en el apoyo de las partes interesadas al desarrollo turístico, independientemente del área específica. El enfoque no forzado o de partes interesadas se centra en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo al turismo, obteniendo la percepción de las partes interesadas sobre los efectos del turismo en la comunidad. Este enfoque, relacionado con la sostenibilidad turística, busca equili-

brar los impactos positivos y negativos del turismo para generar beneficios para las partes interesadas entre ellas las empresas turísticas del destino.

Sustentabilidad en las empresas turísticas

La sustentabilidad en las empresas turísticas es un aspecto fundamental, ya que implica la adopción de prácticas y políticas que aseguren el equilibrio entre el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social. En este sentido, las empresas turísticas están cada vez más conscientes de la importancia de implementar estrategias sostenibles en todas sus operaciones, desde la gestión de residuos y el uso eficiente de los recursos naturales hasta la promoción de la cultura local y la participación en la conservación de los ecosistemas. La sustentabilidad en las empresas turísticas no solo es una responsabilidad ética, sino también una oportunidad para mejorar la competitividad a largo plazo, satisfacer las expectativas de los viajeros conscientes y contribuir al desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

Al respecto, investigaciones como las de Sethy y Senapati (2023) evidencian conflictos de intereses en la India en el uso de recursos, una participación limitada de la comunidad en la planificación y toma de decisiones del ecoturismo, y beneficios económicos reducidos. No obstante, los pescadores, la población local, operadores comerciales locales y agricultores manifiestan su voluntad para desarrollar el ecoturismo con miras a mejorar sus diversas necesidades. Nguyen, Lee y Warren (2023), coinciden que el turismo genera beneficios económicos y oportunidades de empleo en Vietnam. Sin embargo, también trae impactos ambientales y culturales adversos que pueden dificultar la implementación de enfoques participativos y la creación de una visión compartida sobre la actividad. También, en la interrelación entre los pilares de sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural en Vietnam Nguyen, Costanzo y Karatas-Özkan (2023) encuentran que el emprendimiento sostenible está influenciado por los niveles de desarrollo turístico.

En áreas naturales protegidas, Langridge y Michaud (2023) encuentran que existen deficiencias en la gestión sostenible y responsable en un sitio volcánico en Islandia, lo que podría afectar la participación de diversos grupos de partes interesadas en el desa-

rollo continuo del destino. En Sudáfrica, Botha (2023) menciona que existe preocupación por la autoeficacia y costos que tienen los empresarios turísticos como guardianes en una Reserva de la Biosfera que, podría dificultar su comportamiento protector por lo que requieren la implementación de un enfoque de gestión participativa, sensibilización sobre la sostenibilidad, desarrollo turístico sostenible y fortalecimiento de la cohesión social. En España, Bahamonde-Rodríguez, Šadeikaitė y García-Delgado (2023) revelan la predominancia de la dimensión económica sobre la ambiental y sociocultural, desigualdades en el desarrollo turístico y efectos limitados del turismo en el desarrollo local.

Los empresarios como actores clave del turismo

Los empresarios turísticos son actores clave en la configuración del sector, contribuyendo significativamente al desarrollo, organización y sostenibilidad de un destino (Azwar et al., 2023; Cornejo y Chávez, 2023; Kartika, 2023; Isaac y Dodeen, 2023; Sari, Sari y Astuti, 2023; Shahzalal y Elgammal, 2023). Su capacidad para negociar y adaptarse a diversos contextos culturales y sociales los convierte en figuras fundamentales en la promoción y gestión del turismo, lo que impulsa su crecimiento y diversificación. Además, su habilidad para identificar oportunidades, innovar en la oferta turística y establecer relaciones colaborativas con otros actores del sector son elementos esenciales que impulsan la competitividad en el turismo. Además, desempeñan un papel crucial en la creación de empleo, el fomento del desarrollo local y la preservación del patrimonio cultural y natural en las comunidades. Por lo tanto, su compromiso y visión estratégica son pilares fundamentales para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la actividad turística.

Entre las diversas temáticas e investigaciones desde las percepciones de los actores clave en destinos turísticos están las de Azwar et al. (2023) que investigan las influencias de académicos, empresarios, comunidad, gobierno y medios de comunicación (Penta-Helix) en el desarrollo del turismo comunitario en Malasia. Proponen que la combinación del sistema de planificación, la colaboración entre la comunidad y las partes interesadas del turismo, así como el empoderamiento de la sabiduría local supondría el logro de un desarrollo comunitario más efectivo.

Cornejo y Chávez (2023) examinan las perspectivas de empresarios de la región, representantes del sector turístico y líderes comunitarios de Puerto Vallarta (México) sobre la gobernanza, evaluación de riesgos, conocimiento y educación, gestión de riesgos, reducción de la vulnerabilidad y preparación y respuesta ante desastres. Encontraron que el destino no es resiliente, situación que dificulta la gestión del turismo. Kartika (2023) investiga la contribución de gerentes guías turísticos, gerentes de alojamiento, proveedores de servicios de alimentos y bebidas, vendedores de souvenirs en la aldea turística de Sumberbulu en Indonesia hacia el desarrollo turístico basado en las competencias de los prestadores de servicios turísticos. Concluye que el éxito del desarrollo turístico está determinado por las competencias del personal turístico y las relaciones entre directivos, empresarios y turistas, que se institucionalizan en las actividades turísticas. Isaac y Dodeen (2023) investigan la percepción de actores clave del turismo sobre el desarrollo del turismo inteligente en Cisjordania, Palestina. Concluyen que se deben superar aspectos gerenciales, tecnológicos, de concientización, restricciones del sector público, infraestructura, financieros y políticos para el éxito de la comunicación y tecnología de la información, la digitalización y el uso en línea de tecnología en el turismo.

Sari, Sari y Astuti (2023) concluyen que la participación de gestores de turismo, empresarios, comunidades y autoridades locales es necesaria para implementar protocolos de salud e influir positivamente en el progreso del turismo en Bali, Indonesia. Para Shahzalal y Elgammal (2023) la implementación del turismo accesible en Bangladesh está condicionada por la actitud de los actores clave sobre la intervención colaborativa, pero para su implementación es necesaria la mediación de la Accesibilidad, Sustentabilidad y Responsabilidad Corporativa Inclusiva, así como entre intervención e implementación colaborativa. Mura y Slak (2023) analizan el potencial del turismo artístico para impulsar el desarrollo urbano en Mussafah, Abu Dhabi. Indican que los empresarios apoyan iniciativas de turismo artístico para atraer visitantes y aumentar la rentabilidad de sus negocios.

Perkins, Khoo y Arcodia (2022), muestran la forma en que diferentes tipologías y redes de actores clave como participantes de empresas turísticas locales, el consejo local y las organizaciones turísticas locales, regionales y estatales permiten la formación de

clusters en Queensland, Australia. Palacios, Pomboza y Radicelli (2020) examinan el turismo en Riobamba, Ecuador, para entender el papel de los actores locales en el desarrollo socioeconómico de la ciudad. Concluyen que la formación de alianzas estratégicas entre estos ha sido beneficiosa para el progreso del turismo en la ciudad que ha generado un aumento significativo en el turismo, que se refleja en la expansión de la infraestructura turística, como hoteles, restaurantes y otros servicios, mayormente gestionados por operadores turísticos privados y comunitarios.

Turismo alternativo en comunidades

El Turismo Alternativo se refiere a los viajes que implican actividades en contacto con la naturaleza y expresiones culturales practicadas con la actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales mediante tres modalidades: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (SECTUR, 2004).

En los entornos rurales están surgiendo nuevas actividades que complementan las tradicionales en un contexto de multifuncionalidad, que abarca tanto la preservación como la promoción del patrimonio natural y cultural, incorporando nuevas funciones recreativas y turísticas como instrumentos para el desarrollo local (Bahamonde-Rodríguez, Šadeikaitė y García-Delgado, 2023).

Los espacios rurales han sido excluidos de los principales procesos de desarrollo por lo que enfrentan una crisis estructural que afecta su relevancia. La falta de infraestructura y la dependencia de actividades primarias en declive han provocado una disminución en la competitividad y el empleo, resultando en la despoblación y marginación. Para abordar esta situación, se han adoptado enfoques multifuncionales y diversificación de actividades como el turismo y la conservación del patrimonio que revitalicen las actividades tradicionales (Bahamonde-Rodríguez, Šadeikaitė y García-Delgado, 2023).

El turismo tiene el potencial de contribuir al cuidado de los recursos naturales y al desarrollo social y cultural. Sin embargo, también puede generar impactos negativos. Por lo tanto, es fundamental gestionar el desarrollo turístico de manera responsable, asegurando beneficios equitativos para todas las partes involucradas. Esto implica promover el uso sostenible de los recursos, impulsar el desarrollo comunitario y garantizar la seguridad económica para todos.

En contraste con el turismo convencional, que a menudo puede ser invasivo y poco sostenible (Zaar, 2022), el turismo alternativo se centra en la autenticidad de la experiencia, fomentando interacciones significativas entre los visitantes y los habitantes locales. Esto puede incluir actividades como el ecoturismo, el turismo rural, el turismo de aventura, donde los viajeros tienen la oportunidad de conocer la vida cotidiana de las comunidades, participar en actividades tradicionales y contribuir al bienestar local. Además, este enfoque pone énfasis en la preservación cultural y ambiental, así como en la participación de las comunidades locales en la gestión y beneficios del turismo. Por tanto, el turismo alternativo en comunidades ha emergido como una opción para el desarrollo local sostenible, ofreciendo una alternativa a los modelos convencionales de turismo masivo.

Para las comunidades, el turismo alternativo puede ofrecer una fuente de ingresos diversificada y sostenible, reduciendo la dependencia de actividades económicas más efímeras (Cueto et al., 2016). Además, puede fortalecer el orgullo cultural y la identidad local, al tiempo que fomenta la conservación del patrimonio natural y cultural (Mullo, Vera y Guillén, 2019). Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos asociados con el turismo alternativo, como la gestión adecuada de los flujos de visitantes para evitar la sobrecarga de infraestructuras y recursos locales, así como garantizar la equidad en la distribución de beneficios entre todos los miembros de la comunidad. Además, se deben promover prácticas responsables y respetuosas por parte de los turistas para minimizar cualquier impacto negativo en el entorno y la cultura local.

Agenda 2030 y su relación con el TA

La relación entre la Agenda 2030 y el turismo alternativo se puede analizar desde diferentes perspectivas que destacan su interconexión. Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) proporcionan un marco integral para promover un desarrollo sostenible en todas sus dimensiones: económica, social y ambiental. En el turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha reforzado sus metas para promover el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente tanto a nivel nacional como internacional. Se han incorporado aspectos ambientales en

el marco de análisis global para evaluar el impacto del turismo en la sostenibilidad, haciendo uso de indicadores provenientes de los ODS y de la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT (Martínez, 2017).

La importancia de la Agenda 2030 como un marco para el desarrollo sostenible sugiere que el turismo alternativo, al ser una forma de turismo más sostenible, puede contribuir a la consecución de los ODS. En este contexto, el turismo alternativo, que se centra en la conservación del medio ambiente, el desarrollo comunitario y la promoción de la cultura local (Mullo, Vera y Guillén, 2019), se alinea estrechamente con varios de los ODS. Para Martínez (2017), los tres ODS más relevantes para el turismo son el Objetivo 8, que busca fomentar el crecimiento económico inclusivo y sostenible, garantizar el empleo pleno y productivo, y promover el trabajo decente para todos. El Objetivo 12 aborda el consumo y la producción responsables, mientras que el Objetivo 14 se centra en conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible). Sin embargo, el turismo alternativo al basarse en la colaboración y la participación local (Navarro et al., 2019), puede contribuir al cumplimiento de otros ODS, por ejemplo, la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas terrestres en destinos turísticos (ODS 15), la reducción de las desigualdades (ODS 10) mediante la inclusión de grupos marginados en la cadena de valor turística, o la promoción de la igualdad de género (ODS 5) a través de iniciativas que empoderen a las mujeres en el sector turístico.

México ha desempeñado un papel activo en la Agenda 2030, destacándose por su participación en los ODS (Gobierno de México e INEGI, 2023). En 2014, se llevó a cabo la organización de una consulta regional que culminó en la Declaración de Guadalajara, donde se destaca la importancia de incluir a los grupos vulnerables en las políticas públicas. Se realizaron talleres internacionales para compartir opiniones y experiencias sobre el desarrollo social y económico; desafíos del desarrollo inclusivo y; la integración y medición de los objetivos de la Nueva Agenda de Desarrollo. Además, México colaboró con los gobiernos de Tanzania y Noruega en una consulta temática sobre energía y se intensificaron los compromisos durante consultas regionales y foros en temas de igualdad de género y derechos de las mujeres.

En cuanto a los gobiernos estatales y municipales, se han identificado dos espacios clave para la deliberación de acuerdos con el fin de impulsar el desarrollo local y fomentar transformaciones institucionales: la Conferencia Nacional de Gobernadores (CONAGO) y la Conferencia Nacional de Municipios de México (CONAMM). La participación del sector privado es fundamental en este proceso. En este sentido, la Amexcid estableció la Alianza por la Sostenibilidad, una plataforma de diálogo y acción que involucra a 80 empresas mexicanas y multinacionales que operan en el país. Su objetivo es intercambiar información sobre la integración de los ODS en los modelos de negocio y diseñar proyectos de cooperación internacional en el marco de la Agenda 2030, entre otras iniciativas.

En Quintana Roo y los municipios de Othón P. Blanco y Bacalar el compromiso con la Agenda 2030 se encuentran en sus planes y programas de desarrollo, sin embargo, no es clara la forma en que se implementan en escenarios vulnerables como las comunidades cercanas a sus cabeceras municipales, algunas contempladas en este estudio y que a continuación se describen.

Área de estudio: comunidades de Quintana Roo, México

Las comunidades de los municipios de Othón P. Blanco y Bacalar destacan como los principales destinos de ecoturismo en el sur de Quintana Roo debido a sus paisajes naturales y biodiversidad (Dirección de Desarrollo Turístico, 2020), donde se realizan actividades, como recorridos en kayak, senderismo, observación de aves, rapel y ciclismo de montaña. Entre sus características naturales, Othón P. Blanco se encuentra la Bahía de Chetumal declarada como Reserva Estatal Santuario del Manatí (RESMBCH), que añade valor a su oferta turística enfocada en la naturaleza y la aventura (SECTUR, 2019). Cuenta con la Isla Tamalcab, Cayo Venado, Cayo Violín, Cayo Tigre, Cayo Palometa, Cayo Bota y el Mirador Dos Hermanos, que se sitúan frente a la costa de la comunidad de Calderitas. Estos poseen playas de arena blanca, aguas cristalinas, variados paisajes, abundante vegetación tropical y fauna endémica diversa. Funcionan como santuarios naturales para numerosas especies marinas, aves y mamíferos; Río Hondo con una extensión de 209 kilómetros de los cuales 115 marcan la frontera entre Belice y México; Laguna Guerrero, que se comunica con la Bahía de Che-

tumal a través de pasajes y canales; Laguna Milagros que se comunica con el Estero de Chac, que servía de ruta de piratas y corsarios que se trasladaban desde la Bahía de Chetumal hacia Bacalar y; las lagunas de Agua Salada, Chile Verde y San Felipe. En Bacalar, está la Laguna de Bacalar, conocida también como la Laguna de los Siete Colores, con una longitud de 42 kilómetros y que conecta con la Laguna de Xul Ha (Ayuntamiento de Bacalar, 2024). Ambos municipios forman parte del Corredor Biológico Mesoamericano debido a la amplia variedad de ecosistemas como humedales, manglares, ríos, cenotes, cavernas, montañas y selvas de diferentes altitudes, que abarca además de México, los países de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

En el aspecto cultural, Othón P. Blanco cuenta con los sitios arqueológicos de Dzibanché, Chakanbakan, Kinichná, Oxtankah y Kohunlich. En Bacalar se encuentran Ichkabal, y el Fuerte de San Felipe. La influencia de la frontera de Quintana Roo con el país de Belice y el estado de Yucatán se refleja en la gastronomía, que incluye sabores locales y platillos del mar y; en la diversidad lingüística maya e inglés beliceño (criollo). Además, las personas que han llegado de otros estados han aportado sus costumbres, tradiciones y actividades económicas como la pesca, la agricultura y el comercio.

Metodología

La investigación de corte descriptivo analítico con enfoque mixto tuvo por objetivo identificar la percepción de empresarios del sector turístico acerca de los impactos del Turismo Alternativo en comunidades del sur de Quintana Roo, México.

Para ello, se desarrollaron los siguientes objetivos específicos: 1) relacionar los impactos generados por el turismo en comunidades con los objetivos de la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2015); 2) proponer y aplicar un instrumento cualitativo a empresarios de turismo en comunidades, y 3) analizar los impactos económicos, sociales y ambientales presentes en el área de estudio.

Para el alcance del primer objetivo específico, se realizó el análisis de la literatura de la Agenda 2030, de los impactos que genera el turismo alternativo en comunidades y de metodologías que relacionan la Agenda 2030 con el turismo. Los hallazgos se centraron en el reconocimiento de 12 objetivos, 35 metas y 47 indi-

cadres relacionados con la Agenda 2030 dentro de la dinámica turística como a continuación se detalla (tabla 1):

Tabla 1. Relación de turismo alternativo y los objetivos del desarrollo sostenible

Impacto	Económico	Social	Ambiental
Objetivo	1, 8, 10, 14	1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 16	3, 6, 8, 11, 12, 14, 15
Metas	1.2, 1.4, 8.3, 8.5, 8.8, 8.9, 10.4, 14.7	1.1, 1.2, 1.4, 4.4, 4.4, 5.5, 5.a, 8.8, 9.1, 10.3, 11.2, 16.b	3.9, 6.1, 6.2, 6.3, 6.6, 6.b, 8.4, 11.4, 12.1, 12.2, 12.5, 12.6, 12.8, 12.b, 14.1, 15.5
Indicadores	1.2.2, 1.4.2, 8.3.1, 8.5.1, 8.5.2, 8.8.2, 8.9.1, 8.9.2, 10.4.1, 14.7.1	1.1.1, 1.2.1, 1.2.2, 1.4.1, 1.4.2, 4.4.1, 5.5.1, 5.5.2, 5.a.1, 5.a.2, 8.8.1, 9.1.1, 9.1.2, 10.3.1, 11.2.1, 16.b.1	3.9.1, 3.9.2, 3.9.3, 6.1.1, 6.2.1, 6.3.1, 6.3.2, 6.6.1, 6.b.1, 8.4.1, 8.4.2, 11.4.1, 12.1.1, 12.2.1, 12.2.2, 12.5.1, 12.6.1, 12.8.1, 12.b.1, 14.1.1, 15.5.1

Fuente: elaboración propia con datos de Naciones Unidas (2017, 2023).

Para el desarrollo del segundo objetivo específico, se tomó como base la relación encontrada en el primer objetivo y se determinaron las unidades de análisis para el diseño de la propuesta y aplicación de una entrevista semiestructurada dirigida a empresarios de turismo alternativo del área de estudio (tabla 2).

Tabla 2

Impactos	Unidades de análisis	Descripción
Económicos	Generación de ingresos directos e indirectos del turismo	Aspectos relacionados con la experiencia y relaciones sociales de las personas que trabajan en el cambios en la situación económica a partir de labor en el turismo, condiciones laborales como prestaciones médicas, jornada laboral, capacitaciones, incentivos, salario por la jornada laboral o prestación de sus servicios: percepción de los trabajadores sobre las condiciones labores e identificación de posibles áreas de mejora; datos sociodemográficos como sexo, edad, condición de discapacidad, empleo actual y ocupación.
	Ingresos obtenidos a través del ámbito laboral turístico	
	Generación de empleo y condiciones laborales	
	Desarrollo humano dentro del ámbito laboral turístico	
Sociales	Vulnerabilidad social laboral	Relación de los empresarios con los habitantes de la comunidad y los turistas, incluyendo experiencias de rechazo, discriminación o acoso; vulnerabilidad física de los trabajadores por riesgos y posibles accidentes actividades cotidianas; condiciones de acceso de la comunidad y uso de tecnologías de la información y comunicación en el entorno comunitario y familiar.
	Vulnerabilidad laboral física	
	Accesibilidad y transporte	
	Competencias en tecnologías de la información y comunicación	
Ambientales	Cambio de la composición y estructura de los recursos naturales	Cambios percibidos en los recursos naturales de la comunidad y espacios cercanos utilizados para actividades turísticas, incluyendo limpieza y contaminación de cuerpos de agua, reconocimiento y valoración de flora y fauna local, participación comunitaria y empresarial en acciones de conservación de recursos naturales utilizados en la prestación de servicios turísticos.
	Ruido, contaminación y limpieza de la comunidad	
	Factores que explican los cambios del deterioro y modificación de recursos naturales	
	Importancia de la conservación de la ambiental comunitaria	
	Participación y acciones de la comunidad para la conservación ambiental	
	Participación y acciones de la empresa para la conservación ambiental	

Fuente: elaboración propia.

Como resultado, se obtuvo un instrumento de 44 preguntas, de las cuales 12 están relacionadas con aspectos sociodemográficos, nueve de impactos económicos, 11 sociales y 12 ambientales. Una vez diseñada la entrevista, se aplicó a empresarios que ofertan sus servicios en las comunidades del área de estudio, los cuales fueron identificados previamente a través de redes sociales, páginas de promoción turística, trípticos digitales y en bola de nieve con la visita de cada una de las comunidades del área de estudio. La aplicación del instrumento se llevó a cabo del 16 de septiembre al 27 de octubre del 2023, con un promedio de entre 20 a 45 minutos de duración por cada entrevista.

Descripción de empresarios participantes

En la tabla 3, se caracteriza a los 22 empresarios participantes en las entrevistas aplicadas en 10 comunidades. La mayoría hombres y de edad de entre 18 y 65 años. Las escolaridades más destacadas entre su formación académica fueron la preparatoria (nivel medio superior) y licenciatura (nivel superior). Respecto a su lugar de nacimiento y residencia, se observan coincidencias en la mayoría de los casos, sin embargo, también se diferencia que en algunos casos el lugar de nacimiento pertenece al estado de Quintana Roo y en otros en diferentes estados de la República mexicana. A pesar de estas diferencias, el tiempo de residencia de la mayoría es de más de la mitad de la edad de las personas, lo que su identidad está más relacionada con la comunidad donde viven actualmente que con su lugar de origen. Se presentó un solo caso en el que el empresario cuenta con la capacidad diferente de lenguaje de señas en la oferta de sus servicios.

Por su parte, el tipo de empresa turística con la que cuentan, se observa el servicio de tour operadora y el servicio de hospedaje en su mayoría y seguidamente por el club de playa. La antigüedad laboral en sus empresas se presenta en tres grandes rangos que oscilan de entre los 6 meses a menos de un año, entre un año y los siete años, y finalmente de entre 11 y 30 años.

Tabla 3. Descripción empresarios participantes

N.	Comunidad	Sexo	Edad	Escolaridad	Lugar de nacimiento	Tiempo de residencia	Tipo de empresa	Antigüedad laboral
1	Buнавista	Hombre	46	Carrera Técnica	Cancún	3 años	Servicio de hospedaje	6 meses
2	Buнавista	Mujer	26	Licenciatura	Buнавista	26 años	Servicio de hospedaje	2 años
3	Buнавista	Mujer	33	Secundaria	Buнавista	20 años	Baњeario público	1 año
4	Cacao	Hombre	38	Preparatoria	Chetumal	38 años	Taller gastronómico	4 años
5	Cacao	Hombre	37	Licenciatura	Oaxaca	26 años	Baњeario privado, hospedaje y etnoturismo	12 años
6	Cacao	Hombre	67	Ningún estudio	Veracruz	50 años	Taller gastronómico	menor a 1 año
7	Huay Pix	Hombre	33	Secundaria	Edo. México	25 años	Tour operadora	3 años
8	Huay Pix	Mujer	40	Licenciatura	Chetumal	40 años	Servicio de hospedaje, alimentos y bebidas	1 año
9	La Unión	Hombre	44	Maestría	Veracruz	43 años	Tour operadora	10 años
10	La Unión	Hombre	62	Licenciatura	Nayarit	58 años	Tour operadora	20 años
11	Laguna Guerrero	Hombre	32	Maestría	Chetumal	32 años	Servicio de hospedaje	10 a 14 años
12	Laguna Guerrero	Hombre	34	Maestría	Cozumel	13 años	Parque recreacional	5 años
13	Raudales	Hombre	40	Secundaria	Chetumal	40 años	Tour operadora	7 años

N.	Comunidad	Sexo	Edad	Escolaridad	Lugar de nacimiento	Tiempo de residencia	Tipo de empresa	Antigüedad laboral
14	Raudales	Hombre	18	Universidad	Chetumal	18 años	Servicio de hospedaje	1 año
15	Raudales	Hombre	37	Secundaria	Chetumal	19 años	Tour operadora	5 años
16	Xul Ha	Hombre	43	Maestría	Chetumal	43 años	Servicio de hospedaje y club de playa	1 año
17	Xul Ha	Hombre	56	Preparatoria	Chetumal	56 años	Club de playa	18 años
18	Xul Ha	Hombre	52	Primaria	Tabasco	10 años	Club de playa	5 años
19	Xul Ha	Hombre	44	Preparatoria	Chetumal	44 años	Tour operadora	23 años
20	Calderitas	Hombre	48	Licenciatura	Chetumal	48 años	Tour operadora	1,5 años
21	Ramonal	Mujer	35	Secundaria	Ramonal	35 años	Balneario privado y parque ecoturístico	30 años
22	Tres Garantías	Hombre	65	Licenciatura	Ciudad de México	8 años	Parque recreacional	11 años

Fuente: elaboración propia.

Después de la aplicación del instrumento, se desarrolló el último objetivo específico mediante el análisis mixto de los resultados de la percepción por cada impacto: económicos, sociales y ambientales con una visión integral del área de estudio, especificando características particulares por comunidad. Para la representación de la información encontrada se utilizaron gráficas de pastel, que se discute con una descripción detallada sobre los impactos económicos, sociales y ambientales.

Resultados

Los siguientes resultados están ordenados en tres apartados: impactos económicos, impactos sociales e impactos ambientales. En cada uno se presenta previamente a través de una tabla, la relación entre las unidades de análisis con los objetivos, metas e indicadores que establece la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2015) y cómo se identifican en la adaptación de las preguntas perceptivas aplicadas en la entrevista diseñada. Se presentan de forma mixta los resultados interpretados cualitativamente y explicativa cada unidad establecida.

Impactos económicos

En total se identificaron cuatro objetivos, ocho metas y diez indicadores relacionados con los impactos económicos que perciben los empresarios en las comunidades donde ofertan sus servicios turísticos (tabla 4).

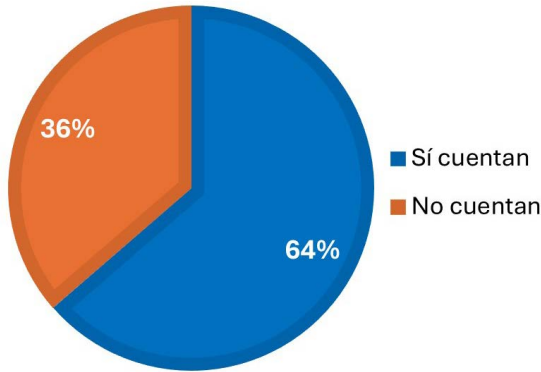
Tabla 4. Unidades de análisis: impactos económicos

IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES				
Unidades	Objetivos	Metas	Indicadores	Guion de preguntas
Generación de ingresos directos e indirectos del turismo	8	8.5	8.5.2	Sexo Edad Capacidad diferente Empleo actual o a qué se dedica
Ingresos obtenidos a través del ámbito laboral turístico	8	8.9	8.9.1, 8.9.2	¿Cuánto es el salario mensual que usted percibe en su trabajo? ¿Cuántas personas trabajan en turismo en su familia? ¿Cómo ha cambiado su situación económica en general a partir de laborar en el ámbito turístico?
Generación de empleo y condiciones laborales	8, 10, 14	8.3, 8.5, 8.8, 10.4, 14.7	8.3.1, 8.5.1, 8.8.2, 10.4.1, 14.7.1	¿Qué tipo de prestaciones médicas o sociales ofrece su empresa turística? ¿Cuántas horas laboran al día y cuánto perciben por su jornada sus trabajadores? ¿Considera que la jornada y condiciones laborales que ofrece su empresa son adecuadas? ¿Por qué? ¿Existe algún aspecto que le gustaría cambiar del trabajo que ofrece en su empresa? ¿Usted conoce los derechos laborales de sus empleados? ¿Cómo cuáles?
Desarrollo humano dentro del ámbito laboral turístico	1	1.2, 1.4	1.2.2, 1.4.2	¿En su trabajo recibe o brinda a sus trabajadores capacitación, incentivos o remuneraciones adicionales a los establecidos en su contrato? ¿Cuenta con los derechos de propiedad del lugar donde brinda sus servicios?

Fuente: elaboración propia.

El 64 % de las empresas cuentan con los derechos de propiedad del lugar donde se ofertan los servicios, mientras que el 36 % no (gráfica 1), por lo cual pagan una renta, permiso o concesión para poder operarlos.

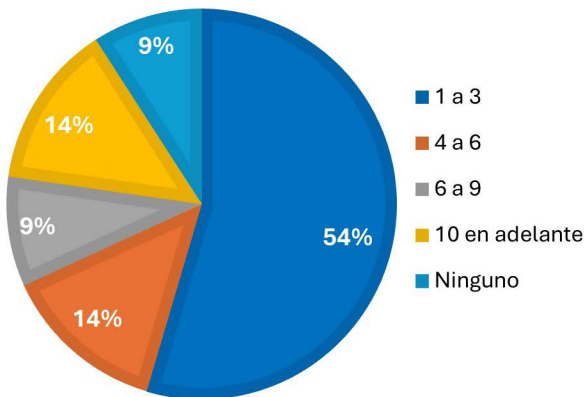
Gráfica 1. Derechos de propiedad



Fuente: elaboración propia.

La conformación de la empresa en su mayoría está integrada por lo menos de 1 a 3 integrantes de la familia del empresario (54 %), seguido por 4 a 6 y más de 10 miembros de la familia (ambos con el 14 %) y en menor porcentaje en el rango de 6 a 9 y de ningún integrante (ambos con el 9 %) (gráfica 2).

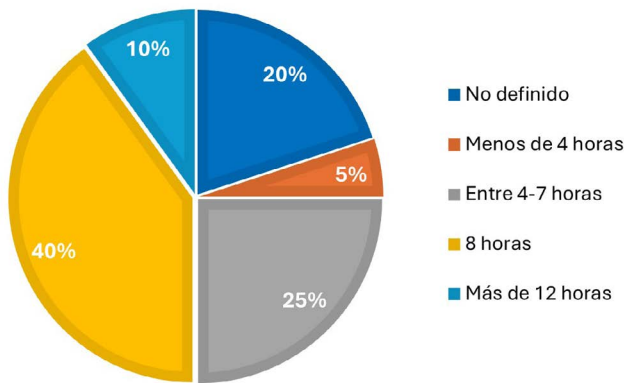
Gráfica 2. Integrantes de la familia que trabajan en la empresa turística



Fuente: elaboración propia.

La gráfica 3 muestra los resultados respecto a la jornada laboral. Se observa que en su mayoría los trabajadores en estas empresas laboran jornadas completas de 8 horas por día (40 %), seguido de las jornadas de entre 4 a 7 horas (25 %) lo que se considera como medio tiempo o tiempo parcial. Por otro lado, es significativo observar el 20 % de los horarios no definidos, pues depende de temporadas atípicas (como fines de semana o pago de quincenas) y servicios demandados especiales (sin jornada fija).

Gráfica 3. Jornada laboral de los trabajadores



Fuente: elaboración propia.

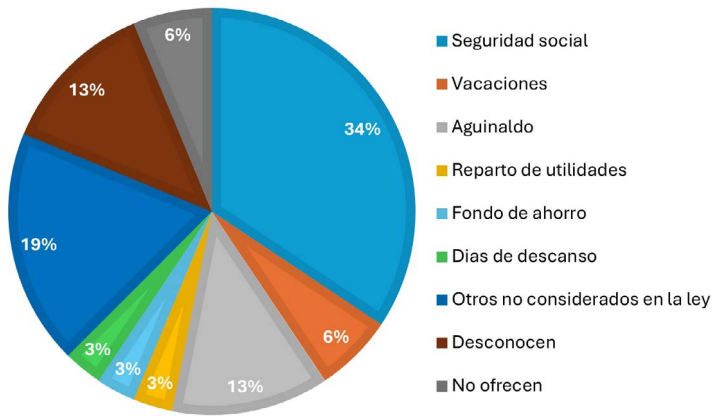
En las jornadas de más de 12 horas, significa que son empresas con poco personal o que los mismos dueños operan los servicios y determinan permanente su horario de servicio. Los casos mínimos, que representan el 4 % del total, son jornadas reducidas a menos de cuatro horas ya que se pagan por la duración del servicio que ofrecen.

En este sentido, los salarios recibidos por la jornada laboral de ocho horas son de entre \$ 300 y \$ 2,500 pesos mexicanos. Para las medias jornadas de cuatro a siete horas es de entre \$ 250 y \$ 800 pesos y entre los \$ 300 pesos por cada tour o servicio ofrecido. Aunque diferentes empresas turísticas ofrecen los servicios, la diferencia de los salarios no depende tanto del perfil de los puestos, sino de la demanda que existe en los días laborados, pues normalmente una sola persona podría realizar labores distintas en sus jornadas dependiendo de los días en que reciban o no a los clientes. Por otro

lado, la diferencia en los salarios también depende del nivel de posicionamiento de cada empresa. En una se puede trabajar a tiempo completo y recibir el mismo salario que en otra donde se trabaja la mitad de las horas laborales.

De acuerdo con la gráfica 4, del total de las respuestas obtenidas, se observa que la prestación que más ofrecen los empresarios a los trabajadores son la seguridad social (34 %), el aguinaldo (13 %) y vacaciones (6 %).

Gráfica 4. Prestaciones sociales que ofrece la empresa



Fuente: elaboración propia.

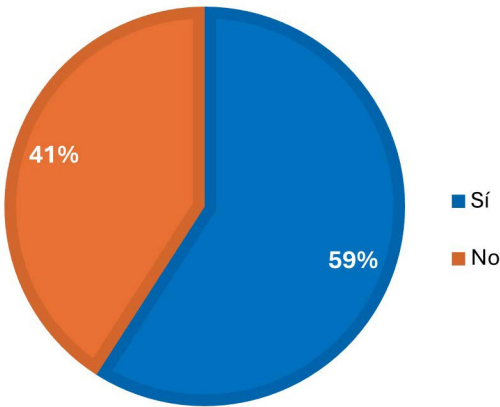
Es importante resaltar que el 19 % mencionaron aspectos no contemplados como parte de las prestaciones sociales que marca la ley, en otros casos no ofrecen prestaciones (6 %) e incluso casos en el que desconocen del tema (3 %). Algunas prestaciones que conocen pero que no se ofrecen ya sea porque no se ha presentado el caso o no aplica para el tipo de jornada que reciben sus trabajadores son el pago de horas extras, horario de comida, horario para lactancia y permisos extraordinarios.

Al preguntar sobre los aspectos que cambiarían en sus empresas, la mayoría destacó cuestiones administrativas como contratar más personal para distribuir mejor el trabajo, aumentar los sueldos, buscar financiamiento para comprar más material, desarrollar proyectos, mejorar infraestructuras y facilitar el acceso.

También mencionaron aspectos técnicos y de desarrollo profesional, como aumentar los tours o servicios disponibles, desarrollar habilidades para coordinar eficazmente con el personal y promover puestos en el área de recursos humanos.

Los resultados de la gráfica 5 muestran que en su mayoría (59 %), las empresas ofrecen a sus trabajadores capacitación a través de cursos de primeros auxilios o inglés por mencionar algunos, así como incentivos y remuneraciones como propinas, gratificaciones y uniformes.

Gráfica 5. Capacitación, incentivos y remuneraciones



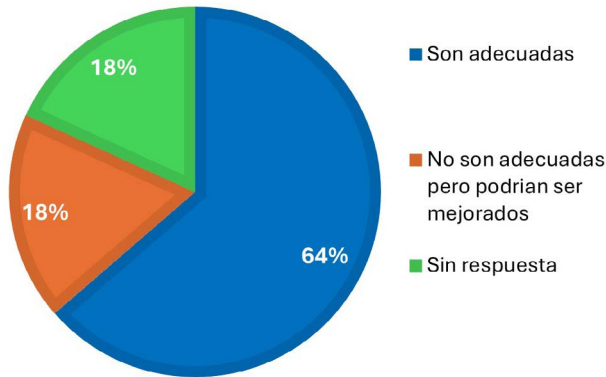
Fuente: elaboración propia.

En otros casos (41 %), se menciona que aún no se aplican estos beneficios adicionales a los establecidos en los contratos porque las empresas están conformadas por la propia familia o se tienen uno o dos trabajadores máximo, lo que se maneja distinto a lo que se estila y a cambio se ofrece un horario más flexible o se proporciona alimentos.

Al preguntar sobre cómo consideran la jornada y condiciones laborales de sus empresas, la mayoría coincide en que son adecuadas (64 %) porque va según los salarios que se paga en la zona, incluso en algunos casos se paga más en comparación con otros lugares similares, y consideran que se cumplen en sus obligaciones, no se les exige mucho a los trabajadores, se capacita, ofrecen

jornadas dinámicas y de contacto con el cliente y reflejan el gusto por las actividades que realizan. Por su parte el 18 % reconoció que por ahora no ofrecen jornadas y condiciones laborales adecuadas a sus trabajadores debido a que es lo más que pueden ofrecer por la baja demanda de los servicios que ofrecen y eso limita las condiciones. Sin embargo, también expresaron el interés por mejorar la situación a la par que sus empresas incrementen sus ventas e incluso puedan ofrecer trabajo a integrantes de la comunidad (gráfica 6).

Gráfica 6. Percepción acerca de la jornada y condiciones laborales



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, fue relevante preguntar de qué manera ha cambiado su situación en general a partir de laborar en el ámbito turístico, a lo que se recibieron respuestas positivas encaminadas a que sí han percibido cambios en beneficio orientados a la satisfacción de trabajar conociendo otras culturas y aprender todos los días en algo que realmente les gusta hacer y se disfruta, además porque el ingreso familiar ha aumentado y en muchos casos porque el hecho de vivir en la comunidad donde se ofertan los servicios, les permite administrar mejor sus negocios. Por su parte también en algunos casos mencionaron que ha sido muy complicado mantener la empresa, que se han priorizado los recursos para reinvertir y apenas alcanza para sobrevivir y pagar al personal contratado porque los ingresos son austeros y de lento aumento.

Impactos sociales

En total se identificaron siete objetivos, 11 metas y 16 indicadores relacionados con los impactos sociales que perciben los empresarios en las comunidades donde ofertan sus servicios turísticos (tabla 5).

Tabla 5. Unidades de análisis: impactos sociales

IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES				
Unidades	Objetivos	Metas	Indicadores	Guion de preguntas
Vulnerabilidad laboral social	10	10.3,16.b	103.1, 16.b.1	¿Alguna vez se ha sentido rechazado, discriminado o acosado por parte de los habitantes de la comunidad? ¿En qué sentido? ¿Se ha sentido rechazado, discriminado o acosado por parte de los turistas a quienes les ha brindado servicio? ¿En qué sentido?
Vulnerabilidad laboral física	1,5,8	1.1, 1.2, 1.4, 5.5, 5.a, 8.8	1.1.1, 1.2.1, 1.22, 1.4.1, 1.4.2, 55.1, 5.5.2, 5.a.1, 5.a.2, 8.8.1	¿Qué tan frecuente es que existan accidentes en la jornada laboral turística de su empresa? ¿Qué tan graves han sido los accidentes presentados?
Accesibilidad y transporte	9,11	9.1,112	9.1.1, 9.1.2, 11.2.1	¿Considera que el acceso a la comunidad es transitable todo el año? ¿A qué distancia de la comunidad está la carretera más transitada? ¿Qué tipos de transporte usted tiene acceso para su movilidad? ¿Considera que los transportes que existen en la comunidad son de fácil acceso para usted o para los turistas?
Competencias en tecnologías de la información y comunicación	4	4.4	4.4.1	¿Hay señal de comunicación en la comunidad? ¿Cuenta con acceso a internet? ¿Usted o su familia cuenta con capacidades en tecnologías de la información y comunicaciones (uso de computadora y celulares, así como sus aplicaciones y programas correspondientes en internet) y cómo incide en su trabajo?

Fuente: elaboración propia.

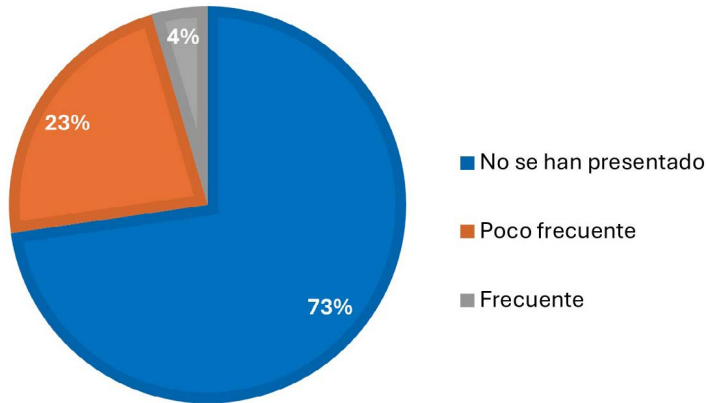
La mayoría de los empresarios (60 %) han experimentado en algún momento actos de rechazo, discriminación o acoso por parte de integrantes de la comunidad. Atribuyen esta situación a ser nuevos en la comunidad, notando que, con el tiempo y la interacción, estos actos disminuyen y terminan siendo aceptados en el mismo estilo de vida. Añaden que, las comunidades al estar conformadas por grandes grupos familiares, es común que al principio se deba ganar la confianza de los demás.

En algunos casos la gente de la comunidad hace comentarios de rechazo o sobreestimar lo que se realiza en las actividades de turismo y están en desacuerdo a que se realicen, cometen vandalismo en establecimientos de las empresas e incluso a veces se enojan cuando se le invita a la conservación del medio ambiente. En casos extremos han negado el ingreso a los turistas que llegan a visitar la comunidad.

La mayoría las respuestas determinó que en general no se recibe rechazo, acoso o discriminación por parte de los turistas (77 %). Sin embargo, en algunos casos (23 %), se reciben actos de superioridad y falta de amabilidad en la forma de pedir las cosas, groserías a los empleados, malas referencias y valoraciones a través de redes sociales o suelen enojarse por pedir que se lleven su basura.

Con base en la gráfica 7, se percibe que las empresas no han presentado en su mayoría algún accidente dentro de los espacios laborales (73 %). Y en los casos que sí, han sido incidentes leves como resbalones en caminatas, picaduras leves de insectos, cortaduras en el proceso de elaboración de alimentos o cuando algún visitante es alérgico en la piel o de algún alimento. Sin embargo, ninguno de los motivos presentados representa una situación de gravedad que requirió la intervención de algún servicio especializado de la salud.

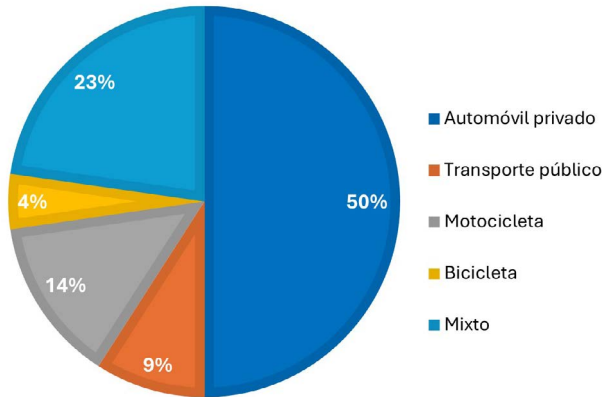
Gráfica 7. Frecuencia de accidentes en el campo laboral



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los aspectos de movilidad, la gráfica 8 muestra que un 50 % de los empresarios cuentan con automóvil privado como transportación, seguidamente con movilidad mixta (23 %) y por motocicleta (14 %) y en menor presencia quienes su movilidad es a través de transporte público (9 %) y por bicicleta (4 %). Para la movilidad de turistas y visitantes, establecen que también hay transportación accesible para llegar a las comunidades que lo hacen por servicio de cambio, taxi o en algunos casos por transportación privada con empresas contratadas. Solo en los casos de las comunidades de Buena Vista, Huay Pix, La Unión y Ramonal, se comentó que no cuentan con servicios públicos para la movilidad interna.

Gráfica 8. Tipo de transportación para movilidad



Fuente: elaboración propia.

En este sentido, a pesar de la variación de la cercanía entre las comunidades a la carretera federal la cual oscila entre los 200 metros como en el caso Huay Pix o hasta los 90 kilómetros como en la comunidad de La Unión, la mayoría de los empresarios consideran que el acceso a las comunidades es transitable todo el año. Sin embargo, en algunos casos existen temporadas de lluvia donde se inunda o se forman baches en las carreteras lo cual dificulta el acceso. Otro aspecto mencionado es la aglomeración y tráfico en las carreteras principales debido a la época de corte de caña de azúcar o la construcción del Tren Maya que deriva la presencia de transporte de carga pesada.

Finalmente, respecto al acceso a capacidades en tecnologías de información y comunicación, todos los empresarios tienen las facilidades y si ellos directamente no las manejan, los hijos realizan estas tareas. Mencionan que la importancia de contar con ellas radica en que de ello dependen sus ventas y la promoción de sus servicios por lo que han desarrollado esas capacidades pues la actividad así lo demanda, sobre todo para captar turistas que llegan de otros estados o países. Entre las tecnologías destacadas están el móvil, la computadora, iPad, radios y el manejo de redes sociales que sirve para contactarse con turistas, empleados o incluso para cobro por tarjeta. En contraste, hay lugares donde se ofrecen servicios turísticos que aún no tienen acceso a internet o señal de comunicación, ya que están fuera de las comunidades, que sí cuentan con estos servicios.

Impactos ambientales

En total se identificaron siete objetivos, 16 metas y 21 indicadores relacionados con los impactos ambientales que perciben los empresarios en las comunidades donde ofertan sus servicios turísticos (tabla 6).

Tabla 6. Unidades de análisis: impactos ambientales

IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES				
Unidades	Objetivos	Metas	Indicadores	Guion de preguntas
Cambio de la composición y estructura de los recursos naturales	6	6.6	6.6.1	¿Ha percibido usted algún cambio en los recursos naturales de la comunidad donde presta servicios turísticos? ¿Qué cree que ha ocasionado los cambios? ¿Los cuerpos de agua de la comunidad (ríos, lagunas, etc.) se han modificado a través de los años?
Ruido, contaminación, y limpieza de la comunidad	3, 6, 12, 14	3.9, 6.1, 6.2, 6.3, 12.2, 14.1	3.9.1, 3.9.2, 3.9.3, 6.1.1, 6.2.1, 6.3.1, 6.3.2, 12.2.1, 12.2.2, 14.1.1	¿Qué aspectos negativos considera que ha traído o ha agravado el turismo en la comunidad? ¿Considera que el ruido y la contaminación de la comunidad se producen debido a la actividad turística? ¿De qué forma? ¿En general cómo considera la limpieza de la comunidad? ¿Generan desechos de basura o aguas negras en los cuerpos de agua?
Factores que explican los cambios del deterioro y modificación de los recursos naturales	8	8.4	8.4.1, 8.4.2	¿Qué acciones cree usted que ha generado el deterioro y modificación de los recursos naturales de la comunidad?

IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES				
Unidades	Objetivos	Metas	Indicadores	Guion de preguntas
Importancia de la conservación ambiental comunitaria	15	15.5	15.5.1	¿Qué importancia tiene la conserva de los recursos naturales de la comunidad? ¿Conoce flora o fauna en la región de la comunidad que se encuentre un peligro de extinción? ¿Qué flora o fauna en la región ofrece o disfrutan los turistas a los que presta servicios?
Participación y acciones de la comunidad para la conservación ambiental	6, 11, 12	6.b, 11.4, 12.1, 12.5, 12.8, 12.b	6.b.1, 11.4.1, 12.1.1, 12.5.1, 12.8.1, 12.b.1	¿Participa o alguna vez ha participado con los miembros de la comunidad en acciones para la conservación ambiental? ¿Cómo cuáles?
Participación y acciones de la empresa para la conservación ambiental	12	12.6	12.6.1	¿Qué acciones realiza su empresa para la conservación ambiental y cultural de la comunidad donde oferta sus servicios? ¿Qué acciones y recomendaciones principales les brinda a los turistas para conservar los recursos naturales y culturales de la comunidad donde oferta sus servicios?

Fuente: elaboración propia.

Respecto a los cambios en los recursos naturales de las comunidades donde se realizan actividades turísticas, los empresarios tienen una percepción dividida en un 50 % respectivamente. Algunos cambios negativos se perciben en el impacto visual en los ecosistemas y recursos naturales, así como el impacto en la presencia de flora y fauna como el de los manatíes u otras especies en riesgo o peligro de extinción. Las principales razones que se atribuyen en estas modificaciones son por el cambio climático, la llegada de turistas, la contaminación del agua, la tala de árboles, el cultivo de caña, la agricultura, la explotación ilegal de madera, el crecimiento

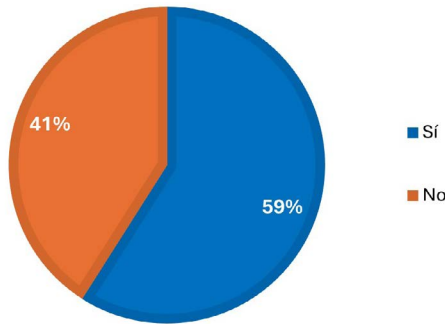
poblacional, el aglomeramiento en espacios naturales y el uso de lanchas motorizadas.

Entre la percepción positiva radica en que la gente de la comunidad y los visitantes valoran y aprecian los lugares naturales y se preocupan por su conservación, lo cual consideran que no presentan impacto cuando se monitorean adecuadamente estos espacios. Mencionan que las actividades turísticas en las comunidades han traído aspectos negativos como mayor demanda en los servicios públicos y generación de basura, así como aspectos positivos como el que la gente pretende generar turismo para atraer mayor inversión en infraestructuras en las comunidades.

La gráfica 9 muestra en su resultado que los cuerpos de agua de las comunidades como ríos, lagunas, esteros, etcétera han presentado modificaciones a través de los años (59 %). Esto se ve en el color del agua, en la pérdida de vegetación y suciedad, atribuida a las actividades económicas realizadas en ellas o cercanas a ellas, el aumento de población y la falta de infraestructura básica como el drenaje, provocando que las aguas negras se derramen en pozos o cuerpos de agua, y por cuestiones naturales climáticos como épocas de lluvia o huracanes.

La percepción de la limpieza en las comunidades varía de acuerdo con las circunstancias que presenta cada una. Por ejemplo, en casos como en la comunidad de Buena Vista, Cacao y La Unión, se consideran regular y mala (41 % y 23 % respectivamente) y no se cuenta con servicio de recoja de basura, lo que provoca que la gente realice quema de su basura, genere humo y contaminación aunado a las evacuaciones de animales domésticos que despiden olores desagradables.

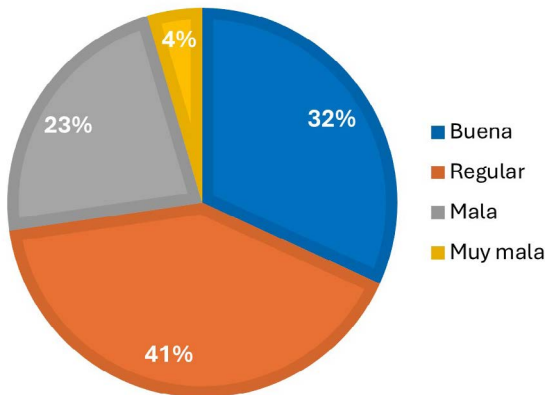
Gráfica 9. Percepción de la modificación en los cuerpos de agua



Fuente: elaboración propia.

En otros casos como Tres Garantías, Ramonal y Calderitas se consideran en buenas condiciones (32 %) ya que se mantienen limpias las calles porque se trabaja en conjunto con los residentes para controlar el tema de la basura (gráfica 10).

Gráfica 10. Percepción de la limpieza en la comunidad



Fuente: elaboración propia.

Los empresarios coinciden en que existe una gran variedad de flora y fauna que se puede encontrar en las comunidades y que disfrutan los visitantes o turistas que realizan actividades turísticas en ellas. Entre la flora destacaron ecosistemas endémicos como el manglar y los estromatolitos, árboles frutales como el coco y el zapote, plantas gastronómicas y medicinales como la chaya y la albahaca, especies maderables como la caoba y el cedro y especies

ornamentales como las orquídeas. Por su parte, destacaron la fauna de aves como pericos, pájaros carpinteros, tucanes, patos, lechuzas, murciélagos, búhos y faisanes; mamíferos como el tapir jaguar, tigrillo, cereque, venado, jabalí, mapaches, tejones tortugas, ardillas y monos; especies acuáticas como los manatíes, delfines, variedades de peces; así como reptiles conformados por iguanas, serpientes y cocodrilos.

Para la mayoría de los empresarios la conservación ambiental de las comunidades es muy importante debido a que de ello dependen sus actividades laborales focalizadas en el turismo. Adicional que lo consideran como parte importante para la vida no solo de la comunidad sino de todos los involucrados en ella (flora y fauna).

En este sentido, su participación en acciones de conservación ambiental junto con la comunidad también les resulta importante (64 %) por lo que colaboran en la recolección de basura, en la limpieza de los cuerpos de agua y áreas comunes en las carreteras de acceso a los atractivos turísticos y carreteras, reforestación, actividades de reciclaje e intercambio de botellas de PET por mercancía, implementan cursos, talleres y proyectos sobre conservación o cuidado del agua, invitan a gente de la comunidad a sus actividades para mostrar las riquezas ambientales con lo que cuentan y crear conciencia de conservación. En contraste, el 36 % de los empresarios indican que no colaboran directamente y no participan. Sin embargo, estas acciones las realizan por cuenta propia a pesar de no ser invitados a participar en conjunto.

Dentro de las acciones de conservación ambiental que de manera interna establecen en sus empresas son entre las más destacadas la utilización de biodigestores, se evitan en los servicios de alojamiento la instalación de aires acondicionados, implementación de insumos ecológicos y biodegradables evitando los productos químicos, la separación de basura y residuos sólidos, reglamentos internos y códigos de ética de respeto al medio ambiente, limpieza permanente en los recursos naturales donde se realizan las actividades turísticas, se fomenta el reciclaje, se asignan espacios especiales para fumadores, colocación de letreros restrictivos e informativos que fomenten la ética en los visitantes. Y aplican recomendaciones a los turistas que reciben como bloqueador biodegradable y productos ecológicos, y al cumplimiento de reglamentos de conducta para respetar el medio ambiente y a la comunidad.

Discusiones

La investigación realizada muestra varias coincidencias con estudios recientes en diversos aspectos clave. Las similitudes en los conflictos de intereses (Sethy y Senapati, 2023), la participación comunitaria (Sethy y Senapati, 2023), los impactos ambientales y culturales (Nguyen, Lee y Warren, 2023), y la importancia de las competencias del personal turístico resaltan la relevancia de abordar estos temas de manera integral (Kartika, 2023). Estas coincidencias refuerzan la validez de los hallazgos y subrayan la necesidad de políticas y estrategias que promuevan un desarrollo turístico más sostenible y participativo en la región. Integrar enfoques participativos y mejorar la infraestructura y las condiciones laborales son pasos esenciales para fortalecer el turismo alternativo y asegurar beneficios equitativos para todos los involucrados.

Los impactos económicos quizá son las principales barreras de los empresarios locales. Por una parte se considera como una ventaja que los empresarios cuenten con los derechos de propiedad de los lugares en dónde ofertan sus servicios y que su plantilla de personal trabajadora esté conformada por algún miembro de su familia ya que les ha permitido mantener sus servicios a través del tiempo a pesar de la mínima demanda y en escenarios no previstos como la pandemia, temporadas bajas o de huracanes, ya que no se crean compromisos laborales con gente ajena y esto les permite realizar actividades tradicionales como la agricultura, pesca u oficios que realizan en localidades aledañas como en Chetumal o Bacalar. Sin embargo, esta condición ha derivado desigualdades como la inestabilidad de horarios en las jornadas laborales, de prestaciones sociales y salarios recibidos, y limitadas, nulas o excluyentes capacitaciones, remuneraciones e incentivos, que varían por empresas. Adicional a que cuentan con infraestructura básica y pocos recursos para inversión y mantenimiento.

Los impactos económicos quizá son las principales barreras de los empresarios locales. Por una parte se considera como una ventaja que los empresarios cuenten con los derechos de propiedad de los lugares en dónde ofertan sus servicios y que su plantilla de personal trabajadora esté conformada por algún miembro de su familia ya que les ha permitido mantener sus servicios a través del tiempo a pesar de la mínima demanda y en escenarios no previstos como la pandemia, temporadas bajas o de huracanes, ya que no se

crean compromisos laborales con gente ajena y esto les permite realizar actividades tradicionales como la agricultura, pesca u oficios que realizan en localidades aledañas como en Chetumal o Bacalar. Sin embargo, esta condición ha derivado desigualdades como la inestabilidad de horarios en las jornadas laborales, de prestaciones sociales y salarios recibidos, y limitadas, nulas o excluyentes capacitaciones, remuneraciones e incentivos, que varían por empresas. Adicional a que cuentan con infraestructura básica y pocos recursos para inversión y mantenimiento.

Los impactos sociales destacaron acciones que han enfrentado empresarios con integrantes de la comunidad en su proceso de adaptación y aceptación al demostrar que son personas que no representan amenaza para los integrantes comunitarios. Esto podría considerarse no como algo negativo sino más bien como actos de reconocimiento y valoración a su identidad y pertenencia, rasgos importantes en manifestaciones culturales de las propias comunidades que reflejan que estas características aún siguen vivas. Efecto distinto sucede cuando estas acciones no se presentan con turistas, ya que reflejan el hecho que la mayoría no haya recibido actos de rechazo, acoso o discriminación, alude a un factor importante positivo y que significa el perfil del turista es socialmente responsable. Por otra parte, el hecho de que por el tipo de actividades que ofertan los empresarios se caracterizan por ser de bajo impacto orientados al turismo de naturaleza, es de reconocer que existe un mínimo riesgo de accidentes. Sin embargo, al relacionarlo con los resultados de los impactos económicos, se ha de resaltar la necesidad de cubrir capacitaciones orientadas a primeros auxilios, protección civil y prevención de riesgos, indistintamente si estas se ocupan o no.

Entre las ventajas destacadas en los impactos sociales valorados, se encuentra la accesibilidad y el tipo de transporte para movilidad entre los sitios donde se realizan las actividades y los lugares de procedencia de los visitantes que llegan de Chetumal y Bacalar por la carretera federal como acceso principal, potenciando en un futuro la movilidad a través del Tren Maya como punto de inicio de transportación disponible. Otra ventaja, es el acceso a capacidades de tecnologías de información y comunicaciones que hasta ahora manejan de forma básica para sus actividades de promoción y punto de venta. Es notorio el interés de capacitarse e invertir en herramientas que les permitan aprovechar y potenciar

su uso en el manejo de redes sociales, campañas de promoción y publicidad, diseño de páginas webs, desarrollo de proyectos, planes estratégicos y elaboración de documentos formatos digitales, lo que les permitiría participar mediante convocatorias locales, nacionales e internacionales y en la administración, innovación y gestión de empresas ante instituciones correspondientes.

Los impactos ambientales se caracterizan por cambios en los recursos naturales de manera equitativa. Pero es importante aclarar que estos cambios no lo generan de manera directa el turismo. Los empresarios mencionan que esto se refleja en la gente de la comunidad y los visitantes, aunque la percepción de valoración, apreciación y preocupación por la conservación de la flora y fauna de los ecosistemas endémicos de los lugares naturales. En este sentido, se debe prestar atención en la modificación de los cuerpos de agua y limpieza en áreas determinadas de manera prioritaria, lo cual puede atenderse con acciones de conservación ambiental y de participación con la comunidad, lo cual impactaría a escala más grande de las que están realizando de manera independiente y particularmente en las áreas que utilizan en los servicios que ofrecen.

Conclusiones

La sustentabilidad en las empresas turísticas no solo depende de la implementación de prácticas sostenibles, sino también del compromiso y liderazgo de los empresarios como actores clave en el sector. Son ellos quienes pueden impulsar el cambio hacia modelos de negocio más responsables, promoviendo la adopción de políticas ambientales, sociales y económicas que minimicen el impacto negativo del turismo en el entorno y la comunidad local. Los empresarios turísticos tienen la capacidad de influir en la toma de decisiones estratégicas, fomentar la innovación en productos y servicios más sustentables, y colaborar con otras empresas y organismos para crear alianzas en pro de la conservación del medio ambiente y el desarrollo equitativo de los destinos turísticos. Su compromiso con la sustentabilidad no solo beneficia a sus propias empresas, sino que también contribuye al bienestar de las comunidades locales y al fortalecimiento del turismo en su conjunto.

Quintana Roo, como estado de vocación turística, refleja disparidades de gestión sustentable entre sus destinos consolidados

y las iniciativas de turismo presentes en las comunidades del sur de su territorio. Si bien en las comunidades estudiadas se carece de algunas acciones encaminadas al desarrollo sostenible, principalmente por la falta de recursos económicos, infraestructura y capacitación acerca de la importancia del rol que representan, también se percibe el potencial, interés y preocupación para implementarlas.

La percepción de empresarios del sector turístico acerca de los impactos del Turismo Alternativo en comunidades del sur de Quintana Roo, México, ha permitido mostrar un escenario que determina bases para la toma de decisiones acerca de las condiciones adecuadas encaminadas al desarrollo turístico de bajo impacto y que garantice contribución a los objetivos del desarrollo sostenible. En este sentido, cubrir las necesidades de planeación y gestión de los empresarios en comunidades, focalizado en las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo sostenible, garantizando a la comunidad los beneficios anhelados mediante el turismo podría ser clave para la reinversión de los destinos turísticos, el cual también dependerá del nivel de colaboración y compromiso de los actores del turismo y cómo los empresarios juegan un papel fundamental.

Respecto a la propuesta del instrumento cualitativo, significa un esfuerzo para la contribución a los objetivos de la Agenda 2030, a escalas donde es casi imposible obtener los indicadores tal como lo establece la Naciones Unidas (2015). Sin embargo, buscar alternativas que permitan aproximarse a los indicadores, vale la pena, sobre todo en escenarios vulnerables como las comunidades cercanas a destinos turísticos que, por vocación, están potencialmente destinadas hacia el desarrollo a través del turismo.

Finalmente, se presentaron limitantes debido a que las características de las empresas en comunidades, complica la identificación de alcances de objetivos y metas. Por ello una línea futura de investigación es realizar un diagnóstico complementario que muestre aspectos de carácter económicos, sociales y ambientales con temas de formalización de las empresas comunitarias ante las autoridades correspondientes, la medición de la calidad de los servicios que se ofertan, estrategias de promoción aplicadas y la revaloración del patrimonio natural y cultural de las mismas. Lo anterior para tener una visión más clara de la gestión turística y colaboración de otros actores interesados en desarrollar el turismo en estos espacios.

Referencias

Artículos, capítulos y libros

- Azwar, H., Hanafiah, M. H., Abd Ghani, A., Azinuddin, M. y Shariffuddin, N. S. M. (2023). Community-based tourism (CBT) moving forward: Penta helix development strategy through community local wisdom empowerment. *Planning Malaysia: Journal of the Malaysian Institute of Planners*, 21(1), 72-88. <https://planningmalaysia.org/index.php/pmj/article/view/1225/907>
- Bahamonde-Rodríguez, M., Šadeikaitė, G. y García-Delgado, F. J. (2023). The effects of tourism on local development in protected nature areas: The case of three nature parks of the Sierra Morena (Andalusia, Spain). *Land*, 12(4), 898. <https://doi.org/10.3390/land12040898>
- Botha, E. (2023). Stakeholder perceptions of sustainability and possible behavior in a biosphere reserve. *Sustainable Development*, 31(5), 3843-3856. <https://doi.org/10.1002/sd.2629>
- Cornejo, J. y Chávez, R. (2023). Perception of tourism sector about community resilience in Puerto Vallarta, México in the face of a disaster such as COVID-19. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18, 1793-1801. <https://doi.org/10.18280/ijssdp.180614>
- Cueto, A. Z., Flores, F., Nájera, O. y Zepeda, R. (2016). Turismo alternativo: una propuesta para impulsar el desarrollo en dos localidades indígenas de Nayarit, México. *Teoría y Praxis*, 20, 95-123. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456149892005>
- Isaac, R. K. y Dodeen, S. (2023). Stakeholders' perspective on smart tourism development: A case study of the West Bank, Palestine. *Management & Sustainability: An Arab Review*, 3(2), 150-168. <https://doi.org/10.1108/MSAR-01-2023-0003>
- Kartika, R. D. (2023). Analysis of stakeholders participation of competency-based tourism villages development (Case Study in Sumberbulu Tourism Village, Karanganyar Regency). *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 780-786. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i3.312>
- Langridge, S. y Michaud, T. (2023). Stakeholder perceptions of managing an emergent tourist destination: The Fagradalsfjall volcanic eruption in Iceland. *Bulletin of Volcanology*, 85(11). <https://doi.org/10.1007/s00445-023-01629-0>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785). <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

- Mathieson, A. y Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman. <https://archive.org/details/tourismeconomicpoomath/page/n9/mode/2up>
- Mullo, E., Vera, V. y Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11, 178-183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2218-36202019000200178&script=sci_arttext
- Mura, P. y Slak, N. (2023). Art tourism and urban development in Mussafah, Abu Dhabi-a business owners' perspective. *Current Issues in Tourism*, 26, 2375-2388. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2136567>
- Navarro, M., Vazquez, V., Van't Hooft, A. y Reyes, J. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: Cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, 36, 7-33. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100007&lng=es&tlng=es
- Nguyen, H. V., Lee, D. y Warren, C. (2023b). A comparison of stakeholder perspectives of tourism development in Sapa, Vietnam. *Tourism and Hospitality Research*, 23(1), 17-29. <https://doi.org/10.1177/14673584221075179>
- Nguyen, H., Costanzo, L. y Karatas-Özkan, M. (2023a). Stakeholders' perceptions of sustainable entrepreneurship within the context of a developing economy. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 441-480. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1796465>
- Palacios, E., Pomboza, M., y Radicelli, C. (2020). Análisis situacional y mapeo de actores clave en el desarrollo socio-económico de un destino turístico. *Revista Espacios*, 41(1), 26-43. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n01/a20v41n01p26.pdf>
- Perkins, R., Khoo, C. y Arcodia, C. (2022). Stakeholder contribution to tourism collaboration: Exploring stakeholder typologies, networks and actions in the cluster formation process. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 304-315. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.011>
- Picornell, C. (1993). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, 11, 65-91. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24489w/Impactos%20del%20turismo.pdf>
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Roodbari, H. y Olya, H. (2024). An integrative framework to evaluate impacts of complex tourism change initiatives. *Tourism Management*, 100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104829>

- Sari, P., Sari, K., y Astuti, N. (2023). Stakeholder involvement in implementing CHSE-based health protocol in Penglipuran Tourism Village. *International Journal of Glocal Tourism*, 4(1), 42-61. <https://doi.org/10.58982/injogt.v4i1.331>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2004). *Turismo alternativo: Una nueva forma de hacer turismo*. SECTUR. <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>
- Sethy, M. K., y Senapati, A. K. (2023). Perceptions towards ecotourism practice and the willingness to pay: Evidence from Chilika coastal wetland ecosystem, Odisha. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(3), 497-513. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2023.08.001>
- Shahzalal, M., y Elgammal, I. (2023). Stakeholders' perception of accessible tourism implementation based on corporate sustainability and responsibility: A SEM-based investigation. *Tourism Review*, 78, 986-1003. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2022-0249>
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., y Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
- World Tourism Organization (WTO). (1989). The Hague Declaration on Tourism. *UNWTO Declarations*, 3(1). <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.1989.03.01>
- Zaar, M. H. (2022). Del turismo de masas al turismo rural: La coyuntura española desde las políticas de desarrollo rural y la pandemia COVID-19. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, 26. <https://doi.org/10.1344/ara2022.263.38364>

Recursos electrónicos

- Ayuntamiento de Bacalar. (2024). *Historia de Bacalar*. Bacalar Pueblo Mágico. <http://bacalar.gob.mx/turismo.html>
- Dirección de Desarrollo Turístico. (2020, septiembre 1). Turismo de aventura y naturaleza. https://www.visitchetumal.com.mx/portal/turismo_naturaleza.php
- Gobierno de México e INEGI. (2023). Informe de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. <https://agenda2030.mx/#/home>

- Naciones Unidas. (2015). Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n15/291/93/pdf/n1529193.pdf>
- Naciones Unidas. (2017). Resolución aprobada por la Asamblea General el 6 de julio de 2017. Marco de indicadores globales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las Metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://www.cielolaboral.com/wp-content/uploads/2021/07/marco_indicadores.pdf
- Naciones Unidas. (2023). La Agenda de Desarrollo Sostenible. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2019, julio 16). *Bacalar, Quintana Roo*. Gob.mx. <https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/bacalar-quintana-roo>