



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



FACTORES QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD PARA ATRAER Y RETENER
LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL TURISMO

PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTOR EN ESTUDIOS ECONÓMICO ADMINISTRATIVOS

EN LA LGAC:

GESTIÓN ORGANIZACIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL

PRESENTA

M.A. AMADA TORRES GONZÁLEZ

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

DR. ANDRÉS GUZMÁN SALA

EN CO DIRECCIÓN:

DRA. MARÍA DEL CARMEN SANDOVAL CARAVEO

VILLAHERMOSA, TABASCO, MAYO DE 2021.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



**DIVISIÓN ACADÉMICA
DE CIENCIAS
ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

DIRECCIÓN

OFICIO: D-JEP/231/2021
Villahermosa, Tabasco; a 11 de mayo de 2021

**LIC. MARIBEL VALENCIA THOMPSON
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN
Y TITULACIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
P R E S E N T E**

De conformidad con lo establecido en el Artículo 69 y 70 Fracción II y III del Reglamento General de Estudios de Posgrados de la UJAT, me permito comunicar a usted que el **Dr. Andrés Guzmán Sala**, director y la **Dra. María del Carmen Sandoval Caraveo**, codirectora, dirigieron y supervisaron la tesis:

**"FACTORES QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD PARA ATRAER Y RETENER
LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL TURISMO"**

Proyecto de investigación elaborado por la **C. Amada Torres González** egresada del Doctorado en Estudios Económico Administrativos. Los miembros del Jurado de Examen Profesional, integrado por los profesores: Dra. Gilda María Bertolini Díaz, Dra. María del Carmen Sandoval Caraveo, Dr. Andrés Guzmán Sala, Dra. Edith Georgina Surdez Pérez, Dr. Roberto Reyes Cornelio, Dra. Aida Dinorah García Álvarez y Dr. Leonardo Hernández Triano; revisaron y señalaron las modificaciones pertinentes a dicho trabajo y que el interesado efectuó. Por lo tanto, *puede imprimirse.*

ATENTAMENTE

**DR. LUIS MANUEL HERNÁNDEZ GOVEA
DIRECTOR**

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN

MAN
c.c.p. Archivo
MLXV/FJCC

Miembro CUMEX desde 2008
Consortio de
Universidades

Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, C.P. 86040 Villahermosa, Tabasco
Tel. (993) 358.15.00 Ext. 6205 y 6206 E-mail: pnpedacea@gmail.com

CARTA AUTORIZACIÓN

La que suscribe, autoriza por medio de la presente a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, para que utilice tanto en formato físico como digital la tesis de grado con título “**FACTORES QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD PARA ATRAER Y RETENER LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL TURISMO**”; de la cual soy autor y titular de los derechos de autor.

La finalidad del uso y manejo de la tesis por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa mas no limitativa para compartir su contenido en la Red Abierta de Bibliotecas Digitales y a cualquier otra red académica con las que la UJAT tenga relación.

Por lo anterior, libero a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los 03 días del mes de febrero del año 2021.

AUTORIZÓ



C. Amada Torres González

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

C. AMADA TORRES GONZÁLEZ; estudiante del programa **DOCTORADO EN ESTUDIOS ECONOMICO ADMINISTRATIVOS** con registro **PNPC 005590** de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas en la **UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO** como autor de la presente tesis para el grado de Doctor titulada “**FACTORES QUE INCIDEN EN LA CAPACIDAD PARA ATRAER Y RETENER LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL TURISMO**”.

DECLARO QUE:

Esta tesis es mi propio trabajo; con excepción de las citas en las que he dado crédito a sus autores, así mismo, afirmo que no ha sido presentada para la obtención de algún título, o grado o equivalente.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento vigente.

Villahermosa, Tabasco a 03 de febrero de 2021



C. Amada Torres González

Dedicatoria

A mis hijos, quienes son luz en mi vida y el impulso para continuar.

Agradecimiento

Agradezco a mi Padre Celestial por darme sabiduría e inteligencia para realizar este proyecto.

A la labor de mi comité, por sus opiniones y observaciones constantes las cuales dieron forma a esta investigación. Gracias Dr. Andrés Guzmán Sala, Dra. María del Carmen Sandoval Caraveo y Dra. Gilda María Berttolini Díaz.

A la coordinadora del programa la Dra. Gilda María Berttolini Díaz y a los profesores investigadores de la DACEA que fueron parte de mi formación doctoral, por compartir sus conocimientos y experiencias.

Al Instituto Tecnológico Superior de la Región Sierra por concederme el tiempo para estudiar.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico para realizar este doctorado.

Resumen

En la presente investigación el objetivo fue determinar los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo, para realizar propuestas que coadyuven el desarrollo de este sector, para ello se realizó una encuesta en la que participaron 450 administradores de hoteles, restaurantes, transporte turístico y servidores públicos del área de turismo y líderes de seis comunidades del estado de Tabasco, México, los cuales respondieron de forma voluntaria al instrumento de investigación, se realizó el análisis factorial exploratorio de los datos, en la prueba piloto y en la muestra. En ambos casos se obtuvieron valores superiores a .80 en el coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach, así mismo se evidenció validez en la estructura mediante la fiabilidad compuesta (CR, u Omega de McDonald). El análisis de los datos se realizó mediante modelos de ecuaciones estructurales (SEM), así también por medio de la estadística descriptiva y análisis de varianza ANOVA de un factor.

Los resultados presentan ajuste idóneos para el modelo de investigación propuesto, se validaron como factores de atracción y retención del turismo a los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y la comunidad, se encontró que los stakeholders moderan los elementos del turismo y de acuerdo al modelo estructural de relaciones y a los efectos totales, directos y significativos, las variables validadas se influyen recíprocamente, por lo que deben ser consideradas de manera integral en la planificación turística.

Palabras claves: Atractivos turísticos, Stakeholders, Modelo de ecuaciones estructurales.

Abstract

In the present investigation the objective was to determine the factors that attract and retain the economic activities of tourism, to make proposals that contribute to the development of this sector, for this a survey was carried out in which 450 managers of hotels, restaurants, tourist transport participated and public servants of the tourism area and leaders of six communities in the state of Tabasco, Mexico, who responded voluntarily to the research instrument, the exploratory factor analysis of the data was carried out, in the pilot test and in the sample. In both cases, values greater than .80 were obtained in Cronbach's alpha reliability coefficient, thus, validity was also evidenced in the structure through the composite reliability (CR, or McDonald's Omega). The data analysis was performed using structural equation models (SEM), as well as through descriptive statistics and one-way ANOVA analysis of variance.

The results present an ideal fit for the proposed research model, they were validated as factors of attraction and retention of tourism to tourist resources, infrastructure, accessibility, public policies and the community, it was found that stakeholders moderate the elements of tourism and according to the structural model of relationships and to the total, direct and significant effects, the validated variables influence each other, so they must be considered in an integral way in tourism planning.

Keywords: Tourist attractions, Stakeholders, Structural equations model.

Índice

Índice de tablas	XIII
Índice de figuras.....	XVI
Introducción	XVIII
Capítulo I.- Aspectos preliminares de la investigación	21
Planteamiento del problema.....	22
Pregunta general de investigación	23
Preguntas específicas de investigación.....	23
Objetivo general.....	24
Objetivos específicos.....	24
Hipótesis de investigación	25
Hipótesis particulares.....	25
Justificación	25
Limitaciones y delimitación del estudio	28
Capítulo II. Marco teórico	29
Los atractivos y recursos turísticos: métodos, técnicas e instrumentos de estudio para su desarrollo.....	30
Comprender los recursos turísticos a través de la teoría.....	36
Una aproximación de la atraktividad territorial hacia el turismo.....	40

Función e importancia de los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo	41
Modelo teórico propuesto	48
Capítulo III. Metodología.....	50
Diseño de la investigación	51
Método de investigación.....	51
Población	51
Muestra.....	52
Proceso de recolección de información	55
Desarrollo del instrumento.....	56
Tabla de especificaciones.....	58
Pilotaje.....	64
Codificación y medición del perfil demográfico de los participantes.....	64
Codificación y niveles de medición para los constructos de investigación.....	65
Fiabilidad de la prueba piloto.....	67
Validez de contenido: Juicio de expertos.....	67
Validez de estructura: Análisis factorial exploratorio	68
Fiabilidad final.....	74
Validez de constructo: Análisis factorial exploratorio de la muestra.....	74

Métodos y procesos para análisis de la información	79
Descripción de las pruebas estadísticas a emplear.....	80
Capítulo IV. Resultados	82
Exploración de los datos de campo.....	83
Datos perdidos.	83
Participantes no comprometidos.....	83
Datos atípicos.....	83
Atípicos univariantes sociodemográficos.	84
Atípicos univariantes del instrumento.	85
Atípicos multivariantes del instrumento.	85
Caracterización de la población bajo estudio.....	85
Características específicas de la muestra en estudio.....	86
Descriptivos de los constructos por dimensión de datos.	87
Supuestos para el análisis multivariante	91
Normalidad univariante y multivariante.	91
Homocedasticidad.....	96
Colinealidad.	96
Multicolinealidad.	98
Modelo de ecuaciones estructurales.....	99

Análisis factorial confirmatorio	101
Normalidad con escalas sumadas.	105
Homocedasticidad con escalas sumadas.....	106
Colinealidad de los constructos.	106
Modelo parsimonioso	108
Modelo parsimonioso con efecto moderador de los stakeholders.	109
Modelo estructural de relaciones	113
Contraste de hipótesis	117
Capítulo V. Discusión, conclusión y recomendaciones	122
Discusión	123
Conclusiones	125
Recomendaciones	127
Referencias.....	130
Apéndice	148
Apéndice A. Análisis de instrumentos.....	148
Apéndice B. Instrumento de investigación final.....	155
Apéndice C. Cédula de evaluación de jueces.	158
Apéndice D. Evaluación de jueces.	168
Apéndice E. Cálculos de W de Kendall.....	176

Apéndice F. Exploración de datos.	177
Apéndice G. Descriptivos de la muestra.	178
Apéndice H. Supuestos para el análisis multivariante.	180

Índice de tablas

Tabla 1 Clasificación de los atractivos turísticos.....	31
Tabla 2 Métodos, técnicas e instrumentos para valorizar los recursos territoriales turísticos.....	34
Tabla 3 Teorías y elementos que integran la atracción turística.....	39
Tabla 4 Muestreo de los actores para la aplicación del cuestionario.....	54
Tabla 5 Especificación operacional de las variables	59
Tabla 6 Codificación y niveles de medición del perfil del participante	64
Tabla 7 Nomenclatura de las variables	65
Tabla 8 Codificación de los ítems correspondientes a las variables.....	66
Tabla 9 Fiabilidad de la prueba piloto	67
Tabla 10 Carga factorial para la dimensión recursos turísticos	69
Tabla 11 Carga factorial para la dimensión infraestructura.....	70
Tabla 12 Carga factorial para la dimensión accesibilidad	71
Tabla 13 Carga factorial para la dimensión: políticas públicas.....	72
Tabla 14 Carga factorial para la dimensión comunidad	73
Tabla 15 Prueba de fiabilidad de la muestra.....	74
Tabla 16 Carga factorial para la dimensión recursos turísticos	75
Tabla 17 Carga factorial para la dimensión infraestructura.....	76
Tabla 18 Carga factorial para la dimensión accesibilidad	77
Tabla 19 Carga factorial para la dimensión políticas públicas	78
Tabla 20 Carga factorial para la dimensión comunidad	79

Tabla 21 Pruebas estadísticas empleadas para el contraste de hipótesis	80
Tabla 22 Actores del turismo participantes	86
Tabla 23 Descriptivos de los ítems para la variable recursos turísticos	87
Tabla 24 Descriptivos de los ítems para la variable infraestructura	88
Tabla 25 Descriptivos de los ítems para la variable accesibilidad	89
Tabla 26 Descriptivos de los ítems para la variable políticas públicas	90
Tabla 27 Descriptivos de los ítems para la variable comunidad.....	90
Tabla 28 Prueba de normalidad en Amos	95
Tabla 29 Valores iniciales del modelo de ecuaciones estructurales	100
Tabla 30 Valores de referencia, medidas de ajuste del modelo, complemento AMOS	101
Tabla 31 Valores del modelo de análisis factorial confirmatorio ajustado.....	103
Tabla 32 Fiabilidad compuesta y varianza media extraída de los constructos	104
Tabla 33 Coeficientes de Asimetría, Curtosis y Mardia	105
Tabla 34 Prueba de homocedasticidad de las variables a través del estadístico de Levene.....	106
Tabla 35 Valores del modelo estructural de relaciones ajustado.....	116
Tabla 36 Estimaciones de efecto de la variable	116
Tabla 37 Estimaciones de los efectos totales y directos estandarizados en las variables	117
Tabla 38 Cargas factoriales del modelo parsimonioso	118
Tabla 39 Efecto moderador de los stakeholders	118

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 40 Percepción de los actores del turismo Nota: Elaborado con trabajo de campo N=450.	119
Tabla 41 Percepción de los actores del turismo por zonas territoriales	120
Tabla 42 Percepción de los actores de acuerdo a su nivel de educación	121

Índice de figuras

Figura 1 Modelo del sistema turístico de Gunn	36
Figura 2 Modelo sistémico de Leiper	37
Figura 3 Marco para comprender las atracciones turísticas.....	38
Figura 4 Modelo teórico de investigación	49
Figura 5 Prueba de normalidad y correlación de los ítems de recursos turísticos	92
Figura 6 Prueba de normalidad y correlación de los ítems de infraestructura.....	92
Figura 7 Prueba de normalidad y correlación de los ítems de accesibilidad	93
Figura 8 Prueba de normalidad y correlación de los ítems de políticas públicas	93
Figura 9 Prueba de normalidad y correlación de los ítems de comunidad	94
Figura 10 Correlograma de los ítems elaborado con datos de campo en Project R 3.5.2.	97
Figura 11 Modelo de ecuaciones estructurales	99
Figura 12 Modelo de análisis factorial confirmatorio ajustado	103
Figura 13 Correlograma de los constructos	107
Figura 14 Normalidad y correlaciones de los constructos	107
Figura 15 Modelo parsimonioso N= 450.....	108
Figura 16 Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor hoteles	109
Figura 17 Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor restaurantes	110
Figura 18 Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor transporte turísticos	111
Figura 19 Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor comunidad	112
Figura 20 Modelo parsimonioso con efecto del actor gobierno	113

Figura 21 Modelo estructural de relaciones inicial..... 114

Figura 22 Modelos estructural de relaciones ajustado..... 115

Introducción

Integrar el turismo a las actividades productivas rurales puede ser una estrategia para mejorar las condiciones de vida de los pobladores (Mikery y Pérez, 2014) por lo que la presencia de territorios e identidades distintivas son activos importantes (Kieffer y Burgos, 2015), debido a que son la materia prima del turismo, a partir de ellos se puede pensar en construir una planta turística para aprovecharlos comercialmente (Boullón, 2006).

El estado de Tabasco es la puerta de entrada al sureste de México y es de los estados con mayor precipitación fluvial (Palma-López, Cisneros, Moreno, y Rincón-Ramírez, 2007), lo que favorece la riqueza de recursos naturales y de igual forma cuenta con patrimonios culturales, sin embargo, los proyectos turísticos no se han materializado (Guzmán-Sala, 2016); por lo que el estudio de los factores que atraen y retienen al turismo posibilita la identificación de los elementos de influencia y determinantes para desarrollar las actividades turísticas, desde la teoría, por medio de la revisión de la literatura disponible y empírica con los datos recolectados en campo, mediante una encuesta aplicada a los administradores de hoteles, restaurantes, transporte turístico, servidores públicos y líderes de comunidad, se hizo uso de la técnica de análisis factorial exploratorio (AFE) y de modelos de ecuaciones estructurales (SEM), este proceso se describe en los capítulos que integran la presente investigación.

El capítulo I da a conocer los aspectos preliminares de la investigación, planteamiento del problema, destacando las características relevantes que nos llevan a la interrogante central de este trabajo, enseguida se justifica la necesidad de desarrollar este

proyecto, se plantea el objetivo general y los específicos, las hipótesis y las limitaciones del estudio.

El capítulo II esta integrado por el conocimiento disponible en la literatura, el cual se organizó para fundamentar teóricamente esta investigación, en primer lugar se definieron e identificaron los atractivos turísticos, sus métodos, técnicas e instrumentos de estudio, posteriormente se enmarcaron los modelos teóricos para mayor comprensión, se hizo un acercamiento a la teoría de la atraktividad territorial y se destacó la importancia de las variables con mayor incidencia con las que finalmente se construyó el modelo teórico, manifestando así el estado del arte.

El capítulo III esta compuesto por la metodología en la cual se detalla el enfoque, tipo y método de investigación. Se especifican las características de la población y muestra; así como el diseño y validación del instrumento empleado para la recopilación de los datos de campo, se concreta la codificación de las variables, se analiza la pertinencia de los ítems y se presentan los valores de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach y se dan a conocer los resultados del análisis factorial exploratorio (AFE) de la prueba piloto y de la muestra en estudio.

El capítulo IV lo integran los resultados, el cual se inicia con la exploración de los datos, el cual se realizó con el propósito de organizarlos y prepararlos, así como también detectar problemas, dar un tratamiento y evaluación de los datos ausentes e identificar los datos atípicos, luego se caracterizó la muestra, se realizaron los descriptivos de los constructos por dimensión y los supuestos para el análisis multivariante con los datos de campo. Posteriormente, se presenta el modelo de

ecuaciones estructurales (SEM), el análisis factorial confirmatorio (AFC), la validez de estructura interna, los supuestos para el análisis multivariante aplicando el método de escalas sumadas, el modelo parsimonioso, al cual se le colocan como moderadores los stakeholders, enseguida se presenta el modelo de relaciones estructurales para diseñar las propuestas del siguiente capítulo y se cierra con el contraste de las hipótesis

Para finalizar el capítulo V presenta las conclusiones, discusión y las recomendaciones de mejora para el sector turístico, formuladas conforme a los hallazgos encontrados en la información de campo y a la literatura revisada; del mismo modo, se realizaron recomendaciones metodológicas para forjar nuevas líneas de investigación y robustecer las existentes.

Capítulo I.- Aspectos preliminares de la investigación

Planteamiento del problema

El Estado de Tabasco cuenta con una superficie de 24,731 km². de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2018), representa el 1.3 % del territorio mexicano y se localiza en el sureste, el clima es cálido húmedo, principalmente, con una temperatura media anual de 27 grados centígrados y una precipitación promedio de 2,550 mm., una tormenta en Tabasco representa lo que llueve en todo un año en estados con menor precipitación (Palma-López, Cisneros, Moreno y Rincón-Ramírez, 2007), lo que favorece al estado para contar, con diferentes recursos turísticos, dentro de la categoría de recursos naturales están los cerros entre los que destacan el Madrigal, la Pava y el Coconá; diversos lagos, lagunas como la de las Ilusiones en la capital del estado, ríos, arroyos, cascadas de agua blanca y reforma; las grutas de coconá, diversas cavernas; también cuenta con un parque nacional de reserva de flora y fauna, además tiene museos y manifestaciones culturales históricas, sitios arqueológicos como la Venta, Pomoná, Comalcalco y Malpasito, entre otros.

Asimismo destaca su folklore mediante manifestaciones religiosas, creencias populares, ferias en cada municipio que integra el estado, mercados, música, danza tales como la del Pochó, pesca de la sardina; diversas artesanías principalmente las tiras bordadas, artes populares, comidas, bebidas típicas sobresaliendo la bebida de los dioses: el pozol y sin dejar fuera las realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

Pocos recursos naturales y culturales se han aprovechado en el ámbito del turismo, como Kolem-jaa, Villa Luz en el pueblo mágico de Tapijulapa y la reserva de la

Biosfera Pantanos de Centla, sin embargo, Tabasco como destino turístico presenta problemas relacionados con la valorización de su atractividad turística, dado que como se mencionó posee una serie de riquezas de recursos naturales y culturales que no han sido explotados, desaprovechando así las posibilidades de desarrollo sociopolítico, ambiental y económico en las comunidades, cabe señalar que la presencia de territorios e identidades distintivas son activos importantes para el turismo.

En México varias iniciativas de turismo se han desarrollado, algunas con éxito y otras han quedado en el intento y algunas ni siquiera lo intentaron (Kieffer y Burgos, 2015); en este sentido, es imprescindible realizar una evaluación que permita determinar cuáles son los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo en Tabasco como territorio destino e identificar el efecto moderador de los stakeholders, es decir la relación que hay entre el grupo de interés y los elementos encontrados.

Pregunta general de investigación

¿Cuáles son los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo de manera significativa en el estado de Tabasco, México?

Preguntas específicas de investigación.

¿Cuál es el efecto moderador de los stakeholders en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo?

¿Cuál es el nivel de percepción que tienen los actores del turismo sobre los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad?

¿Existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, según la zona territorial evaluada?

¿Existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas y comunidad, de acuerdo al grado de estudio?

Objetivo general

Determinar los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo, para realizar propuestas que coadyuven el desarrollo de este sector en el estado de Tabasco, México.

Objetivos específicos.

Identificar el efecto moderador que tienen los stakeholders en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo.

Identificar el nivel de percepción de los actores del turismo sobre los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad.

Determinar si existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, según la zona territorial evaluada.

Determinar si existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas y comunidad, de acuerdo al grado de estudio.

Hipótesis de investigación

Con la finalidad de responder provisionalmente a las preguntas de investigación, se plantearon las hipótesis que sirvieron de guía durante el estudio.

H₁: Los recursos turísticos, la infraestructura, la accesibilidad, las políticas públicas y la comunidad atraen y retienen las actividades económicas del turismo de manera significativa.

Hipótesis particulares.

H₁: Los stakeholders tienen efecto moderador en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo.

H₂: El nivel de percepción de los actores del turismo sobre recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad es baja.

H₃: Existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, según la zona territorial evaluada.

H₄: Existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas y comunidad, de acuerdo al grado de estudio.

Justificación

La integración del turismo a las actividades lucrativas en las zonas rurales representa una estrategia para aportar a la mejora en las condiciones de vida de los pobladores (Mikery y Pérez, 2014), por lo que en este sentido con los resultados del estudio se podrán identificar regiones para ser desarrolladas turísticamente, impulsando

la generación de proyectos y programas que puedan aprovechar las capacidades del territorio y de la población, llegando a crear riquezas que provoquen mejorías para la población sin afectar su patrimonio natural y cultural (Gauna, 2018).

Metodologías como la desarrollada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], (2006) en Perú, o la Organización de Estados Americanos y el Centro Interamericano de Capacitación Turística [OEA-CICATUR], (2011) son enfocadas a realizar un inventario o diagnóstico de los recursos turísticos, infraestructura y actividades; así mismo España cuenta con una guía para evaluar el potencial turístico de un territorio desarrollado por Zimmer et al., (1996) en donde se consideran en la evaluación a la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; de igual forma en México la Secretaria de turismo, (2004) cuenta con el Fascículo N° 8 para la identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios, donde se evalúan los recursos turísticos, equipamiento, infraestructura y mercado, cabe señalar que las evaluaciones en cada metodología o guía es llevada a cabo a nivel de expertos, de ahí la pertinencia de la propuesta del presente estudio, de llevar a cabo la valorización del territorio desde la teoría de la atractividad, en la cual se considera encuestar a los tomadores de decisiones, para conocer el estado general y aspectos específicos de una región, por lo que es considerado que quien debe evaluar las zonas para determinar los factores que atraen o retienen el turismo son los actores del sector al ser los involucrados (Guzmán-Sala, 2019); lo que permite ser un complemento a las metodologías y enfoques que se han estado utilizando, fortaleciendo así el área del conocimiento del turismo.

Asimismo Mikery y Pérez, (2014) consideran que determinar el potencial turístico del territorio, implica integrar la perspectiva de los diferentes actores que se encuentran relacionados con el territorio rural y el sector turístico, por lo tanto, es necesario integrar las perspectivas del grupo de interés o también llamado stakeholders, incluyendo a las autoridades locales que gestionan los diferentes programas para el desarrollo; además, al ser un estudio cuantitativo se facilita la comparabilidad entre zonas de estudio.

Las teorías de las zonas de destino o de las atracciones (Boullón, 2006; Gunn, 1979, 1982; Leiper, 1979, 1990) han considerado como factores de mayor convergencia las influencias políticas, de mercado, económicas y de suministro; la actividad turística; servicios esenciales a los turistas; transporte y servicios de viaje, hoteles, restaurantes, tiendas; infraestructura importante: agua, eliminación de residuos, energía, comunicaciones, hospitales. Estudios más recientes han ido añadiendo la accesibilidad (Blanco, Vázquez, Reyes, y Guzmán, 2015; Leno, 1992) y a la comunidad (Barbini, 2008; Méndez, García, Serrano, y Ibarra, 2016), por lo que se hace necesario integrar estos elementos, lo cual se realiza en el presente estudio, a fin de poder evaluarlos y determinar la influencia que ejercen los stakeholders.

El desarrollo del turismo está exigiendo de los gestores implicados, la adopción de nuevos planteamientos metodológicos y científicos para la puesta en valor de los recursos potenciales que no están en operación (Camara y Morcate, 2014; Morera y Miranda, 2015); por lo que finalmente, la aportación de este estudio al conocimiento científico radica en un análisis que permite determinar cuales son los factores que atraen

y retienen al turismo de manera significativa por medio de un modelo de ecuaciones estructurales. Por lo que el modelo puede ser un referente para diseñar propuestas que fomenten el desarrollo del turismo de manera asertiva.

Limitaciones y delimitación del estudio

La investigación se enfocó en determinar los factores que inciden para atraer y retener las actividades económicas del turismo e identificar el efecto que tienen sobre ellos los stakeholders, por lo tanto se les aplicó un cuestionario a los tomadores de decisiones de los hoteles, restaurantes, transportistas turísticos, servidores públicos del área de turismo y líderes de comunidades, de noviembre 2019 a febrero 2020, por lo que el factor disponibilidad y tiempo estimado para contestar el instrumento fueron una limitante en este estudio.

Debido a que fue una investigación sin financiamiento, no fue posible evaluar todo el estado de Tabasco, por lo tanto de los diecisiete municipios se llevó a cabo una revisión de la literatura de lugares con recursos naturales y culturales distintivos que no están siendo explotados turísticamente y además se consideraron las evaluaciones llevadas a cabo en el proyecto características de los atractivos turísticos del estado de Tabasco (Guzman, Mayo, Pérez y García, 2015) y con base en los puntajes más altos obtenidos en la evaluación, se eligieron los municipios de Tenosique, Huimanguillo y Teapa.

Capítulo II. Marco teórico

Los atractivos y recursos turísticos: métodos, técnicas e instrumentos de estudio para su desarrollo

Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, es decir son la esencia, a partir de ellos se puede edificar una planta turística (Boullón, 2006), de igual forma Benckendorff (2006) los enfatiza como el componente clave de la industria turística y Acerenza (2006) los considera como el factor fundamental que da origen a los desplazamientos, en este sentido los atractivos son los que llaman y atraen la atención (Gurría, 1997) y alejan a los turistas de su entorno habitual (Lew, 1987).

Jean y Morcate (2014) definen el recursos turístico como cualquier elemento de la naturaleza, actividad humana, producto antropológico que pueda impulsar el desplazamiento de las personas con el objetivo de la curiosidad o para realizar actividades físicas e intelectuales, así mismo la Organización Mundial del Turismo (1995) lo puntualiza como todos los bienes y servicios que, por medio de la actividad del hombre y de los recursos con que cuenta, hacen posible la actividad turística. Por su parte Navarro (2015) define a los recursos turísticos como los “Bienes naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles con características relevantes” (p. 348). Para Navarro, los atractivos turísticos y los recursos turísticos implican un aspecto formal (bienes naturales y culturales) y uno funcional (capacidad de provocar la visita).

Es pertinente hacer mención que el termino atractivo turístico y recurso turístico han sido muy dinámicos en el tiempo, para algunos autores se asimilan y en la literatura se pueden encontrar diversas definiciones subjetivas, relativas y funcionales; las

distinciones en tales conceptos van en función de los objetivos investigativos y para efecto del presente estudio se define al recurso turístico como el conjunto de bienes naturales, manifestaciones culturales, históricas, folclóricas, realizaciones técnicas, artísticas contemporáneas y eventos programados, de relevancia con capacidad de provocar el desplazamiento de los visitantes (Boullón, 2006; Ginés, 2010; Gunn, 1979; Huerta y Sánchez, 2011; Jean y Morcate, 2014; Leiper, 1990; Navarro, 2015; Organización de los Estados Americanos-Centro Interamericano de Capacitación Turística, 2011).

Para facilitar el estudio de los atractivos turísticos Boullón (2006), la MINCETUR (2006) y la OEA-CICATUR (2011) lo clasifican, como puede observarse en la tabla 1.

Tabla 1

Clasificación de los atractivos turísticos

Categoría	Tipos
Sitios Naturales	Montañas
Agrupación a diversas áreas naturales que, por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico	Planicies
	Costas
	Lagos, lagunas y esteros
	Ríos y arroyos
	Caídas de agua
	Grutas y cavernas
	Lugares de observación de flora y fauna
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Paisajes
	Parques nacionales y reservas de flora y fauna

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Categoría	Tipos
Museos y manifestaciones culturales históricas Se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar). Folclore Manifestaciones religiosas y creencias populares	Museos Obras de arte y técnica Lugares históricos Ruinas y sitios arqueológicos
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas Comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.	Ferias y mercados Música y danzas Artesanías y artes populares Comidas y bebidas típicas Grupos étnicos Arquitectura popular y espontánea Explotaciones mineras Explotaciones agropecuarias Explotaciones industriales Obras de arte y técnica Centros científicos y técnicos
Acontecimientos Programados Categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores	Artísticos Deportivos Ferias y exposiciones Concursos Fiestas religiosas y profanas Carnavales Otros

Nota: Adaptado de planificación del espacio turístico, manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional y método para el inventario del patrimonio turístico, Boullón, 2006; MINCETUR, 2006; OEA-CICATUR, 2011.

Por su parte Leno (1992) propone una diferenciación entre los recursos turísticos, aludiendo su integración al mercado turístico, los denomina recursos turísticos actuales y recursos turísticos potenciales, los primeros están integrados a algún tipo de mercado turístico ya sea a nivel regional, nacional e internacional y además cuentan con infraestructura de equipamientos turísticos que hacen posible su aprovechamiento, en

cambio los recursos turísticos potenciales, a pesar de ser reconocida su utilidad turística, bien por su inclusión en guías o por recibir pequeños contingentes de visitantes, no se encuentran del todo incorporados al mercado turístico, tampoco cuentan con infraestructuras de apoyo, ya sea a nivel de equipamientos o de comercialización.

Desde el punto de vista de Leno (1991) para los recursos turísticos potenciales es necesario llevar a cabo una evaluación para valorizarlos, analizarlos y evaluarlos. El interés por el estudio de los recursos turísticos ha ido incrementándose desde la elaboración de inventarios sistemáticos a diseños de métodos complejos de evaluación, por lo que para una mayor comprensión en la tabla 2 se presentan los métodos, técnicas e instrumentos que se han desarrollado y se encuentran disponibles, en donde se puede observar, que las clasificaciones de los recursos turísticos son muy similares, así como su enfoque de investigación y la evaluación es llevada a cabo por un consultor e investigador, sin embargo en los factores que se valorizan difieren, se encuentran principalmente los recursos turísticos, el fascículo 8 para la identificación de potencialidades turísticas en regiones considera la infraestructura y el mercado, la OEA-CICATUR (2011) incluye a la infraestructura y la accesibilidad.

Caba señalar que los métodos, técnicas e instrumentos que se presentan en la tabla 2 se han diseñado para cada país en particular y para aplicarlos es preciso contextualizarlos y ser experto para su aplicación, las ponderaciones de sus indicadores no son muy claros, se inclinan hacia los recursos turísticos que ya tiene algún tipo de operación, dejando de lado los que aún no tienen actividad turística y la valorización de factores es reducida.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 2*Métodos, técnicas e instrumentos para valorizar los recursos territoriales turísticos*

Elementos de análisis	OMT (1978) – ESPAÑA	O.E.A (Organización de estados americanos) (1978)	SECTUR (2004) – MÉXICO	MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) (2006) – PERÚ	OEA -CICATUR (Centro Interamericano de Capacitación Turística (2011) – E.U.
Metodología	Manual para la evaluación de los recursos turísticos	Modelo para inventariar y evaluar los recursos turísticos para los estados americanos	Fascículo N° 8 para la identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios.	Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional	Método para el inventario del patrimonio turístico
Clasificación de los recursos turísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sitios Naturales 2. Museos y manifestaciones culturales históricas 3. Folklore 4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas 5. Acontecimientos programados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sitios Naturales 2. Museos y manifestaciones culturales históricas 3. Folclore 4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas 5. Acontecimientos programados 	<ol style="list-style-type: none"> I.A. Recursos naturales I.B. Recursos culturales II. Equipamiento turístico III. Instalaciones turísticas IV. Infraestructura V. Mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sitios Naturales 2. Museos y manifestaciones culturales históricas 3. Folklore 4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas 5. Acontecimientos programados 	Inventario de los Atractivos Turísticos, Facilidades Turísticas, Infraestructura y Actividades.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Elementos de análisis	OMT (1978) – ESPAÑA	O.E.A (Organización de estados americanos) (1978)	SECTUR (2004) - MÉXICO	MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) (2006) – PERÚ	OEA -CICATUR (Centro Interamericano de Capacitación Turística (2011) – E.U.
Enfoque de la evaluación	Valoración cuantitativa y cualitativa	Valoración cuantitativa y cualitativa	Valoración cuantitativa y cualitativa	Valoración cuantitativa y cualitativa	Valoración cuantitativa y cualitativa
Factores de valorización	1-Recursos turísticos	1-Recursos turísticos	1-Recursos turísticos 2-Infraestructuras	1-Recursos turísticos	1-Recursos turísticos 2-Infraestructuras 3- Accesibilidad
Quien realiza la evaluación	Investigador / consultor	Investigador / consultor	Investigador / consultor	Investigador / consultor	Investigador / consultor
Escalas de evaluación	(J1)-Jerarquía 1 (J2)-Jerarquía 2 (J3)-Jerarquía 3 (J4)-Jerarquía 4	Jerarquía 1 Jerarquía 2 Jerarquía 3 Jerarquía 4	Rojo: 0 Amarrillo: 1 Verde: 2	Jerarquía 1 Jerarquía 2 Jerarquía 3 Jerarquía 4	Jerarquía 3 Jerarquía 2 Jerarquía 1 Jerarquía 0
Observaciones	Se enfocan en los recursos naturales y culturales	Se enfocan en los recursos naturales y culturales	No se pondera cada indicador.	Se enfocan en los recursos naturales y culturales	La evaluación se enfoca en la demanda y la evaluación es dicotómico, esta contextualizada

Nota: Adaptado de “Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France” por Camara y Morcate, 2014, arquitectura y urbanismo, 35, 48–67.

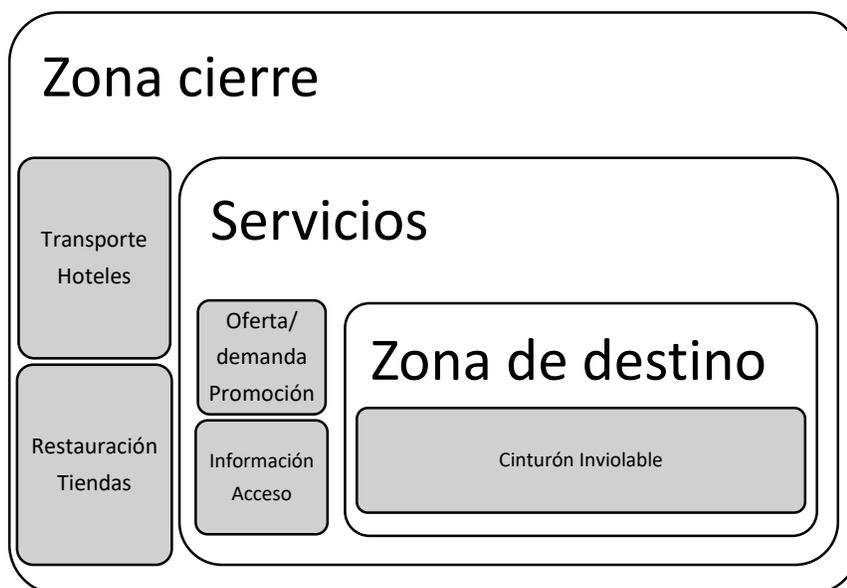
Comprender los recursos turísticos a través de la teoría

La naturaleza de la actividad turística es el resultado complejo de diversos factores, que evolucionan dinámicamente (Organización Mundial del Turismo, 1995) así mismo Vázquez, Osorio, Arellano y Torres (2013) afirman que es una estructura compuesta por diversas variables. Investigadores como MacCannell (1976), Gunn (1979), Leiper (1990), Molina, (1997), Benckendorff (2006) han desarrollado modelos teóricos que confieren relevancia a los factores que permiten el desarrollo del turismo.

El modelo de Gunn (1979) es uno de los primero modelos que identifica elementos importantes para el desarrollo de la actividad turística, se centra principalmente en la zona de destino, la oferta y la demanda, además considera relevante en un tercer nivel la gama de actividades económicas y comerciales (figura 1).

Figura 1

Modelo del sistema turístico de Gunn

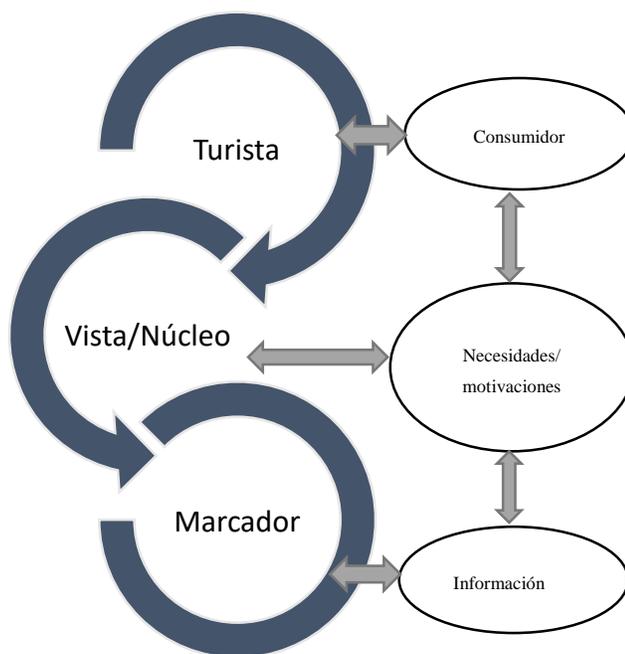


Nota: Elaboración propia con base en Gunn 1979, 1982.

Por su parte Leiper (1990), basado en MacCannell (1976) señala que hay tres componentes esenciales: un turista, una vista y un marcador, los cuales tienen que estar interrelacionados para que exista la atracción turística funcional (figura 2).

Figura 2

Modelo sistémico de Leiper



Nota: Elaboración propia con base en Leiper (1990).

El modelo de Benckendorff (2006) marco para comprender las atracciones turísticas que se puede observa en la figura 3 retoma los tres componentes clave de una atracción de acuerdo con Gunn (1988), Leiper (1990) y MacCannell (1976), en donde el elemento central son los recursos naturales y culturales que pueden ser permanentes o temporales, los marcadores ya sean de contexto, transito y de conciencia, pero aclara que una atracción no puede existir sin un turista con un motivo para viajar.

Figura 3

Marco para comprender las atracciones turísticas



Nota: Elaboración propia con base en Benckendorff (2006).

El estudio de las atracciones turísticas ha cobrado importancia y poco a poco han surgido teorías y modelos, sin embargo aún falta profundidad y nuevos enfoques que nos permitan ampliar su estudio y comprensión, por lo que en la tabla 3 se presentan otros autores que han realizado aportaciones.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 3

Teorías y elementos que integran la atracción turística

Autor	Teoría	Elementos que integran el turismo
(Cárdenas, 2006)	Jerarquización de los atractivos turísticos	Factores decisivos 60% Existencia de vías de comunicación Seguridad de conducción Intensidad del tránsito Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos Disponibilidad de agua Disponibilidad de energía eléctrica Disponibilidad de comunicaciones telefónicas Disponibilidad de terrenos Atractivos turísticos Calidad de los desarrollos circunvecinos Condiciones sociales Condiciones de salubridad Factores importantes 30% Proximidad a las vías principales Costo del terreno Condiciones del subsuelo Topografía Factores deseables 10% Disponibilidad de materiales y mano de obra Condiciones meteorológicas Facilidad en lo que toca a desagües
(Molina, 1997)	Concepción sistémica	<i>Superestructura.</i> Se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas. <i>Demanda.</i> Constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero. <i>Infraestructura.</i> La cual incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, entre otros. <i>Atractivos naturales y culturales.</i> Aquí se consideran los elementos del ecosistema, tradiciones, costumbres de las poblaciones receptoras. <i>El equipamiento y las instalaciones.</i> Se integran: hoteles, moteles, campings, tráiler parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albercas, canchas de tenis. <i>La comunidad receptora.</i> Se refiere a los residentes locales ligados directos e indirectamente con el turismo.
Boullón,(1996)	Planificación del espacio turístico	Sitios naturales, museos y manifestaciones, culturales, históricas, folclore, realizaciones técnicas, científicas y artísticas, contemporáneas, acontecimientos programados y planta turística, infraestructuras y superestructura

Nota: Elaboración propia con base en (Boullón, 2006; Cárdenas, 2006 y Molina y Rodríguez, 1991)

Por su parte Camara y Morcate (2014), en función de su interés y valoración turística, categorizan dos grupos de componentes en una atracción: los recursos territoriales turísticos básicos los cuales pueden ser reales y potenciales, de acuerdo con los recursos naturales y culturales y los recursos territoriales turísticos complementarios integrado por los servicios, infraestructura y la superestructura, la cual incluye a la comunidad local.

Una aproximación de la atraktividad territorial hacia el turismo

El fenómeno del atractivo territorial tiene múltiples dimensiones y particularidades que difunden la gran cantidad de factores que puedan explicarlo, considerando las dotaciones territoriales diferenciadas, el contexto de la situación económica y demográfica de los territorios, la composición de su demanda entre otros (Diallo, 2012).

El atractivo de un territorio es la capacidad para atraer y retener factores móviles de producción y de población, el territorio en el sentido de la economía regional puede ser una ciudad, una región, una nación o una zona económica, al estudiar el atractivo territorial se incluye la ventaja que tiene un determinado territorio para ser elegido de manera temporal o sostenible para todas o parte de sus actividades de las personas físicas o morales, en este sentido de estudio la atraktividad territorial, es un atractivo percibido (Akkari y Khefacha, 2017; Diallo, 2012; Poirot y Gérardin, 2010).

Diallo (2012) hace notar que cuando los recursos o las inversiones se desvían hacia el territorio se puede generar empleos o riqueza en beneficio de una región, por lo tanto el atractivo se convierte en una fuente de riqueza.

Desde la perspectiva Friboulet (2010) el atractivo de un territorio debe concebirse como la construcción sistémica de varias capacidades a largo plazo. Es el resultado de un proceso de desarrollo, para la transición de un atractivo estático a un atractivo dinámico, para ellos es necesario centrarse en las propiedades naturales de un territorio, pero sobre todo en las capacidades adquiridas por su población y sus instituciones.

Los componentes de atractivo territorial pueden ser diversos por lo que Akkari y Khefacha (2017) señalan en particular: el dominio del conocimiento y las tecnologías, la buena posición geográfica, la calidad del entorno económico e institucional, la provisión de transporte y comunicación, un bajo nivel de tributación, un clima social favorable, los esfuerzos realizados por las autoridades públicas en términos de planificación espacial o incentivos y apoyo financiero y en este mismo sentido Prideaux (2002), considera cuatro factores que se consideran críticos para el éxito continuo de las atracciones, tales como la ubicación, apoyo comunitario, economías operativas y gestión de la atracción, considerando que en los alrededores se cuenta con apoyo en la infraestructura.

Por su parte Diallo (2012), afirma que entre los elementos del atractivo territorial, se encuentran los conceptos que conciernen al nivel de capacitación de las poblaciones involucradas.

Función e importancia de los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo

Una región por muchos atractivos que tenga no podrá desarrollarse como zona turística si carece de infraestructuras y accesibilidad para los medios de transporte como lo declara la Organización Mundial del Turismo (1995), afirmando además que la popularidad

de un destino turístico es influido directamente por la capacidad de canalizar a los viajeros y por el trazado de líneas férreas o de autopistas, así como el establecimiento o anulación de rutas aéreas o marítimas. Por lo que en este sentido la infraestructura es un factor de relevancia para el turismo y para efecto de esta investigación es entendida como el conjunto de equipamiento y servicios disponibles con que cuenta un territorio y hace posible que el turismo se desarrolle (Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Huerta y Sánchez, 2011; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995).

Otro elemento de relevancia es la accesibilidad que en palabras Bhat, Handy, Kockelman, y Mahmassani (2000) es una medida de la facilidad de un individuo para realizar una actividad de un tipo, ubicación, en un modo y momento deseado. Por su parte Goodall (1987), la define como la facilidad con la que se puede alcanzar un cierto sitio o destino.

Para Frenk (1985) la accesibilidad incluye el proceso de buscar y recibir atención, la razón de incorporar la disponibilidad efectiva en la medición de la accesibilidad es que el grado de ajuste entre los recursos y la población, se da en el contexto de los recursos disponibles en una área geográfica. Por su parte Courtois (2013) afirma el nivel de accesibilidad del lugar es un elemento importante, debido a que ayuda a definir el atractivo de este espacio, de esta manera Taylor (2015) confirma que la accesibilidad, está relacionada con la dificultad y el costo que tienen que superar los visitantes potenciales cuando viajan a una atracción.

Derivado de la importancia que tiene la accesibilidad en el turismo, es considerada una variable en este estudio y se define como la facilidad para arribar, ingresar y apreciar un lugar natural o cultural en un momento deseado (Bhat et al., 2000; Courtois, 2013; Garrocho y Campos, 2006; Goodall, 1987; Huerta y Sánchez, 2011; Leiper, 1979; Taylor, 2015).

Desde el punto de vista de Akkari y Khefacha (2017) el territorio es una construcción social y la productividad depende en gran medida de la participación de los habitantes locales. Se ha panificado la actividad turística de forma tradicional orientada hacia las exigencias de los turistas, proyectando las facilidades y servicios que éstos necesitan, ignorando el bienestar de los residentes por lo que este enfoque no puede continuar si se pretende garantizar el éxito de las inversiones turísticas. Se hace ineludible proteger los recursos culturales, así como garantizar la entrega de una experiencia turística de calidad que mejore la capacidad de retención del destino, pero para ello, se debe contar con el consenso de los residentes permanentes de la región visitada (Organización Mundial del Turismo, 1995).

En este sentido las actitudes de la comunidad son cruciales para el desarrollo exitoso y sostenible del turismo como lo hacen notar Alipour y Mahdi (2012), una comprensión de las actitudes y percepciones de la comunidad y cómo se forman estas percepciones con respecto al desarrollo del turismo, puede ser de mucha utilidad para quienes toman decisiones, es por ello la importancia que la comunidad local perciba y reciba beneficios de la actividad turística.

Con el fin de evitar conflictos entre los dos grupos de población residentes y visitantes por el uso de los recursos naturales y culturales de la localidad, es esencial hacer partícipes a los residentes en las decisiones de planificación y desarrollo del turismo en su lugar de residencia, de esta manera, se puede lograr que la comunidad local tenga expectativas realistas sobre lo que puede esperar y se sentirá más motivada para proteger sus recursos (Organización Mundial del Turismo, 1995).

Tener en cuenta los recursos humanos es entender que las poblaciones que se extienden por los territorios, son quienes los conocen muy bien y tienen mayor capacidad para valorarlos (Dumont, 2015), es así como la comunidad receptora se ha considerado un elemento fundamental en el sistema turístico, aunque su integración en los procesos de planificación y gestión turística con frecuencia es muy poca, pero su relevancia reside en que puede ser un apoyo o un obstáculo en el desarrollo del sector turístico (Monterrubio, 2009).

En el mismo sentido Tavares, Neves y Vieira (2010) afirman que la estrategia de los organismos públicos y privados para el crecimiento del turismo puede resultar comprometida, si los habitantes del territorio no conciben que el lugar es adecuado para que sea un destino turístico.

Sin embargo a pesar de la importancia que la comunidad local tiene en el desarrollo del turismo, son pocos los estudios que han puesto su mirada en este elemento, la gran mayoría de obras existentes se han generado a partir de estudios en países de habla inglesa y en los países en vías de desarrollo ha sido muy escasa; examinar la relevancia de la inserción de la comunidad receptora es de gran importancia en los países industrializados,

pero también en todos aquellos en donde el turismo es parte de su economía o se pretende sea parte de la misma, por lo tanto es un elemento dinamizador de las estructuras económicas, sociales, culturales y políticas, digna de considerar (Monterrubio, 2009).

Por lo antes expuesto la comunidad es una variable en la presente investigación y se puntualiza como el conjunto de individuos que habitan en un territorio con características naturales y culturales (Akkari y Khefacha, 2017; Jamal y Getz, 1995; Jamal y Stronza, 2009; Prideaux, 2002 Organización Mundial del Turismo, 1995; Jublot, 2012; Dumont, 2015; Jaafar, Rasoolimanesh, y Ismail, 2017; Monterrubio, 2009).

Desde el punto de vista de Diallo (2012), las actividades regionales sugen como la fuente primordial del poder económico del mañana. Asimismo Jublot (2012) afirma el crecimiento procede del fondo de capital material, natural, humano y colectivo acumulado en un espacio económico, por lo que el dinamismo en las actividades representa el capital humano y el sector productivo dependen de este fondo y genera desarrollo.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (1995) es necesario realizar una buena planificación de las actividades de ocio y atracciones turísticas, por medio del conocimiento de las necesidades del consumidor, sus posibilidades económicas y de tiempo, teniendo en cuenta la capacidad del destino y las necesidades de sus residentes, esto debido a que junto a una buena gestión, puede lograrse que la atracción sea rentable y permanezca y además enfatiza que es esencial que la acción del gobierno sea encaminada a la búsqueda y logro del bienestar de sus habitantes y con este objetivo principal diseñe la política económica para ello cuenta con las políticas instrumentales, política monetaria,

fiscal, exterior, laboral, etc. o sectoriales, política industrial, agrícola, turística, etc., y así se perciba en términos de un mayor desarrollo económico.

De este modo las actuaciones políticas de los gobiernos juegan un papel importante en el aumento de la demanda turística, debido a que pueden fomentar la creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte de la administración pública, o impedir mediante la exigencia de visado, régimen inestable y limitaciones en las divisas para quienes pueden entrar o salir de un país (Organización Mundial del Turismo, 1995).

Por su parte Velásquez (2009) define a la política pública como un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, enfocado a prevenir o solucionar problemáticas por las autoridades públicas con participación casual de los habitantes, con el fin de modificar o mantener un ambiente determinado. En este sentido Roth (2009) señala que una política pública involucra la participación del gobierno ante una dificultad, donde se trazan los objetivos y el plan de acción para solucionarla. Es por ello que Organización Mundial del Turismo (1995) afirma que la política turística debe convertirse en un peldaño que ayuda a subir las condiciones de vida de los habitantes de un territorio, por lo que el sector público al regular la actividad turística debe conceder incentivos, para favorecer determinadas iniciativas que no puede afrontar el sector privado por sí solo.

En comparación con otras políticas sectoriales, en la política turística, las funciones del sector público son de mayor relevancia, debido a que ésta se integra de manera compleja: por una parte encontramos la variedad de subsectores que forman lo que se conoce como sector turístico: restaurantes, alojamiento, agencias de viajes, transporte

turístico, etc., que complica la toma de decisiones globales, dado a que cada subsector genera sus propias problemáticas; por otro lado, la diversidad del sector ocasiona conflictos graves en la función de coordinación para las Administraciones Públicas (Organización Mundial del Turismo, 1995).

Desde el punto de vista de Magaña-Carrillo (2009) el papel del gobierno es determinante en el desarrollo del sector turístico en México, dado que tiene la autoridad de instaurar políticas públicas, así como el marco de acción legal y financiero que las actividades turísticas necesitan para su crecimiento. Del mismo modo Elliott (1997) afirma, primordialmente el Estado puede suministrar al turismo infraestructura y tomar el control de la industria y sus actividades para conseguir que se mantenga en el interés público.

Para lograr sus objetivos estratégicos, operativos y en consecuencia, sus metas; el turismo requiere de cuidado y atención especial, en el diseño de las políticas en la cual se requiere conocer a profundidad el sector para que la política pública responda a las necesidades de las comunidades que directa o indirectamente participan (Magaña, 2005). Por lo tanto para que el turismo tenga participación en el mercado, se requiere que sea un producto y que las actividades económicas converjan como lo sostiene Magaña-Carrillo (2009).

Es fundamental que las políticas públicas se diseñen apegadas a una metodología, debido a que son el medio de la administración pública para satisfacer al turismo en sus necesidades y expectativas (Magaña, 2005). Por lo que se debe definir el plan de trabajo con acciones para lograr resultados que beneficien a la comunidad receptora y resolver

problemas o temas de interés de un grupo de actores, dejando así claro la importancia del gobierno (Magaña-Carrillo, 2009).

El desempeño que el gobierno muestre en la elaboración de las políticas públicas puede ser de forma activa mediante acciones que favorezcan el desarrollo integral del turismo al reconocer necesidades muy particulares como espacios protegidos, o también puede ser pasiva al realizar acciones básicas que abonen a las actividades turísticas, pero que no influyen en su desarrollo (Monfort, 2000).

Se puede concluir de lo anterior que el papel que representa el gobierno en el diseño de las políticas públicas para el sector turístico es de vital importancia por lo que se considera como una variable en el presente estudio y para tal efecto se define como un proceso integrador de decisiones, acciones, acuerdos, directrices e instrumentos, llevado a cabo por autoridades públicas (Akkari y Khefacha, 2017; Elliott, 1997; Magaña-Carrillo, 2009; Magaña, 2005; Mediano y Vicente-Molina, 2002; Monfort, 2000; Organización Mundial del Turismo, 1995; Prideaux, 2002; Velásquez, 2009).

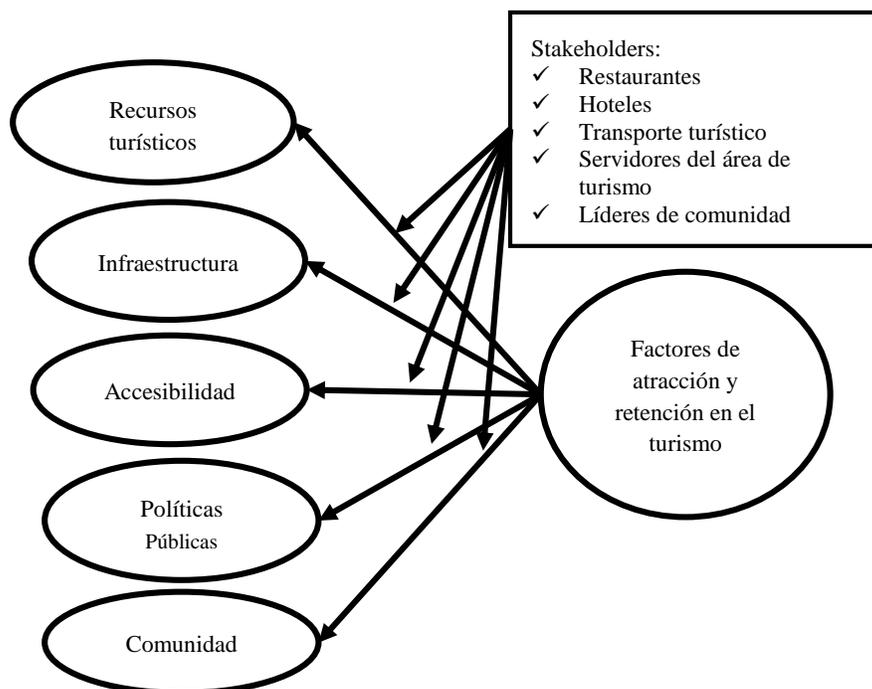
Modelo teórico propuesto

Se define a los factores que atraen y retienen las actividades del económicas del turismo como el conjunto de elementos naturales y culturales que unidos a una gama de servicios idóneos, hacen que un territorio sea de interés para ser desarrollado turísticamente; dentro de estos factores se consideran a los recursos turísticos, aunque como señala (Gunn, 1979) no basta con que existan los recursos naturales y culturales, es necesario que converjan una serie de elementos (Leiper, 1990) es por ello que destacan las políticas públicas, para el desarrollo de la infraestructura física y de productos turísticos, la

accesibilidad, localización y transporte (Magaña-Carrillo, 2009) y desde luego se considera a la comunidad, porque los habitantes juegan un papel relevante para que los atractivos se desarrollen y permanezcan (Monterrubio, 2009), además de acuerdo con Mikery y Pérez (2014) los factores deben ser evaluados por la población local y la que participará como prestadora de servicios y otros elementos que integran el fenómeno turístico, por lo que se considera al grupo de interés (stakeholders) integrado por los administradores de hoteles, restaurantes, transporte turístico, servidores públicos y líderes de comunidad. Con base en el análisis abordado, se presenta en la figura 4 el modelo teórico de investigación que permitirá el desarrollo empírico de la investigación para la comprobación de las hipótesis planteadas.

Figura 4

Modelo teórico de investigación



Nota: Elaborado con base a la revisión de la literatura.

Capítulo III. Metodología

Diseño de la investigación

El enfoque de la presente investigación fue cuantitativo, de tipo transeccional, no experimental, explicativo, dado que su realización se llevó a cabo de noviembre de 2019 a febrero del año 2020, mediante la recolección de datos primarios a través de un cuestionario, que permitió probar las hipótesis propuestas con uso de análisis estadístico multivariante, para determinar los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo, para proponer un modelo de ecuaciones estructurales y así mismo determinar la relación de los actores del turismo en los factores de atraktividad en cada zona evaluada (Bernal, 2016; Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Método de investigación.

El método fue *deductivo*, debido a que se inicia de las teorías y modelos existentes en contexto internacional y nacional para proponer un modelo a nivel local con la relación de las variables bajo estudio (Bernal, 2016).

Población

Los actores del turismo denominados en este estudio son los administradores de los hoteles, restaurantes y transporte turístico, líderes de comunidad y gobierno por lo que se consultó la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2014), en donde se encuentran registrados un total de 367 hoteles y 9559 establecimientos de comida y bebida, de los cuales se seleccionaron los de comida típica del estado; los que atienden principalmente a los turistas, quedando 270 establecimientos, el transporte turístico está conformado en general por 28 agencias de viajes y el actor de gobierno lo componen las catorce comisiones de los H. Ayuntamientos, se elige únicamente al

departamento de fomento económico y turismo que está integrado en promedio por 30 servidores públicos.

Muestra.

La muestra probabilística estratificada consiste en dividir a la población en segmentos y se selecciona una muestra para cada grupo, lo que aumenta la precisión de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) y Seoane, Martín, Martín-Sánchez, Lurueña-Segovia y Alonso (2007). La determinación de los estratos para la muestra de la población es a partir de características particulares (López-Rodán y Fachelli, 2015). Por lo tanto, la muestra en la presente investigación se desarrolló mediante estratos, debido a que para los objetivos del estudio se requieren elementos con características específicas, tales como que pertenezcan al sector turístico (hoteles, restaurantes, transporte turístico, líderes de comunidad y servidores públicos del turismo).

De los diecisiete municipios del estado de Tabasco, se llevó a cabo una revisión de la literatura, para identificar los lugares con recursos naturales y culturales que no están siendo explotados turísticamente y se consideraron las evaluaciones llevadas a cabo en el proyecto: características de los atractivos turísticos del estado de Tabasco (Guzman, Mayo, Pérez y García, 2015) y con base en los puntajes más altos en la evaluación, se eligieron para el actor de la comunidad los municipios de Tenosique el cual cuenta con 340 localidades y una población total de 163 462 habitantes, se va a estudiar la comunidad de Santo Tomas que está integrada por 249 habitantes, y la comunidad de la Isla con 526; el municipio de Teapa tiene 59 localidades y una población total de 49 262 habitantes, sin embargo la comunidad de estudio será Galeana que cuenta con 436 personas y el ejido de

Francisco Javier Mina con 387 habitantes; el municipio de Huimanguillo cuenta con 140 localidades y una población total de 55 601 habitantes, las comunidades en estudio serán Villa Guadalupe que tiene 124 habitantes y el poblado Francisco J. Mújica con 390 habitantes de acuerdo con el Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] 2009.

Para el actor de transporte turístico y gobierno se llevará a cabo un censo, debido a que solo se cuenta con 28 agencias de transporte turístico y el departamento de fomento económico y turismo en cada municipio del estado de Tabasco está compuesto por 30 servidores públicos, por lo que se consideran las tres zonas en estudio (Huimanguillo, Tenosique y Teapa), integrando un total de 90 servidores públicos del área de turismo.

Para los actores del turismo que incluyen administradores de hoteles, restaurantes y líderes de comunidad en el cálculo del tamaño de la muestra se emplea la fórmula que recomienda Rojas (2013), para muestras complejas que cumplan con los siguientes criterios: una población menor a diez mil personas. Con el objetivo de equilibrar la muestra entre los actores del turismo se hace uso del error permitido en la estimación al 10 % en el cálculo de la muestra (López-Rodán y Fachelli , 2015; Navarro., 2014). Lo anterior debido a que en los objetivos particulares se busca hacer comparativos.

Cálculo de la muestra para el actor hoteles.

Fórmula:

$$n = \frac{\frac{Z^2 q}{E^2 p}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{Z^2 q}{E^2 p} - 1 \right]}$$

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Donde:

Z= es el nivel de confianza del 95%, 1.96

E= Error del 10%, 0.1

pq= variabilidad del fenómeno estudiado, p=0.5, q=0.5

N=367 hoteles

Resultado: $n = 77 = 77$ administradores de hoteles

Cálculo de la muestra para el actor restaurantes.

Donde:

Z= es el nivel de confianza del 95%, 1.96

E= Error del 10%, 0.1

pq= variabilidad del fenómeno estudiado, p=0.5, q=0.5

N=270

Resultado: $n = 72 = 72$ administradores de restaurantes

Cálculo de la muestra para el actor de comunidad.

Donde:

Z= es el nivel de confianza del 95%, 1.96

E= Error del 10%, 0.1

pq= variabilidad del fenómeno estudiado, p=0.5, q=0.5

N=1676 habitantes de comunidad

Resultado: $n = 91 = 91$ habitantes de la comunidad

De acuerdo con los resultados de los calculos realizados el muestreo queda integrado por 358 actores del turismo (ver tabla 4).

Tabla 4

Muestreo de los actores para la aplicación del cuestionario

Actores	Muestra
Hoteles	77
Restaurantes	72
Transporte turístico	28
Comunidad	91
Gobierno	90
Total	358

Nota: Elaborado con base en los cálculos.

Además los datos permiten hacer uso de modelo de ecuaciones estructurales, para el uso de esta técnica el tamaño de la muestra es esencial, los tamaños superiores a los 200 sujetos son una buena garantía para validar el modelo propuesto y evitar estimaciones imprecisas (Ruiz, Pardo, y San Martín, 2010; Vargas Halabí y Mora-Esquivel, 2017).

Proceso de recolección de información

En el proceso de la investigación se realizó un trabajo de revisión de literatura y posteriormente se llevó a cabo el trabajo de campo. El trabajo documental fue indispensable para identificar y sustentar el modelo teórico de estudio, definir el proceso metodológico a seguir, así como el marco empírico que fue de apoyo al análisis de las variables de estudio, representadas por los factores de atracción y retención. Para recabar datos primarios que permitan realizar la interpretación y análisis de la variables en estudio, se llevó a cabo el trabajo de campo mediante la aplicación de encuestas de tipo cuestionario auto administrado a los actores del turismo, en los municipios de Tenosique, Teapa y Huimanguillo, pertenecientes al estado de Tabasco, México.

Los datos primarios fueron recabados mediante un cuestionario cara a cara, visitando a los administradores de hoteles, restaurantes de comida típica tabasqueña y transporte turísticos, directamente en las organizaciones, que se encuentran en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, debido a que estos actores se concentran principalmente en la capital del estado, porque es el primer lugar al que arriban los visitantes, favorecido por la ubicación del aeropuerto y posteriormente se trasladan a los municipios, en donde también se le aplicó al grupo de interés mencionado del sector turístico.

Se visitó el departamento de fomento económico y de turismo de los H. Ayuntamientos de Tenosique, Teapa y Huimanguillo, así como la secretaría de Turismo ubicada en la capital del estado, para encuestar a los colaboradores de esas áreas, a los líderes de las comunidades se visitó directamente en sus casas ubicadas en cada comunidad objeto de estudio. El levantamiento de datos se inició en noviembre 2019 y concluyó en febrero 2020, se tenía planeado encuestar a 358 participantes de acuerdo a la datos proporcionados por la fórmula para extraer la muestra, presentada con anterioridad, sin embargo, ante la necesidad de identificar la percepción de los mismos actores en tres zonas diferentes, a los administradores de hoteles, restaurantes y transporte público, se les proporcionó una encuesta por zona, por lo que finalmente se logró obtener 450 encuestas.

Desarrollo del instrumento

Se llevó a cabo una búsqueda de instrumentos disponibles y usados para evaluar la percepción de los actores del turismo con respecto a los factores que atraen y retienen las actividades económicas de este sector, sin embargo, resultó poco fructífera la búsqueda, al encontrar material de tipo cuantitativo muy escaso, con carencia de las variables de estudio (ver Apéndice A). Por lo tanto, en base a estudios de tipo cualitativo y a la teoría, se diseñó un cuestionario para determinar los factores de la atraktividad turística de los actores, al que se le denominó *Factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo* (FARAT) mediante los factores de recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y la comunidad, con una escala tipo Likert, con 5 categorías de respuestas que van de: 1 muy pobre, 2 pobre, 3 regular, 4 bueno y 5 excelente.

Se realizó la definición operativa de cada factor y los indicadores de medición que los integran, de acuerdo a las matrices de especificación operativa (tabla 5), los ítems fueron elaborados como enunciados cortos, debido a que se hizo uso de la escala diseñada por Rensis Likerty sobre todo porque el interés es conocer el punto de vista de los encuestados, para ello es vital resumir la actitud en enunciados breves, pero claros, en forma positiva, para que los participantes los lean rápidamente, entiendan su sentido y elijan una respuesta sin dificultad, se evitaron preguntas dobles, y los reactivos se colocaron agrupados por subconstructos para facilitar su concentración en cada tema, además considerando que en los actores de turismo se está incluyendo a la comunidad y se puede encontrar personas con bajo nivel educativo (Arribas, 2004; Babbie, 2000; Supo, 2013).

En el cuestionario se presenta el objetivo de la recolección de información y se dan instrucciones breves y se muestra la escala de evaluación, se cuenta con un apartado para señalar el área de evaluación y el actor que está contestando, se hizo en escala porque garantizan mejor la ordinalidad al considerar las estructuras entre los indicadores, es de tipo Likert debido a que este formato permite de acuerdo con Babbie (2000) la ordinalidad inequívoca de las categorías de respuestas y permite determinar la intensidad relativa de los reactivos.

Como protección contra los errores, se realizaron tres pruebas previas de todo el cuestionario, para que fuera pertinente se aplicó a un grupo de diez personas, que no son de la muestra representativa (Babbie, 2000). En la primera aplicación cambiaron las preguntas: 1, 2, 3, 8, 21 y 22 por que incluían dos preguntas en una y se revisó el cuestionario para hacer enunciados cortos, en la segunda aplicación se cambió la redacción de la pregunta 5,

6, 17 y 32 porque presentaban ambigüedad y en la última prueba se observó mayor comprensión y rapidez para responder cada ítem.

Tabla de especificaciones.

La tabla 5 corresponde a las especificaciones es decir a la operacionalización de las variables bajo estudio que corresponden a los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, lo que permitió pasar de los constructos teóricos, a los ítems que integran el instrumento de investigación, fundamentándose principalmente en las definiciones conceptuales y operacionales de las variables.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 5*Especificación operacional de las variables*

Variable	Definición operacional	Ítem	Autor
Recursos Turísticos	Conjunto de bienes naturales, manifestaciones culturales, históricas, folclóricas, realizaciones técnicas, artísticas contemporáneas y eventos programados, de relevancia con capacidad de provocar el desplazamiento de los visitantes	<p>1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.</p> <p>2. Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.</p> <p>3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.</p> <p>4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.</p> <p>5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.</p> <p>6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.</p> <p>7. La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.</p> <p>8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.</p>	<p>Covarrubias, 2015; Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Navarro, 2015; Pariente, Chávez y Reynel, 2016 Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Leiper, 1990 Covarrubias, 2015; Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Navarro, 2015; Pariente, Chávez y Reynel, 2016 Covarrubias, 2015; Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Navarro, 2015; Pariente, Chávez y Reynel, 2016 Covarrubias, 2015; Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Navarro, 2015; Pariente, Chávez y Reynel, 2016 Gunn, 1979; Leiper, 1979; Organización Mundial del Turismo, 1995 Cracolici y Nijkamp, 2009; Getz y Page, 2015; Leiper, 1979 Cracolici y Nijkamp, 2009; Getz y Page, 2015; Leiper, 1979)</p>

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Variable	Definición operacional	Ítem	Autor
Infraestructura	Conjunto de equipamiento y servicios disponibles con que cuenta un territorio y hace posible que el turismo se desarrolle	9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	Boullón, 1985; Leiper, 1979, Molina, 1997.
		10. Servicio de agua potable es satisfactorio.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	Boullón, 1985; Leiper, 1979, Molina, 1997.
		12. Servicio médico disponible para los turistas.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		13. Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		14. Servicio bancarios confiables para los turistas.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995).
		17. Comercio de productos de recuerdos disponibles.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995).
		18. Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Variable	Definición operacional	Ítem	Autor
Accesibilidad	Es la facilidad para arribar, ingresar y apreciar un lugar natural o cultural en un momento deseado	19. Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	Bhat et al., 2000; Pariente et al., 2016.
		20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	Bhat et al., 2000; Pariente et al., 2016.
		21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	Gunn, 1979; Khadaroo y Seetanah, 2007, 2008; Leiper, 1979; Prideaux, 2000.
		22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	Gunn, 1979; Khadaroo y Seetanah, 2007, 2008; Leiper, 1979; Prideaux, 2000.
		23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	Gunn, 1979; Khadaroo y Seetanah, 2007, 2008; Leiper, 1979; Prideaux, 2000.
		24. Existe transporte aéreo en la región.	Gunn, 1979; Khadaroo y Seetanah, 2007, 2008; Leiper, 1979; Prideaux, 2000.
		25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	Mundet y Coenders, 2010; Swarbrooke, 2002.
		26. Atractivos culturales tienen señalamientos	Mundet y Coenders, 2010; Swarbrooke, 2002.
		27. Hay módulos de información que guíen a los visitantes.	Mundet y Coenders, 2010; Leiper, 1979.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Variable	Definición operacional	Ítem	Autor
Políticas públicas	Es un proceso integrador de decisiones, acciones, acuerdos, directrices e instrumentos, llevado a cabo por autoridades públicas	28. Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Magaña, 2005, 2009.
		29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Magaña, 2005, 2009.
		30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	Magaña, 2009; Monfort, 2000.
		31. Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteleros, restauranteros y transporte.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Magaña, 2009.
		32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	Akkari y Khefacha, 2017; Elliott, 1997; Molina y Rodríguez, 1991; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	Akkari y Khefacha, 2017; Elliott, 1997; Molina y Rodríguez, 1991; Organización Mundial del Turismo, 1995.
		34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	(Elliott, 1997; Organización Mundial del Turismo, 1995).

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Variable	Definición operacional	Ítem	Autor
Comunidad	Conjunto de individuos que habitan en un territorio con características naturales y culturales	35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996.
		36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996.
		37. Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas	Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996.
		38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996.
		39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996.
		40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	Diallo, 2012, Organización Mundial del Turismo, 1995.
		41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	Diallo, 2012, Organización Mundial del Turismo, 1995)
		42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	Diallo, 2012; Jublot, 2012; Leiper, 1979.

Nota: Elaboración propia.

Pilotaje.

Después de la tercera prueba se hizo un acercamiento a la población de acuerdo a la sugerencia de Babbie, 2000; García-García, Reding-Bernal y López-Alvarenga, (2015) los cuales recomiendan incluir de 30 a 50 participantes, sin embargo para mayor confiabilidad se aplicó el cuestionario a 100 participantes en el municipio de Jalapa, Tabasco.

Codificación y medición del perfil demográfico de los participantes.

La dimensión perfil del participante quedó integrada por las variables sociodemográficas que se consideraron más pertinentes, mismas que se codificaron, se establecieron sus respectivos niveles de medición, así como las categorías de respuesta lo que se puede ver en la tabla 6.

Tabla 6

Codificación y niveles de medición del perfil del participante

Variable	Tipo	Valores	Medida	Explicación
Género	Numérico	1= M 2= H	Nominal	Identifica el género del encuestado
Edad	Numérico		Nominal	Edad del encuestado
Nivel máximo de estudios	Numérico	1=Primaria 2=Secundaria 3=Bachillerato 4=Licenciatura 5=Maestría 6=Doctorado	Escala	Grado de estudio del encuestado
Actor	Numérico	1=Hoteles 2=Restaurantes 3=Transporte Público 4=Comunidad 5=Gobierno	Nominal	Tipo de actor

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Zona	Numérico	1=Tenosique 2=Teapa 3=Huimanguillo	Nominal	Tipo de zona territorial
------	----------	--	---------	--------------------------

Nota: Elaboración propia.

Codificación y niveles de medición para los constructos de investigación.

Los ítems correspondientes a los constructos bajo estudio se codificaron utilizando valores alfanuméricos cuya nomenclatura se compone en tres niveles, en un primer nivel por la letra P=pregunta, el segundo nivel incluye la inicial de la variable (tabla 7) y el tercer nivel corresponde al número del ítem, quedando codificados como se observa en la tabla 8.

Tabla 7

Nomenclatura de las variables

Posición en la nomenclatura	Valor	Descripción
1	P	Define al ítem como pregunta
2	RT= Recurso Turístico I= Infraestructura A= Accesibilidad PP= Políticas Públicas C= Comunidad	Variable con la que se relaciona el ítem
3	N	Dígito del número de ítem

Nota: Elaboración propia.

Tabla 8*Codificación de los ítems correspondientes a las variables*

Ítem	Código Asignado	Nivel de medición
1	PRT01	Escala tipo Likert
2	PRT02	1=Muy pobre
3	PRT03	2=Pobre
4	PRT04	3=Regular
5	PRT05	4=Bueno
6	PRT06	5=Excelente
7	PRT07	
8	PRT08	
9	PI09	
10	PI10	
11	PI11	
12	PI12	
13	PI13	
14	PI14	
15	PI15	
16	PI16	
17	PI17	
18	PI18	
19	PA19	
20	PA20	
21	PA21	
22	PA22	
23	PA23	
24	PA24	
25	PA25	
26	PA26	
27	PA27	
28	PPP28	
29	PPP29	
30	PPP30	
31	PPP31	
32	PPP32	
33	PPP33	
34	PPP34	
35	PC35	
36	PC36	
37	PC37	

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

38	PC38
39	PC39
40	PC40
41	PC41
42	PC42

Nota: Los ítems se encuentran en el instrumento ubicado en el apéndice B.

Fiabilidad de la prueba piloto.

Se analizó la pertinencia de los ítems con respecto a los datos obtenidos en la prueba piloto, mediante la prueba de fiabilidad de alfa de cronbach (tabla 9), obteniendo indicadores aceptables por cada factor, arriba de .80 (Dwyer, Cvelbar, Mihalič, y Koman, 2014; Oviedo y Campo, 2005; Soler y Soler, 2012).

Tabla 9

Fiabilidad de la prueba piloto

Factores	α	Número de ítems	Criterios de evaluación
Recursos turísticos	.87	8	Muy bueno
Infraestructura	.86	10	Muy bueno
Accesibilidad	.81	9	Muy bueno
Política pública	.92	7	Muy bueno
Comunidad	.87	8	Muy bueno

Nota: N=100. Los criterios de evaluación fueron propuestos por DeVellis, 2017.

Validez de contenido: Juicio de expertos

Para la validez de contenido el instrumento fue enviado para su ratificación a diez expertos en el área de geografía del turismo y desarrollo local, se hizo llegar a los investigadores por medio del correo electrónico una cédula de evaluación, adaptada de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, (2008), en la que se evaluaron los aspectos de:

suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, así mismo, el formato incluyó un apartado para que los jueces realizaran observación por cada ítem (Apéndice C).

De los diez expertos a los que se les solicitó la validación del instrumento, seis de ellos hicieron llegar sus observaciones (Apéndice D), finalmente el cuestionario quedó integrado por 42 ítems, de los cuales 8 pertenecen a la dimensión de recursos turísticos, 10 ítems a la dimensión infraestructura y servicios turísticos, 9 ítems de accesibilidad (localización y transporte), 7 ítems de políticas públicas y 8 ítems de la dimensión comunidad.

Con los datos obtenidos en la cédula de evaluación se procedió a calcular la concordancia entre los jueces por medio de la prueba no paramétrica de W. de Kendall, en la cual se encontró concordancia significativa entre los rangos asignados por los jueces (ver Apéndice E para pruebas completas).

Dado que se encontró concordancia entre los jueces y las sugerencias de cambio no fueron de impacto significativo, debido a que se hicieron pruebas de redacción previas en donde se realizaron cambios, se procedió a realizar una prueba piloto para generar su validez estadística y conocer si este es eficaz y pertinente para la muestra elegida (Hernández, et al., 2014; Rojas, 2013).

Validez de estructura: Análisis factorial exploratorio

Con el fin de validar el instrumento respecto al constructo de estudio, se realizó el análisis factorial exploratorio mediante el método de máxima verosimilitud y rotación oblimin directo para cada factor, debido a que se considera que los constructos están relacionados (tablas 9, 10, 11, 12 y 13), se hizo uso de pruebas para verificar la idoneidad

de los datos como el Kaiser Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Williams, 2010), los resultados indican que la matriz de correlación de la muestra no es matriz identidad y da la posibilidad de continuar con el análisis multivariante (Dwyer et al., 2014; Fernández et al., 2010).

La variable recursos turísticos reconoce dos factores con auto valores mayores a 1 y presentan comunalidades mayores a 0.40 (tabla 10), se agrupa en dos factores: factor uno recursos naturales y factor dos recursos culturales, las cuales explican el 85% de la varianza el cual se considera aceptable y presenta comunalidades mayores a 0.40 (Ardhala, Santoso, y Sulistyarso, 2016; Hair, Anderson, Tatham, y Black, 1999).

Tabla 10

Carga factorial para la dimensión recursos turísticos

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor		h ²
			1	2	
Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	3.96	1.063	.996	.386	.999
Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes	3.49	1.202	.404	.708	.538
Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	3.77	1.162	.533	.684	.580
Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	3.82	1.192	.317	.655	.443
Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	3.40	1.172	-.020	.687	.534
Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	3.16	1.361	.132	.792	.642
La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.	3.61	1.014	.296	.665	.451
Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	3.10	1.389	.314	.826	.686
% acumulado de varianza total explicada			24.559	60.898	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=100; KMO=.830; $\chi^2=381.12$; gl=28; $p \leq 0.00$; $|A|=.018$. h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 6 iteraciones. F1= Recursos naturales, F2= recursos culturales.

La variable infraestructura se agrupó en tres factores con auto valores mayores a 1, el factor infraestructura básica explica el 42 %, el factor seguridad y bancos el 51 % y el factor servicios turísticos el 57 % de la varianza (tabla 11) y presenta comunales mayores a 0.30.

Tabla 11

Carga factorial para la dimensión infraestructura

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor			h ²
			1	2	3	
Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	3.17	1.111	.484	.609	.192	.431
Servicio de agua potable es satisfactorio.	3.06	1.254	.183	.835	.447	.783
Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	3.50	.893	.336	.606	.301	.376
Servicio médico disponible para los turistas.	2.71	1.175	.552	.702	.162	.586
Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.	2.67	1.173	.285	.304	.737	.545
Servicio bancarios confiables para los turistas.	2.99	1.202	.490	.404	.619	.480
Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	3.23	1.014	.687	.498	.576	.622
Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	3.39	.920	.755	.479	.445	.623
Comercio de productos de recuerdos disponibles.	3.27	1.145	.843	.336	.269	.714
Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	3.20	1.073	.717	.540	.431	.592
% acumulado de varianza total explicada			42.567	51.260	57.520	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=100; KMO= .822; $\chi^2= 428.544$; gl: 45; $p < 000$; $|A|= .011$. $h^2=$ Comunales. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 13 iteraciones. F1= infraestructura básica, F2= seguridad y bancos, F3= servicios turísticos.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

En la tabla 12 se observa que la variable accesibilidad se agrupó en tres factores con auto valores mayores a 1, de las nueve preguntas, ocho presentan comunalidades mayores a 0.30 (tabla 6), el factor acceso a los recursos explica el 32%, el factor transporte el 43 % y el factor señalamientos el 56%.

Tabla 12

Carga factorial para la dimensión accesibilidad

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor			h ²
			1	2	3	
Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	3.53	.915	.643	-.370	.397	.437
Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	3.51	1.030	.992	-.266	.439	.999
Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	3.57	.998	.472	-.458	.316	.315
Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	3.01	1.133	.334	-.722	.357	.530
Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	2.95	1.209	.336	-.998	.339	.999
Existe transporte aéreo en la región.	1.89	1.302	.250	-.262	.443	.208
Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	3.17	1.064	.299	-.112	.679	.485
Atractivos culturales tienen señalamientos.	3.10	1.068	.542	-.356	.713	.562
Hay módulos de información que guíen a los visitantes.	2.68	1.254	.311	-.372	.739	.562
% acumulado de varianza total explicada			32.165	43.458	56.644	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=100; KMO= .666; $\chi^2= 325.683$; gl= 36; $p < .000$; |A|= .033. h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 8 iteraciones. F1= acceso a los recursos, F2= transporte, F3= señalamientos.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

La variable política pública se agrupó en un factor con auto valores mayores a 1, presentando comunalidades mayores a 0.40, la cual explica un 63 % de la varianza (tabla 13).

Tabla 13

Carga factorial para la dimensión: políticas públicas

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor 1	h ²
Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	2.89	1.214	.700	.489
Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	2.90	1.168	.679	.461
Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	2.83	1.092	.818	.669
Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteleros, restauranteros y transporte.	3.00	1.206	.880	.774
Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	2.76	1.304	.880	.775
El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	2.80	1.181	.813	.662
Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	2.71	1.297	.773	.597
% acumulado de varianza total explicada			63.242	

Nota: N=100; KMO= .898; $\chi^2= 492.091$; gl= 21; p<= 000; |A|= .006. h2= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 4 iteraciones.

En la tabla 14 se observa que la variable comunidad se agrupó en tres factores con auto valores mayores a 1, de los ocho ítems, siete presentan comunalidades mayores a 0.30, f el factor inclusión de la comunidad explica el 31% y el factor participación de la comunidad el 58 % (Ardhala et al., 2016; Hair et al., 1999).

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 14

Carga factorial para la dimensión comunidad

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor		h ²
			1	2	
En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	2.80	1.263	.705	.573	.553
Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	2.94	1.127	.999	.516	.999
Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	3.17	1.025	.455	.760	.581
Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	3.09	1.026	.452	.840	.706
Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	3.22	1.040	.264	.823	.717
La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	3.58	1.017	.514	.708	.529
La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	3.49	1.115	.417	.652	.432
La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	3.02	1.128	.339	.425	.199
% acumulado de varianza total explicada			31.241	58.950	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=100; KMO= .804; $\chi^2= 414.133$; gl= 28; $p < .000$; |A|= .013 h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 5 iteraciones. F1= inclusión de la comunidad, F2= participación de la comunidad.

Instrumento final

Fiabilidad final.

Al finalizar el levantamiento de datos, se calculó nuevamente el coeficiente Alfa de Cronbach para verificar si los índices continuaban estando dentro de los parámetros aceptados, encontrándose que los índices Alfa permanecieron estables en la fiabilidad (tabla 15), lo cual indica que el instrumento ha sido entendible en la prueba piloto y por la muestra seleccionada.

Tabla 15

Prueba de fiabilidad de la muestra

Factores	α	Número de ítems	Criterios de evaluación
Recursos turísticos	.84	8	Muy bueno
Infraestructura	.82	10	Muy bueno
Accesibilidad	.84	9	Muy bueno
Política pública	.90	7	Muy bueno
Comunidad	.88	8	Muy bueno

Nota: N=450. Los criterios de evaluación fueron propuestos por DeVellis, 2017.

Validez de constructo: Análisis factorial exploratorio de la muestra.

Con los datos recabados en la muestra se llevó a cabo la validez del instrumento con respecto al constructo en estudio, se realizó el análisis factorial exploratorio (AFE) mediante el método de máxima verosimilitud y rotación oblimin directo para cada factor, se hizo uso de pruebas para verificar la idoneidad de los datos como el Kaiser Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett (Williams, 2010), así mismo previamente se verificó la normalidad de los datos, siendo estos positivos, además los resultados indican

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

que la matriz de correlación de la muestra no es matriz identidad y da la posibilidad de continuar con el análisis multivariante (Dwyer et al., 2014; Fernández et al., 2010).

La variable recursos turísticos reconoce dos factores con auto valores mayores a 1 y de los 8 ítems, 7 presentan comunalidades mayores a 0.30 (tabla 16), se agrupa en dos factores: factor uno recursos naturales y factor dos recursos culturales, las cuales explican el 91.47% de la varianza la cual se considera aceptable (Ardhala et al., 2016; Hair et al., 1999).

Tabla 16

Carga factorial para la dimensión recursos turísticos

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor		h ²
			1	2	
Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	4.16	.965	.036	-.404	.183
Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes	3.38	1.133	.496	-.185	.398
Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	3.90	1.101	-.092	-.949	.797
Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	3.78	1.178	.114	-.553	.401
Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	3.38	1.185	.564	-.150	.450
Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	3.26	1.343	.797	-.003	.639
La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.	3.66	1.022	.634	.049	.364
Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	3.28	1.294	.920	.072	.766
% acumulado de varianza total explicada			42.21	49.26	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=450; KMO=.832; $\chi^2=1326$; gl=28; $p \leq 000$; $|A|=.018$. h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 5 iteraciones. F1= Recursos naturales, F2= recursos culturales.

La variable infraestructura se agrupó en dos factores a diferencia del piloto que se agrupó en tres factores con auto valores mayores a 1, el factor infraestructura básica explica

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

el 33 % y el factor servicios turísticos el 44 % de la varianza (tabla 17) y presenta comunalidades mayores a 0.30.

Tabla 17

Carga factorial para la dimensión infraestructura

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor		h ²
			1	2	
Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	2.89	1.044	.059	.558	.346
Servicio de agua potable es satisfactorio.	3.10	1.104	-.207	.848	.599
Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	3.42	.929	.059	.601	.398
Servicio médico disponible para los turistas.	2.63	1.108	.211	.510	.405
Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.	2.64	1.105	.249	.396	.311
Servicio bancarios confiables para los turistas.	2.90	1.152	.473	.149	.312
Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	3.21	1.067	.664	.087	.502
Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	3.48	.963	.765	-.017	.755
Comercio de productos de recuerdos disponibles.	3.32	1.153	.708	-.057	.843
Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	3.10	1.115	.689	-.036	.717
% acumulado de varianza total explicada			33.38	43.65	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=450; KMO= .837; $\chi^2= 1135$; gl: 45; $p < 000$; $|A|= .011$. h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 6 iteraciones. F1= infraestructura básica, F2= servicios turísticos.

En la tabla 18 se observa que la variable accesibilidad la cual en la prueba piloto se agrupó en tres factores con auto valores mayores a 1, ahora con los datos recabados en la muestra se agrupan solo en dos factores, de las nueve preguntas, ocho presentan comunalidades mayores a 0.30, el factor acceso a los recursos explica el 41%, el factor transporte y señalamientos 48 % .

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 18

Carga factorial para la dimensión accesibilidad

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor		h ²
			1	2	
Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	3.49	.961	.596	.036	.382
Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	3.41	1.016	.590	.097	.425
Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	3.42	1.048	.816	-.082	.593
Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	3.00	1.092	.611	.148	.503
Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	3.00	1.166	.764	-.043	.547
Existe transporte aéreo en la región.	1.98	1.325	-.081	-.459	.173
Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	3.11	1.071	.114	.694	.589
Atractivos culturales tienen señalamientos.	3.01	1.116	.131	.686	.594
Hay módulos de información que guíen a los visitantes.	2.61	1.247	.160	.626	.536
% acumulado de varianza total explicada			40.96	48.24	

Nota: Las cifras en negritas indican las cargas factoriales más altas. N=450; KMO= .841; $\chi^2=1557$; $g/l= 19$; $p \leq 000$; $|A|= .036$. $h^2=$ Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 5 iteraciones. F1= acceso a los recursos, F2= transporte y señalamientos.

La variable política pública se agrupó en un factor con auto valores mayores a 1, presentando comunalidades mayores a 0.40, la cual explica un 59 % de la varianza (tabla 19).

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 19*Carga factorial para la dimensión políticas públicas*

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor 1	h ²
Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	2.91	1.187	.720	.519
Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	2.87	1.177	.718	.516
Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	2.94	1.148	.801	.642
Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteleros, restauranteros y transporte.	3.02	1.197	.816	.666
Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	2.76	1.220	.794	.631
El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	2.77	1.224	.792	.628
Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	2.71	1.251	.732	.535
% acumulado de varianza total explicada			59.09	

Nota: N=4500; KMO= .903; $\chi^2= 1878$; $gl= 14$; $p<= 000$; $|A|= .006$. $h^2=$ Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 4 iteraciones.

En la tabla 20 se observa que la variable comunidad se agrupó en dos factores con auto valores mayores a 1, con los datos de la prueba piloto, sin embargo con los datos recabados en la muestra se agrupó en un solo factor, las comunalidades mejoraron debido a que todos los ítems presentan comunalidades mayores a 0.30, el factor comunidad explica el 50%.

Tabla 20*Carga factorial para la dimensión comunidad*

Ítem	Media	Desviación estándar	Factor 1	h ²
En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	3.00	1.215	.620	.384
Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	2.95	1.165	.597	.356
Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	3.23	1.068	.857	.735
Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	3.11	1.087	.861	.741
Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	3.21	1.088	.756	.572
La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	3.50	1.123	.715	.512
La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	3.43	1.147	.626	.391
La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	2.96	1.190	.560	.313
% acumulado de varianza total explicada			50.06	

Nota: N=450; KMO= .832; $\chi^2= 2026$; gl= 28; p<= 000; |A|= .013 h²= Comunalidades. Método de extracción: máxima verosimilitud. Método de rotación Oblimin con normalización Kaiser, la rotación ha convergido en 5 iteraciones.

Métodos y procesos para análisis de la información

La información obtenida mediante el trabajo de campo se vació en una base datos para su análisis a través de los programas: IBM SPSS v. 25, en donde se iniciaron los análisis así mismo se hizo uso de los programas IBM SPSS Amos v. 26 y Project v. R x 64 3.5.2.

Se inició con la exploración de los datos de campo a través de la estadística descriptiva para identificar la existencia de datos perdidos, participantes no comprometidos, datos atípicos y caracterizar a la muestra.

Consecutivamente se calcularon e interpretaron las estadísticas descriptivas de las dimensiones que integran a los constructos de investigación y se evaluaron los supuestos para el análisis multivariante con los 42 ítems que integraron el cuestionario que se aplicó en el trabajo de campo, así como con los que se conservaron después del AFC (análisis confirmatorio), se realizó el modelo parsimonioso y se le colocaron los moderadores. Finalmente se contrastaron las hipótesis de investigación.

Descripción de las pruebas estadísticas a emplear.

En la tabla 21 se presentan las hipótesis planteadas en el proyecto de investigación y se describen brevemente las pruebas estadísticas que se emplearon.

Tabla 21

Pruebas estadísticas empleadas para el contraste de hipótesis

Hipótesis	Prueba estadística
H _i : Los recursos turísticos, la infraestructura, la accesibilidad, las políticas públicas y la comunidad atraen y retienen las actividades económicas del turismo de manera significativa.	Modelado de ecuaciones estructurales
H ₁ : Los stakeholders tienen un efecto moderador en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo.	Modelado de ecuaciones estructurales.
H ₂ : El nivel de percepción de los actores del turismo sobre recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad es baja.	Estadística descriptiva - análisis de cuartiles. El cuartil es un índice de posición. Calcula el Q1 (25 %), Q2 (50 % o mediana) y Q3 (75 %) (Visauta, 2007)
H ₃ : Existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad,	ANOVA de un factor El análisis de varianza unidireccional (ANOVA)

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

políticas públicas y comunidad, según la zona territorial evaluada.

Se utiliza cuando el investigador está interesado en saber si los medios de varios (> 2) grupos independientes difieren. (Ho, 2006)

H₄: Existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas y comunidad, de acuerdo al grado de estudio.

ANOVA de un factor

Nota: El contraste de hipótesis se presenta en el capítulo IV.

Capítulo IV. Resultados

En este capítulo se exponen los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado con los actores del turismo que accedieron a participar voluntariamente en la investigación en el estado de Tabasco.

Exploración de los datos de campo

Como primer paso en el contexto de la investigación cuantitativa se realizó la exploración de los datos, con el propósito de organizar y prepararlos, detectar problemas, dar un tratamiento y evaluación de los datos ausentes, así como la identificación de los datos atípicos de acuerdo a las recomendaciones de Roth (2012). En la exploración de los datos se encontró la siguiente información.

Datos perdidos.

Como la encuesta se aplicó cara a cara, la pérdida de datos fue muy escasa, por lo tanto los datos perdidos se imputaron por la media, como destacan Martín, Cabero, y De Paz, (2008) , en virtud de que estos no representaban más del 5% de la muestra. El total de registros analizados estadísticamente es de 450 elementos.

Participantes no comprometidos.

Con el objetivo de identificar a los participantes no comprometidos (aquellas personas que dieron una misma respuesta a los ítems del instrumento) se calculó la SD (desviación estándar) del instrumento y al ordenar los casos se detectó que todas las personas respondieron de manera comprometida.

Datos atípicos.

Los datos atípicos pueden provocar importante distorsión en los resultados de los análisis, por lo que es necesario encontrar su presencia, estudiar la influencia que ejercen,

analizar las causas y decidir que acción realizar (Segura y Torres, 2014). La detección de los valores atípicos se puede realizar desde una perspectiva univariante o multivariante.

Para identificar los datos extraños (outliers) o valores significativamente alejados del grupo central de datos, se analizaron las frecuencias y los diagramas de caja bigote.

Atípicos univariantes sociodemográficos.

Para identificar los datos atípicos en las variables sociodemográficas, se fueron analizando cada una de las tablas de frecuencias. En la variable zona, las personas efectivamente señalaron pertenecer a los municipios de Tenosique, Huimanguillo y Teapa, que son las zonas territoriales bajo estudio, por lo que no hubo atípicos. En la tabla de frecuencia correspondiente a los actores los participantes pertenecían a los grupos de hoteles, restaurantes, transporte, comunidad y gobierno, por lo que tampoco se detectaron participantes extraños. En la variable edad se encontraron datos extremos como tres participantes de menos de 20 años, esto debido a que en el municipio de Huimanguillo las personas involucran a sus hijos desde temprana edad en diferentes actividades de la comunidad y destacan en el liderazgo comunitario, sin embargo el municipio de Teapa, la participación de los ancianos es mayor, por lo que se encontraron dos personas de más de 80 años, esto muy diferente al resto de la población bajo estudio. Para finalizar se revisó la variable grado de estudio en donde se detectó que solo una persona cuenta con el grado de doctor, resultando este dato muy atípico entre los participantes, dado que la mayoría cuenta únicamente con el grado de licenciatura.

Atípicos univariantes del instrumento.

Para identificar los datos atípicos univariantes del instrumento se analizaron los diagramas de caja bigote para cada uno de los ítems, debido a que este tipo de gráfico ofrece un resumen de la información.

En la exploración de los datos de campo, los atípicos en el instrumentos se encontraron en las preguntas: PRT01, PRT02, PRT07, PI11, PI12, PI13, PI15, PI16, PI17, PA19, PA20, PA21, PC37 y PC40, cabe señalar que en las preguntas la respuesta atípica era hacia el 1= muy pobre, sin embargo en las respuestas de los ítems de infraestructura, los atípicos se fueron hacia el 5= excelente, la tabla completa se puede apreciar en el apéndice F. Para evitar posible sesgo en la información generados por los datos atípicos, estos se trataron de acuerdo a Marín, (2019), como una observación que se desvía mucho de otras observaciones y despierta sospechas de ser generada por un mecanismo diferente, por lo que se reemplazaron en la base de datos por el valor próximo al diagrama de caja y bigote.

Atípicos multivariantes del instrumento.

En la exploración de los datos de campo los valores atípicos multivariantes encontrados fueron los registros: 419, 364, 285, 422, 442, 412, 397, 391 y 326, estos se identificaron con la medida estadística de la distancia multidimensional de un individuo respecto al centroide o media de las observaciones, llamada Distancia de Mahalanobis (D^2) (González, Abad, y Levy, 2006) en el programa Amos v. 26 .

Caracterización de la población bajo estudio

Para integrar la muestra se consideró a los administradores de hoteles, restaurantes de comida típica tabasqueña y del transporte turístico, así como los prestadores de servicio

de la Secretaría de Turismo de Villahermosa, a los servidores públicos del área de fomento económico y turismo de los H. Ayuntamiento de los municipios de Tenosique, Teapa y Huimanguillo y a los líderes de las comunidades de Santo Tomás, la Isla, Galeana, Francisco Javier Mina, Villa Guadalupe y Francisco J. Mújica, con el propósito de obtener una comparación de las tres zonas de estudio, se hizo un ajuste o equilibrio de la muestra estratificada a posteriori sugerida por López-Rodán y Fachelli (2015), se eligieron a los participantes de acuerdo a la zona y el tipo de actor, logrando obtener 450 encuestas distribuidas como se muestra en la tabla 22.

Tabla 22

Actores del turismo participantes

Actores/Zonas	Tenosique Zona 1	Teapa Zona 2	Huimanguillo Zona 3
Hoteles	35	35	35
Restaurantes	30	30	30
Transporte turístico	20	20	20
Comunidad	30	30	30
Gobierno	35	35	35
Total	150	150	150

Nota: elaboración propia.

Características específicas de la muestra en estudio.

Después de haber revisado y depurado la base de datos se analizaron estadísticamente las variables sociodemográficas cuyos resultados se muestran en el apéndice G, se identificó que el 51 % de los actores pertenecen al género femenino y el 49% al género masculino, la edad mínima de los participantes fue de 16 y la máxima de 89 años, la edad media fue de 38 años, con una desviación estándar de 11 años, con la edad se establecieron tres rangos el primero fue 16 a 31 años encontrándose el 36 % de la

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Máximo		5	5	5	5	5	5	5	5
Percentiles	25	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00
	50	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00
	75	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00

Nota: Elaborado con datos de campo.

El constructo de infraestructura constó de 10 reactivos con una medias de 2.63 y una máxima de 3.48, la mediana y la moda se ubicó entre los valores 3 y 4, estos datos manifiestan que la infraestructura de las tres zonas evaluadas es percibida por los participantes de regular a buena, lo que se puede ver en la tabla 24.

Tabla 24

Descriptivos de los ítems para la variable infraestructura

Estadísticos		PI09	PI10	PI11	PI12	PI13	PI14	PI15	PI16	PI17	PI18
N	Válido	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		2.89	3.10	3.42	2.63	2.64	2.90	3.21	3.48	3.32	3.10
Mediana		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00
Moda		3	3	4	3	3	3	4	4	4	3 ^a
Desv. Desviación		1.044	1.104	.929	1.108	1.105	1.152	1.067	.963	1.153	1.115
Varianza		1.091	1.220	.863	1.227	1.220	1.327	1.138	.927	1.329	1.243
Asimetría		-.040	-.204	-.397	.032	.196	-.186	-.374	-.340	-.324	-.081
Error estándar de asimetría		.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Curtosis		-.433	-.610	-.003	-.865	-.688	-.835	-.425	-.286	-.721	-.800
Error estándar de curtosis		.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230
Rango		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Percentiles	25	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.75	2.00
	50	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00
	75	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

Nota: Elaborado con datos de campo.

Respecto a la variable accesibilidad que la integran 9 ítems, registró una media mínima de 1.98 y una máxima de 3.49, la mediana se encontró mayormente entre 3 y 4 al igual que la moda, lo cual indica que los actores del turismo perciben que la accesibilidad al territorio en evaluación es de pobre a bueno, lo que se puede observar en la tabla 25.

Tabla 25*Descriptivos de los ítems para la variable accesibilidad*

Estadísticos		PA19	PA20	PA21	PA22	PA23	PA24	PA25	PA26	PA27
N	Válido	450	450	450	450	450	450	450	450	450
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		3.49	3.41	3.42	3.00	3.00	1.98	3.11	3.01	2.61
Mediana		4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00
Moda		4	4	4	3	4	1	3	3	3
Desv. Desviación		.961	1.016	1.048	1.092	1.166	1.325	1.071	1.116	1.247
Varianza		.923	1.031	1.099	1.192	1.359	1.757	1.147	1.245	1.556
Asimetría		-.339	-.320	-.340	-.015	-.221	1.060	-.061	-.080	.266
Error estándar de asimetría		.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115	.115
Curtosis		-.326	-.321	-.467	-.739	-.877	-.295	-.639	-.735	-.934
Error estándar de curtosis		.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230
Rango		4	4	4	4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5	5	5	5
Percentiles	25	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00
	50	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00
	75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00

Nota: Elaborado con datos de campo.

Por su parte el constructo de políticas públicas constituidas por 7 reactivos, manifestó una medias mínima de 2.76 y una máxima de 3.02, la mediana es totalmente de 3 y la moda de entre 2 y 3, por lo tanto se puede decir que la percepción es de pobre a regular por parte de los participantes, como se muestra en la tabla 26.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Curtosis		-.942	-.852	-.590	-.657	-.640	-.719	-.783	-.809
Error estándar de curtosis		.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230	.230
Rango		4	4	4	4	4	4	4	4
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		5	5	5	5	5	5	5	5
Percentiles	25	2.00	2.00	2.75	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00
	50	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00
	75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

Nota: Elaborado con datos de campo

Supuestos para el análisis multivariante

Se llevó a cabo la evaluación de los supuestos de normalidad, homocedasticidad, colinealidad y multicolinealidad de los datos recolectados en campo para corroborar la factibilidad de realizar el análisis multivariante.

Normalidad univariante y multivariante.

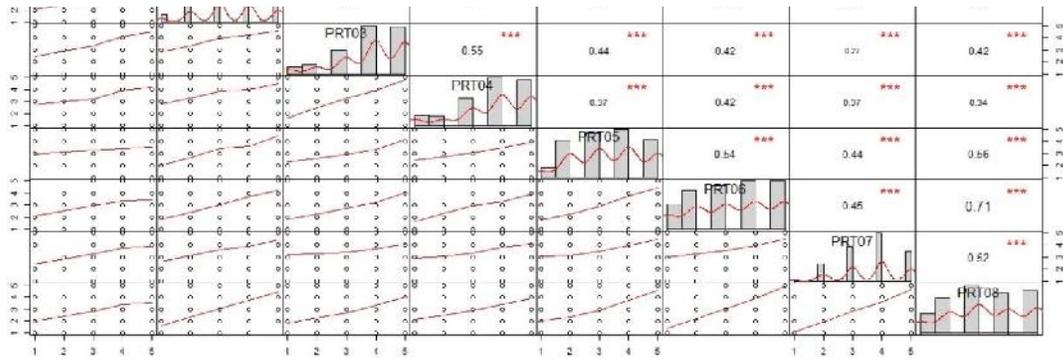
Uno de los principales supuestos sobre el que se asienta el modelo de ecuaciones estructurales es que las variables observadas sigan de forma conjunta una distribución normal (González et al., 2006). Para diagnosticar la normalidad de los datos se pueden utilizar elementos visuales tales como el histograma y el gráfico de distribución normal; pruebas estadísticas como el test de Kolmogorov- Smirnov para $n > 30$ elementos y los coeficientes de asimetría y la curtosis (Hair, Black, Babin, y Anderson, 2014).

En primer lugar se realizaron pruebas visuales con histogramas y gráficos de distribución de los ítems los cuales se presentan en la figura 5, 6, 7, 8 y 9 realizados en project v. R x 64 3.5.2., donde observa que los ítems se alejan de la normalidad, esto es de esperarse debido a que la escala es de tipo likert por lo que es una escala de rango ordinal.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Figura 5

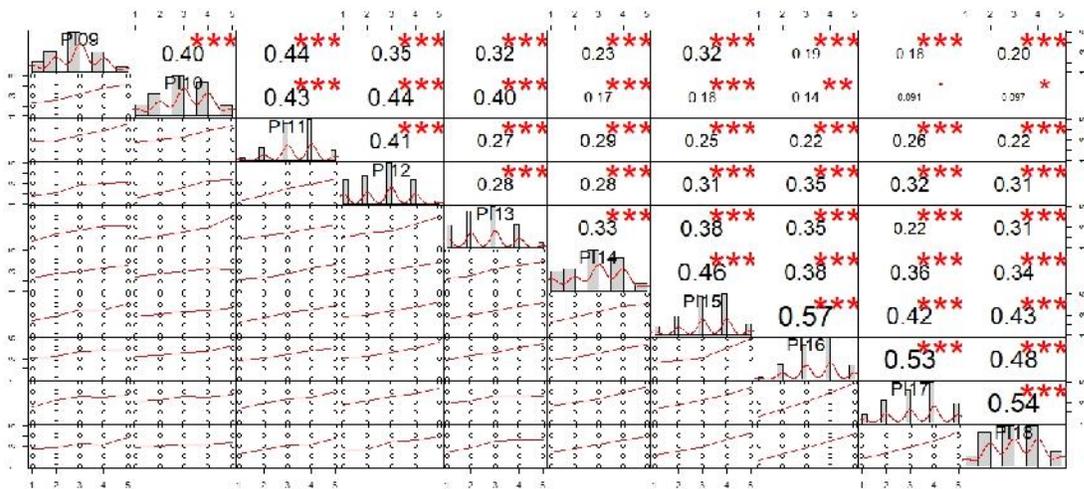
Prueba de normalidad y correlación de los ítems de recursos turísticos



Nota: Elaborado con datos de campo. N=450.

Figura 6

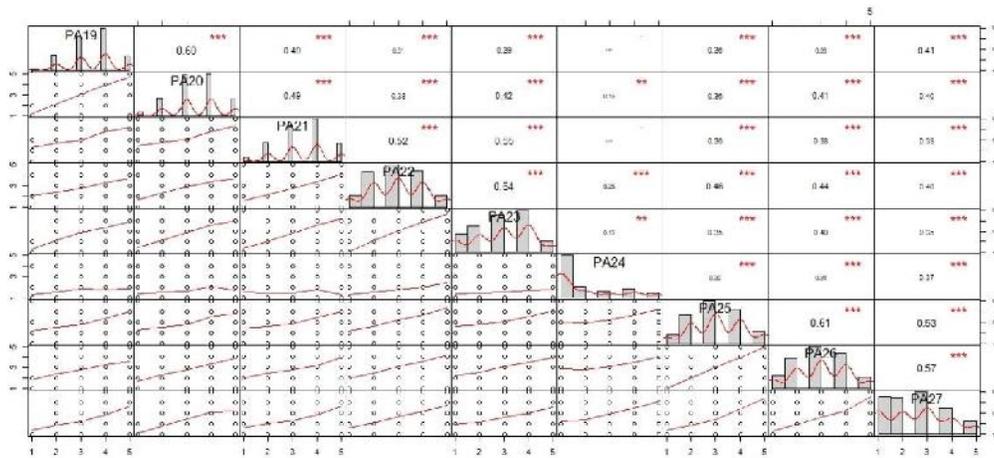
Prueba de normalidad y correlación de los ítems de infraestructura



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Figura 7

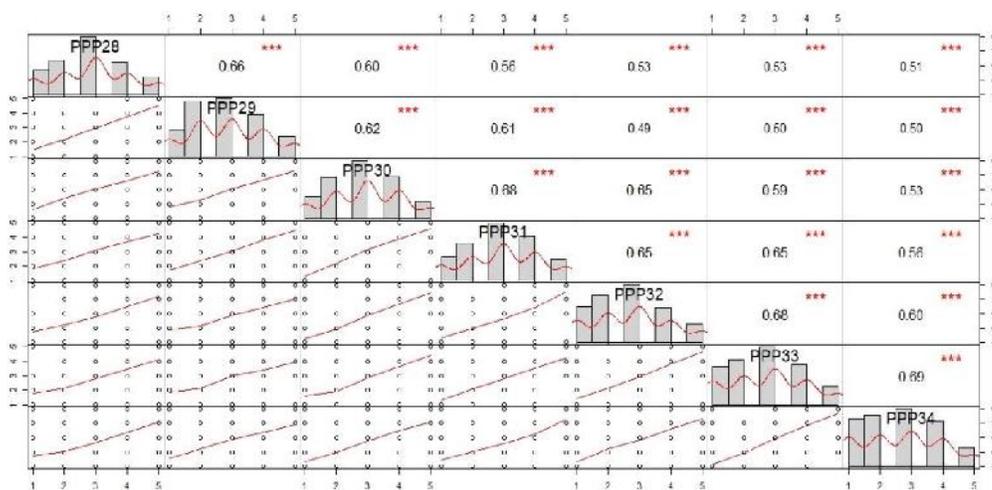
Prueba de normalidad y correlación de los ítems de accesibilidad



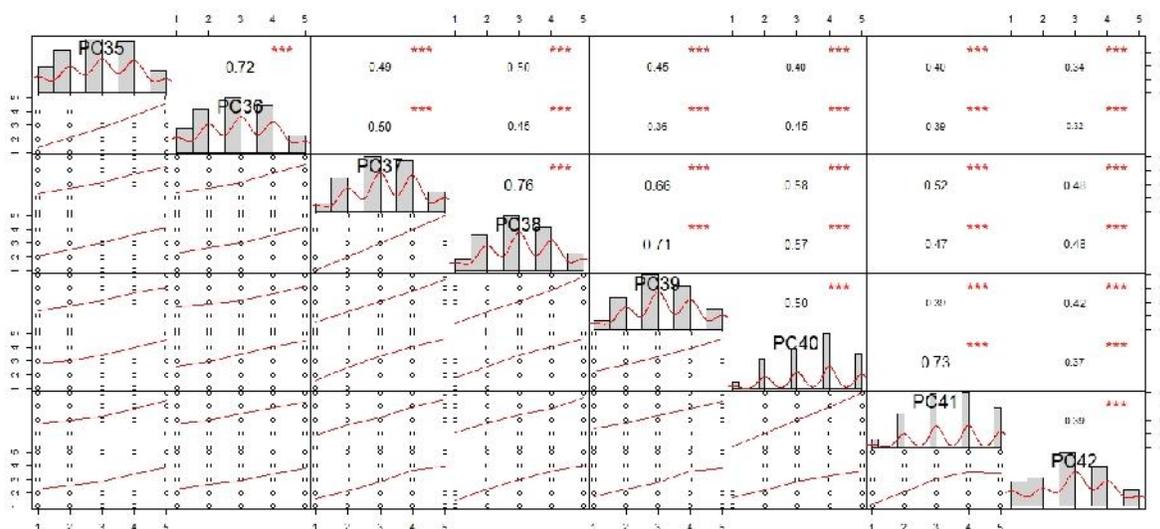
Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Figura 8

Prueba de normalidad y correlación de los ítems de políticas públicas



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Figura 9*Prueba de normalidad y correlación de los ítems de comunidad*

Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Continuando con la normalidad univariante se realizó el cálculo en IBM SPSS v. 25, del estadístico de Kolmogorov- Smirnov con corrección de significación de Lilliefors, obteniéndose que los datos no cumplen el criterio de normalidad porque la significancia obtenida es menor a .05 de acuerdo con Hair et al. (2014) lo que se puede constatar en en las tablas H1 del apéndice H.

Posteriormente, se calcularon en IBM SPSS Amos v. 26, los valores de asimetría y curtosis que se presentan en la tabla 28 para determinar la normalidad en los datos de acuerdo a los criterios señalados por Barton y Peat (2014), cualquier valor por encima de +3 o por debajo de -3 es una buena indicación de que la variable no es normal, los ítems

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

presentan valores aceptables, por lo tanto de acuerdo con esta prueba y los criterios se cumple con el supuesto.

Tabla 28

Prueba de normalidad en Amos

Variable	Asimetría	Kurtosis
PC42	-.122	-.813
PC41	-.230	-.827
PC40	-.326	-.786
PC39	-.095	-.646
PC38	-.065	-.663
PC37	-.148	-.621
PC36	-.036	-.856
PC35	-.079	-.945
PPP34	.152	-1.025
PPP33	.116	-.933
PPP32	.171	-.875
PPP31	-.069	-.847
PPP30	-.015	-.773
PPP29	.128	-.849
PPP28	.028	-.771
PA27	.265	-.937
PA26	-.080	-.740
PA25	-.060	-.646
PA24	1.056	-.305
PA23	-.220	-.880
PA22	-.015	-.744
PA21	-.290	-.537
PA20	-.262	-.405
PA19	-.258	-.489
PI18	-.081	-.805
PI17	-.297	-.741
PI16	-.260	-.440
PI15	-.344	-.437
PI14	-.185	-.839
PI13	.154	-.734
PI12	-.016	-.925
PI11	-.336	-.118
PI10	-.204	-.617
PI09	-.040	-.442

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Variable	Asimetría	Kurtosis
PRT08	-.174	-1.063
PRT07	-.342	-.671
PRT06	-.213	-1.154
PRT05	-.193	-.968
PRT04	-.868	-.013
PRT03	-.946	.285
PRT02	-.229	-.695
PRT01	-1.150	1.184
Multivariante		323.658

Nota: Elaborado con datos de campo.

Y finalmente se evaluó la normalidad multivariante a través del coeficiente de Mardia calculado en el programa Amos v. 26, obteniéndose un valor 323.65, lo que de acuerdo con Rodríguez y Ruiz (2008) se observa que los datos no presentan normalidad multivariante, lo que se puede constatar en la tabla 28.

Homocedasticidad.

El supuesto de homocedasticidad se analizó por ítem a través del estadístico de Levene como se aprecia en las tablas H2 del apéndice H, en el cual se observa que la mayoría de los ítems registra valores superiores a .05 por lo que se considera la existencia de homocedasticidad; es decir, se pueden asumir varianzas iguales. Sin embargo, los ítems: PTR06=.035, PTR08=.021, PI10=.046, PI12=.003, PI13=.004, PA24=.012, PA26=.003, PPP28=.008, PC40=.007 son heterocedásticos porque registraron valores menores a .05.

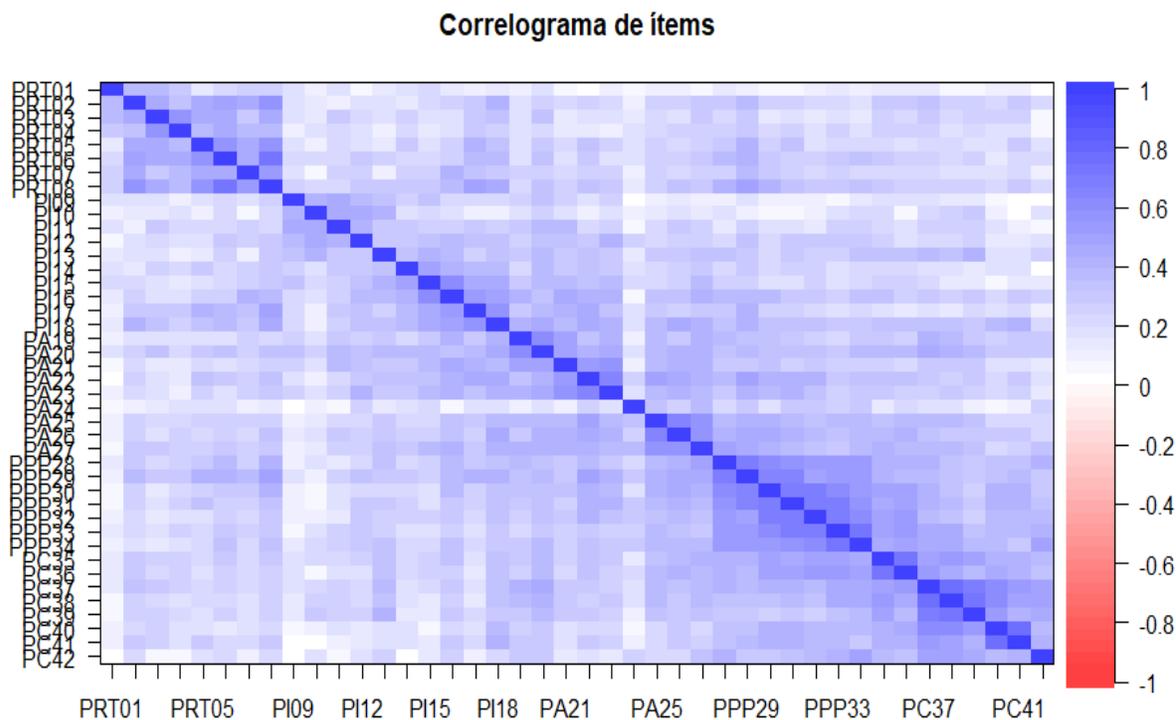
Colinealidad.

En este supuesto el propósito central es analizar la independencia entre los ítems, es decir determinar la fuerza de las correlaciones entre los mismos, para descartar que éstos se entiendan igual, se realizó por todo el instrumento.

En el correlograma (figura 10) la barra de colores indica que entre más cercano a 1 la correlación es fuerte y se representa por el color azul el cual va subiendo de intensidad, en sentido contrario -1 representa una correlación negativa y es señalado por el color rojo que de igual forma sube de intensidad y el blanco indica que no existe correlación entre los ítems.

Figura 10

Correlograma de los ítems elaborado con datos de campo en Project R 3.5.2.



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Se pueden apreciar en la figura 10 los constructos en la diagonal principal, por ejemplo de la pregunta PRT02 a la PRT08 y de la PPP27 a la PPP33 el constructo es marcado mediante un rectángulo color azul. Las correlaciones que se presentan son bajas a moderadas y no se aprecian correlaciones negativas, sin embargo en la pregunta 23 no se

observa correlación, esto se puede corroborar en matriz de correlaciones de Pearson que se muestra en el apéndice H, tabla H3, de igual forma las correlaciones se pueden ratificar en la figura 5, 6, 7 8 y 9.

Multicolinealidad.

El diagnóstico de multicolinealidad se llevó a cabo analizando el factor de inflación de varianza (VIF) y la tolerancia, considerando que cuando el VIF es mayor a 10 y la tolerancia es cercana a cero, existen síntomas de multicolinealidad de acuerdo con Hair et al. (2014). En el análisis de los datos no se identificaron valores que infrinjan los criterios mencionados, por lo que se descartan riesgos de multicolinealidad en los constructos bajo estudio, ver tabla H4 del apéndice H.

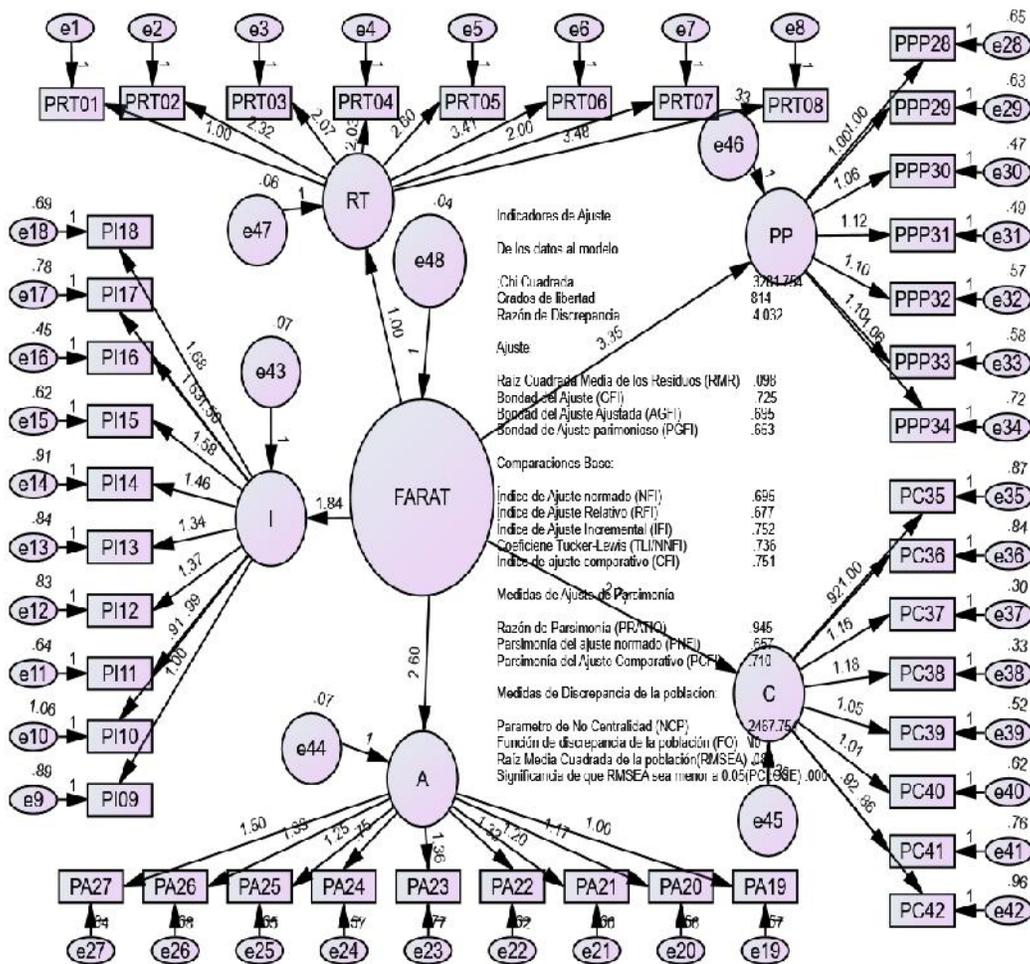
Finalmente como se puede observar que no todos los supuestos son cumplidos, se llevó a cabo la prueba de independencia de los residuos, por medio del estadístico Durbin-Watson el cual resultó de 1.7 y de acuerdo al criterio de Blanco-Ariza, Vásquez-García, García-Jiménez, y Melamed-Varela (2020), este debe tener un valor de entre 1.5 y 2.5 para asumir independencia de los residuos, por lo tanto al cumplir con esta prueba, es posible llevar a cabo el análisis multivariante.

Modelo de ecuaciones estructurales

El modelo de ecuaciones estructurales que se muestra en la figura 11 se elaboró con fundamento en el marco teórico presentado en el capítulo II. El modelo consta de cinco variables latentes RT, I, A, PP y C, se aprecia que cada constructo contiene variables observables y que los errores de medición están presentes en todas las variables del modelo.

Figura 11

Modelo de ecuaciones estructurales



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Los valores iniciales del modelo de ecuaciones estructurales se presentan en la tabla 29 en donde se puede observar que no se cuenta con un buen ajuste del modelo, únicamente se ajustan el CMIN (Razon de discrepancia) y el SRMR (Raíz de residuo cuadrático promedio) de acuerdo a los valores de referencia (tabla 30) de la herramienta plugins medidas de ajuste del modelo, complemento de AMOS 26, de Gaskin y Lim (2016). Además los valores se corroboraron con los sugeridos por Ruiz, Pardo y San Martín (2010) y Schreiber, Nora, Stage, Barlow y King (2006); por lo tanto, se procedió a realizar el AFC y el análisis de covarianzas entre las dimensiones de cada constructo para validar su estructura.

Tabla 29

Valores iniciales del modelo de ecuaciones estructurales

Medida	Estimar	Límite	Interpretación
CMIN	3281.754	--	--
DF	814.000	--	--
CMIN/DF	4.032	Entre 1 y 3	Aceptable
CFI	0.751	>0.95	Terrible
SRMR	0.078	<0.08	Excelente
RMSEA	0.082	<0.06	Terrible
Pclose	0.000	>0.05	No estimado

Nota: CMIN= Chi cuadrada, DF= Grados de libertad, CMIN/DF=Razón de discrepancia, CFI= Índice de ajuste comparativo, SRMR= Raíz del residuo cuadrático promedio, RMSEA= Error cuadrático medio de aproximación, P close= Significancia de que RMSEA < 00.5.

Tabla 30*Valores de referencia, medidas de ajuste del modelo, complemento AMOS*

Medida	Terrible	Aceptable	Excelente
CMIN/DF	>5	>3	>1
DF	<0.90	<0.95	<0.95
SRMR	>0.10	>0.08	<0.08
RMSEA	>0.08	>0.06	<0.06
Pclose	<0.01	<0.05	>0.05

Nota: CMIN= Chi cuadrada, DF= Grados de libertad, CMIN/DF=Razón de discrepancia, CFI= Índice de ajuste comparativo, SRMR= Raíz del residuo cuadrático promedio, RMSEA= Error cuadrático medio de aproximación, P close= Significancia de que RMSEA < 00.5.

Análisis factorial confirmatorio

Se procedió a realizar el análisis factorial confirmatorio con el método de máxima verosimilitud, para analizar si las escalas utilizadas para cada variable evidencian validez convergente y discriminante; así como los índices de ajuste con el software estadístico AMOS v. 26.

Para el ajuste del modelo del AFC se tomaron como criterio para la eliminación los ítems con mayor covarianza y que tuviera más repeticiones, así como las observaciones generadas por el AMOS v. 26. en el menú modificación de índices. Se puede apreciar en el modelo ajustado (figura 6) que de la variable RT se eliminaron los ítems PRT01, PRT02, PRT03, PRT04, PRT05; de la variable I, se eliminaron los ítems PI09, PI10, PI11, PI13, PI15, PI16 y PI17; de la variable A se fueron las preguntas PA19, PA20, PA21, PA22, PA23 y PA24 del constructo PP se quitaron los ítems PP28, PP29, PPP30, PPP32 y PPP34 y para finalizar en la variable C se eliminaron los ítems PC35, PC36, PC37, PC40, PC41 y PC42.

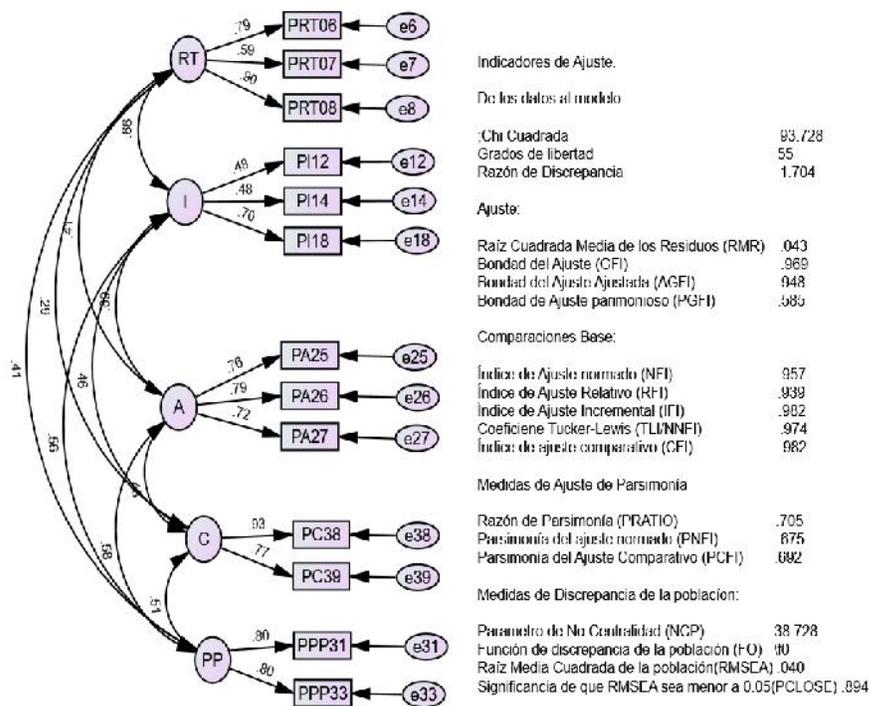
En la figura 12 se puede observar el modelo factorial confirmatorio ajustado y en la tabla 31 se presentan los valores de los diferentes indicadores, en donde se muestra el ajuste de manera excelente, la tabla fue generada al hacer uso de la herramienta de plugins medidas de ajuste del modelo, complemento de AMOS 26, de Gaskin y Lim (2016). Así mismo para evaluar el modelo de AFC se atendieron las recomendaciones de Ruiz et al.,(2010) en relación a que el valor de $p(\chi^2)$ fuera significativa y de Escobedo, Hernández, Estebané, y Martínez (2016) que las medidas de ajuste incremental (GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI) fueran mayores o igual a 0.90 y de Arias, (2008) que los residuos estandarizados (SRMR y RMSEA) sean inferior a .08, el RMSEA, preferiblemente, inferior a .06.

Finalmente el modelo logró los indicadores idóneos para las ciencias sociales, por lo tanto los constructos son aceptados para la investigación, en el modelo se conservaron las cinco variables planteadas RT, I, A, PP y C.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Figura 12

Modelo de análisis factorial confirmatorio ajustado



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Tabla 31

Valores del modelo de análisis factorial confirmatorio ajustado

Medida	Estimar	Límite	Interpretación
CMIN	121.003	--	--
DF	60.000	--	--
CMIN/DF	2.017	Entre 1 y 3	Excelente
CFI	0.971	>0.95	Excelente
SRMR	0.045	<0.08	Excelente
RMSEA	0.048	<0.06	Excelente
PClose	0.610	>0.05	Excelente

Nota: CMIN= Chi cuadrada, DF= Grados de libertad, CMIN/DF=Razón de discrepancia, CFI= Índice de ajuste comparativo, SRMR= Raíz del residuo cuadrático promedio, RMSEA= Error cuadrático medio de aproximación, P close= Significancia de que RMSEA < 0.05.

Posteriormente, se realizaron los cálculos para determinar los indicadores de validez de constructo, se hizo uso de la herramienta de validez maestra, complemento AMOS V. 26 de Gaskin, James, y Lim (2019), en la tabla 32 se presentan los datos obtenidos, en donde se observa que las variables RT, A, PP y C presenta la fiabilidad compuesta (CR, u Omega de McDonald) y presentan validez convergente y discriminante, no siendo así para el constructo I, esto de acuerdo a los indicadores recomendados por Hair et al., (2014) donde el $CR > .06$, para la validez convergente el $AVE > 0.5$ (AVE Varianza promedio extraída), $CR > AVE$ y para la validez discriminante el $MSV < AVE$ (MSV Mayor Varianza Compartida) y el $ASV < AVE$ (ASV Promedio de las Varianzas compartidas).

Tabla 32

Fiabilidad compuesta y varianza media extraída de los constructos

Variable	CR	AVE	MSV	ASV	Convergente	Discriminante
RT	0.80	0.59	0.44	.21	Validez	Validez
I	0.60	0.32	0.47	.35	Sin validez	Sin validez
A	0.80	0.57	0.47	.34	Validez	Validez
PP	0.80	0.64	0.34	.27	Validez	Validez
C	0.84	0.72	0.26	.19	Validez	Validez

Nota: CR= Fiabilidad compuesta, AVE= Varianza promedio extraída, MSV= Mayor varianza compartida, ASV= Promedio de las varianzas compartidas.

Con los ítems que se conservaron en el modelo de análisis factorial confirmatorio ajustado se procedió a realizar nuevamente el análisis de los supuestos para corroborar la factibilidad de realizar el análisis multivariante.

Supuestos para el análisis multivariante del modelo ajustado con escalas sumadas.

Se observó que en los supuestos para el análisis multivariante como son normalidad, homocedasticidad, colinealidad y multicolinealidad, se encontraron desviaciones por lo que no se cumplía en algunos casos, debido a que las variables que se están midiendo tienen

escala ordinal y son discretas; estas condiciones no permiten realizar el análisis multivariante porque en él se requieren variables continuas; por lo tanto, se procede a realizar el método de escalas sumadas, este método consiste en sumar o sacar el promedio de los ítems que miden el mismo constructo en una única variable para aumentar la fiabilidad en la medición de acuerdo con Hair et al. (2014).

Con los resultados del método de escalas sumadas se procedió a evaluar los supuestos.

Normalidad con escalas sumadas.

La normalidad de los constructos de manera visual por medio de histogramas y gráficos de dispersión se puede ver en la figura 13, además se diagnóstico con los coeficientes de asimetría y curtosis presentados en la tabla 33, los cuales son valores aceptables de acuerdo a los criterios señalados Barton y Peat (2014), no se aprecian desviaciones de normalidad univariante. Por su parte, la normalidad multivariante se evaluó a través del coeficiente de Mardia, obteniéndose un valor de 1.37, cumpliendo de esta forma con la normalidad multivariante de acuerdo con Rodríguez y Ruiz (2008).

Tabla 33

Coefficientes de Asimetría, Curtosis y Mardia

Variable	Asimetría	Curtosis
Política Pública	.042	-.812
Comunidad	-.056	-.590
Accesibilidad	.169	-.604
Infraestructura	-.003	-.597
Recursos Turístico	-.103	-.932
Multivariante		1.377

Nota: Elaborado con datos de campo. N=450

Homocedasticidad con escalas sumadas.

El supuesto de homocedasticidad se analizó por variables con el modelo de escala sumativa a través del estadístico de Levene tabla 34, en la cual se observa que las variables presentan valores superiores a .05, por lo tanto se cumple el criterio de homogeneidad de la varianza a partir del estadístico de Levene ($p > 0.05$) de acuerdo con Haidar y Torres (2015).

Tabla 34

Prueba de homocedasticidad de las variables a través del estadístico de Levene

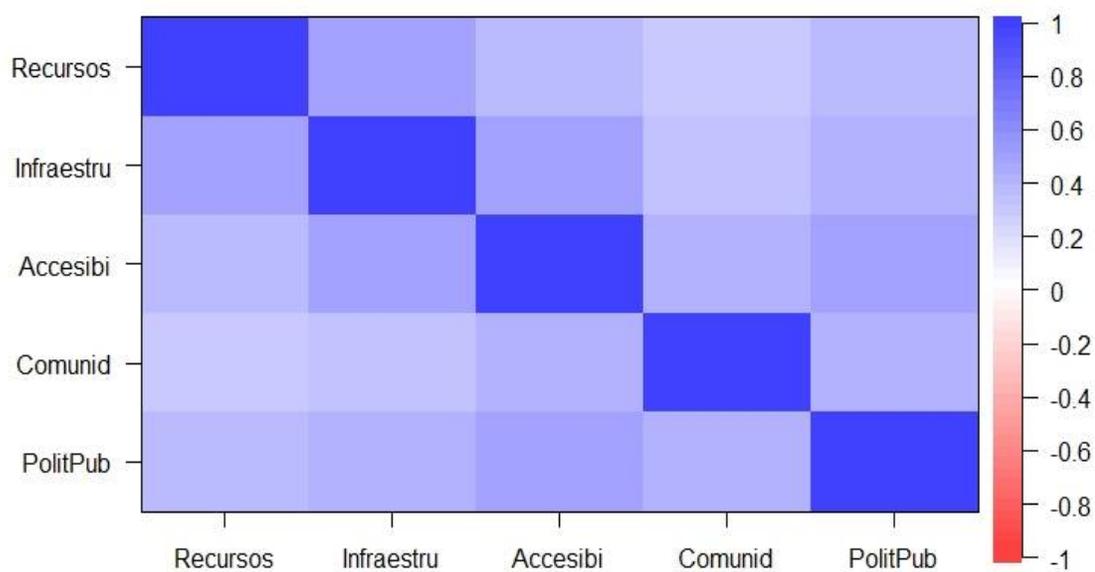
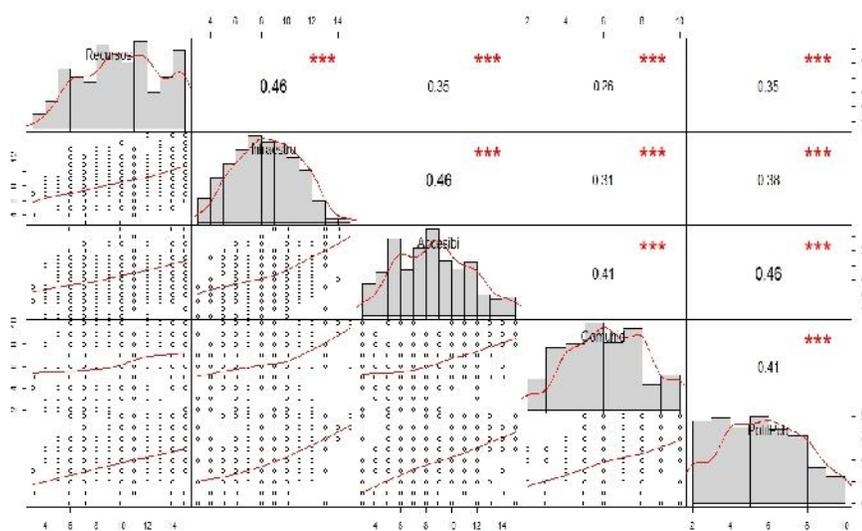
Variable	Estadístico de Levene	Sig.
Recursos Turísticos	2.773	.64
Infraestructura	.619	.539
Accesibilidad	1.452	.235
Políticas Públicas	1.395	.249
Comunidad	.655	.520

Nota: Elaborado con datos de campo. El factor empleado fue grado de estudio. N=450.

Colinealidad de los constructos.

La colinealidad se analizó de igual forma por constructo, en la figura 13 se aprecia en la diagonal principal las variables y no se observan correlaciones negativas, en la figura 14 se puede corroborar que las correlaciones son moderadas con valores menores a .50, por lo tanto, se cumple con el criterio de ausencia de colinealidad. Además el estadístico Durbin-Watson es de 1.8, se ubica entre 1.5 y 2.5 por lo que se asume independencia de los residuos, de acuerdo con los criterios de Blanco-Ariza, Vásquez-García, García-Jiménez y Melamed-Varela (2020).

Al cumplirse con los supuestos, se continúa con el análisis multivariante.

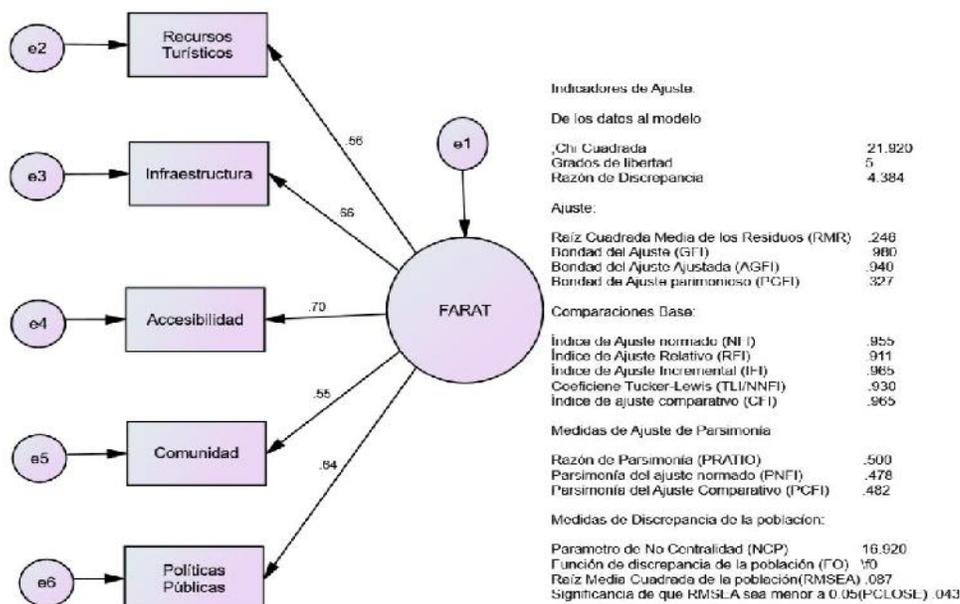
Figura 13*Correlograma de los constructos**Nota:* Elaboración con datos de campo. N=450.**Figura 14***Normalidad y correlaciones de los constructos**Nota:* Elaboración con datos de campo. N=450.

Modelo parsimonioso

Con las variables en estudio, aplicando el método de escalas sumadas, se encontró cumplimiento de los supuestos del análisis multivariante y se procedió a realizar el modelo parsimonioso que se presenta en la figura 15 en el cual el valor de probabilidad asociado a la Chi-cuadrada y las medidas de calidad de ajuste resultaron adecuados ($\chi^2 = 21.9$, $gl=5$, $p=.10$; $CMIN=4.38$; $CFI= .96$; $RMSEA = .08$) de acuerdo Ruiz et al.(2010) y Schreiber et al. (2006). con el ajuste idóneo se valida la representatividad de los datos para el modelo teórico y se permite considerar este modelo para la comprobación de las hipótesis planteadas.

Figura 15

Modelo parsimonioso N= 450



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

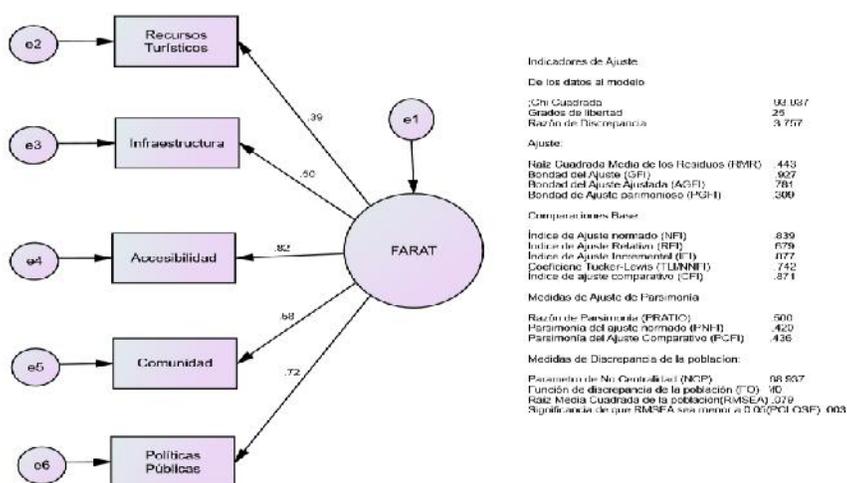
El modelo parsimonioso de la figura 15 muestra un modelo reflexivo en el que los factores que atraen y retienen el turismo, es representado en las variables de recursos, turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, registrando entre ellas valores en la cargas factoriales muy cercanos, sin embargo la accesibilidad obtiene la mayor carga factorial con un coeficiente de .70 y la comunidad presenta la menor carga factorial con un .55.

Modelo parsimonioso con efecto moderador de los stakeholders.

Con el modelo parsimonioso diseñado se procedió a identificar el efecto moderador de los stakeholders, en la figura 16 se puede observar el modelo parsimonioso con el efecto moderador del actor hoteles, encontrándose que la mayor carga factorial la tiene la accesibilidad por lo que este grupo da prioridad en un 82 % a este factor y a las políticas públicas un 72% y conceden menor importancia a los recursos turísticos con un 39%.

Figura 16

Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor hoteles



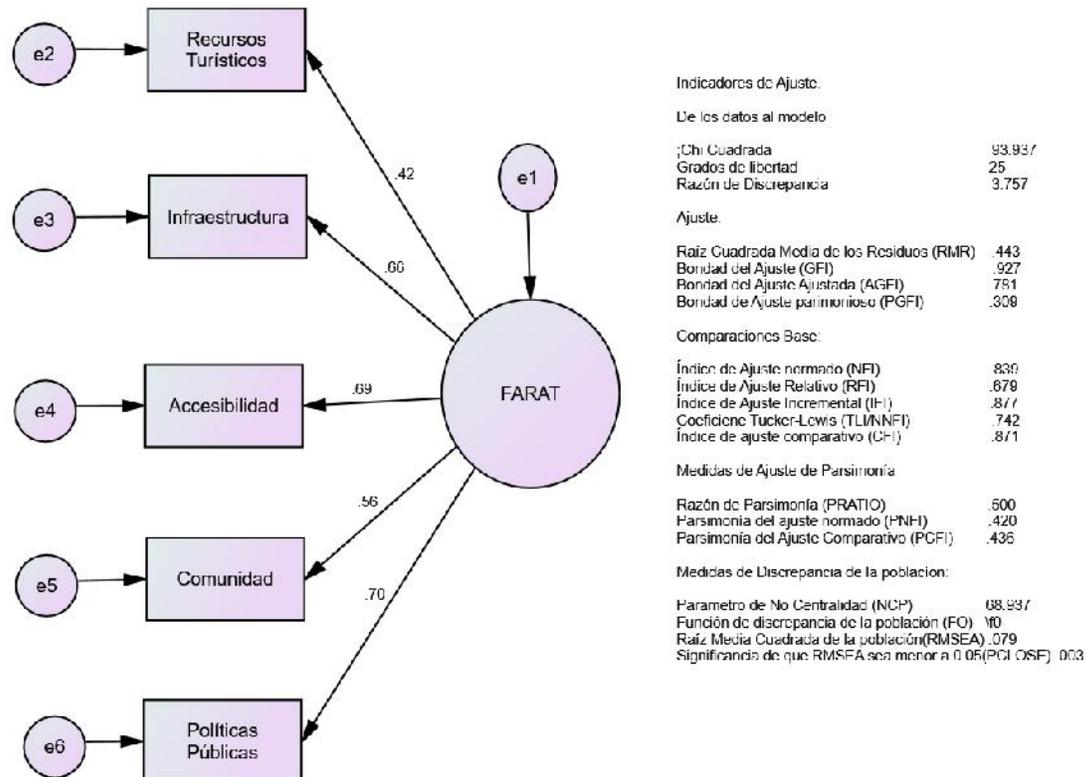
Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

En el modelo parsimonioso con el efecto moderador del actor restaurantes, figura 17 se observa que para este grupo la relevancia esta en las políticas públicas y la accesibilidad, en un 70 % y 69 % respectivamente, concediendo el último lugar a los recursos turísticos, de igual forma que el grupo de los hoteles.

Figura 17

Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor restaurantes



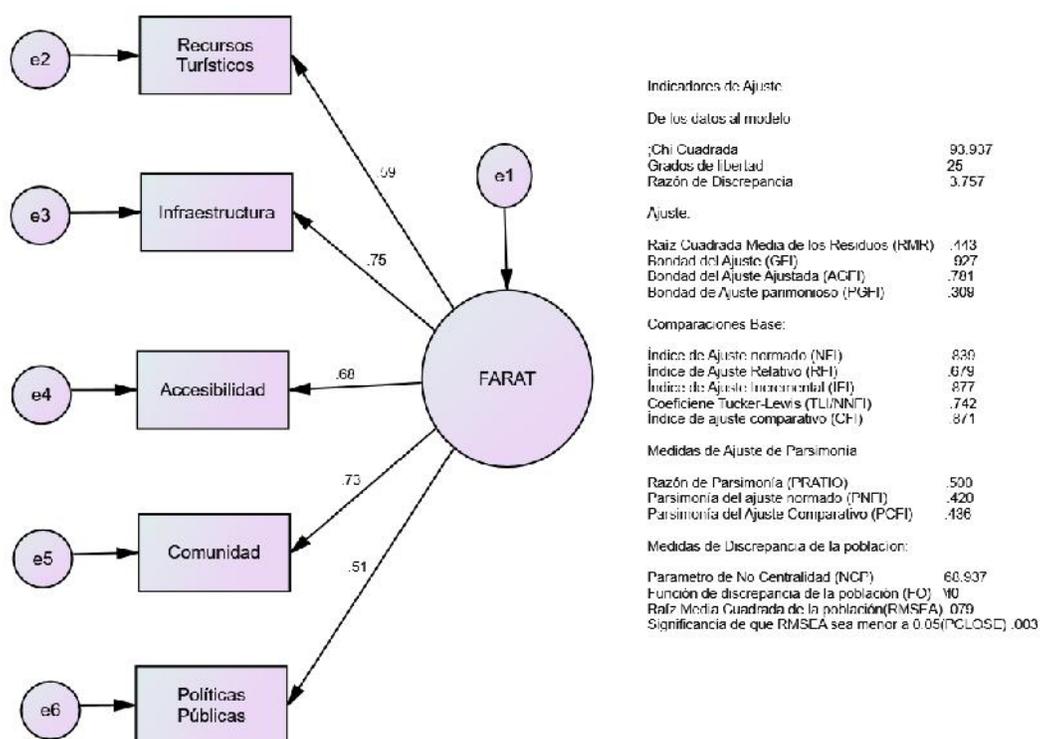
Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Para el grupo de los transportista turísticos el factor que mas atrae y retiene el turismo es la infraestructura con 75 %, muy cercana del factor de la comunidad con 73 %, a diferencia de los grupos de hoteles y restaurantes este grupo concede menor relevancia a las políticas públicas, lo que se puede ver en la figura 18.

Figura 18

Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor transporte turísticos



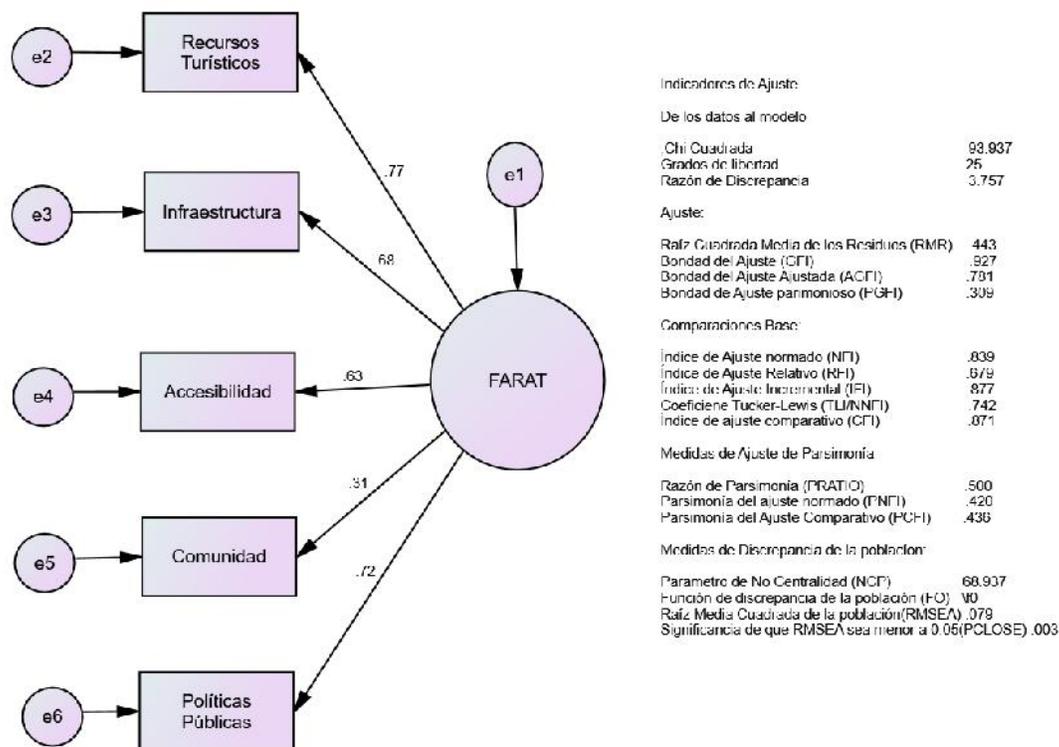
Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

La comunidad señala como el factor más importante para atraer y retener al turismo, son los recursos turísticos en un 77%, junto con las políticas públicas en un 72 % y se perciben a ellos mismos como el factor menos relevante como se aprecia en la figura 19.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Figura 19

Modelo parsimonioso con efecto moderador del actor comunidad

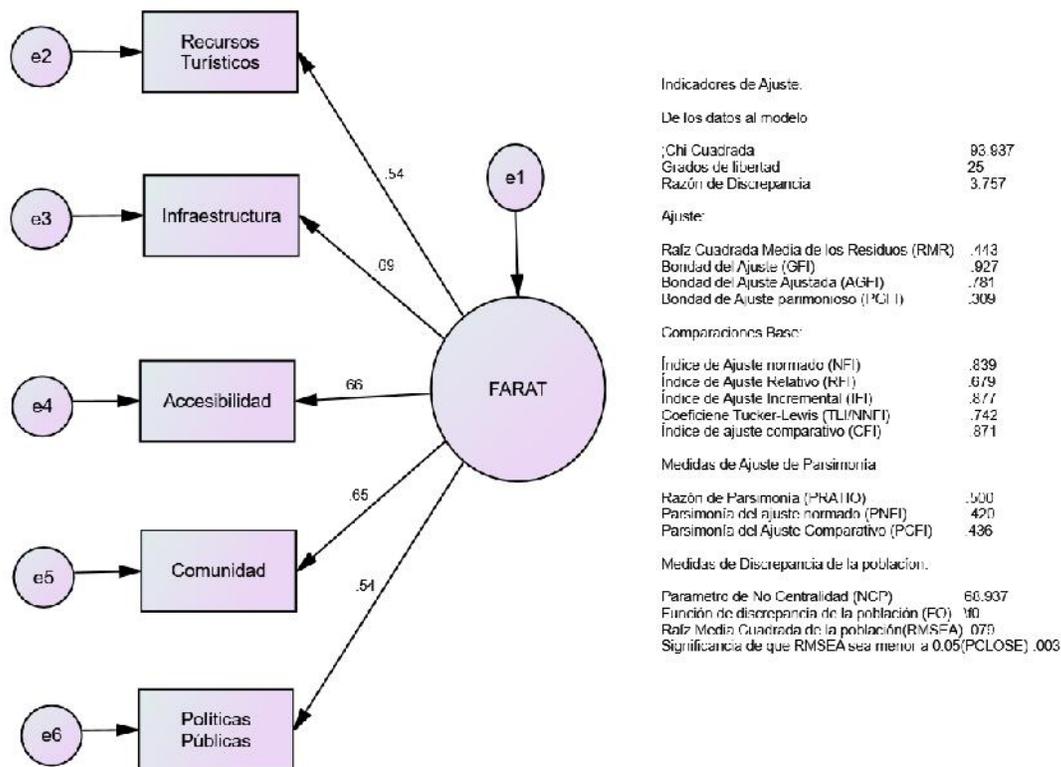


Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Por su parte el grupo de los servidores públicos (gobierno) dan prioridad a los cinco factores que atraen y retienen las actividades del turismo, lo cual se puede apreciar en la figura 20, en donde se muestran porcentajes muy cercanos y arriba del 50 %, marcando la diferencia con los cuatro grupos de actores.

Figura 20

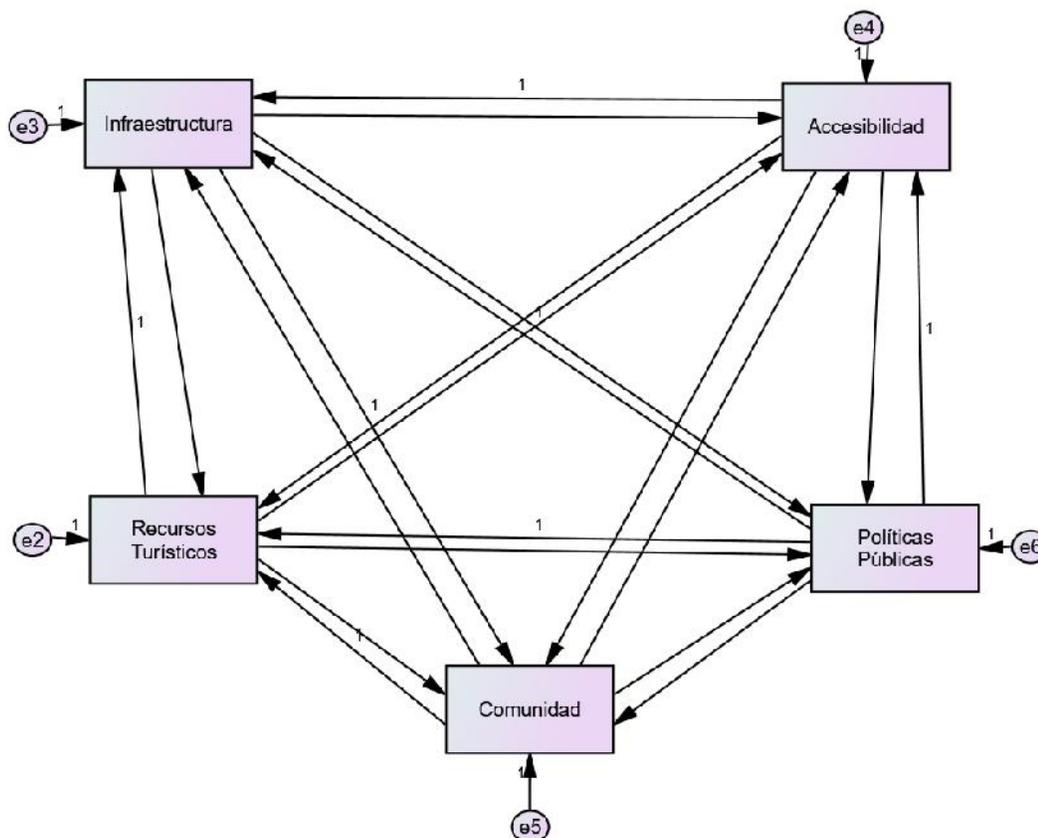
Modelo parsimonioso con efecto del actor gobierno



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Modelo estructural de relaciones

En virtud de que las dimensiones estudiadas, mostraron buen ajuste en el modelo y cumplieron con la significancia, se procedió a realizar el modelo estructural de relaciones entre variables figura 21, para realizar un análisis de ruta, de inicio se colocaron las relaciones posibles entre las variables, el modelo preliminar no presentó ajuste en los indicadores, ni estabilidad, por lo que se procedió al ajuste mediante la eliminación de las relaciones con cargas factoriales menores.

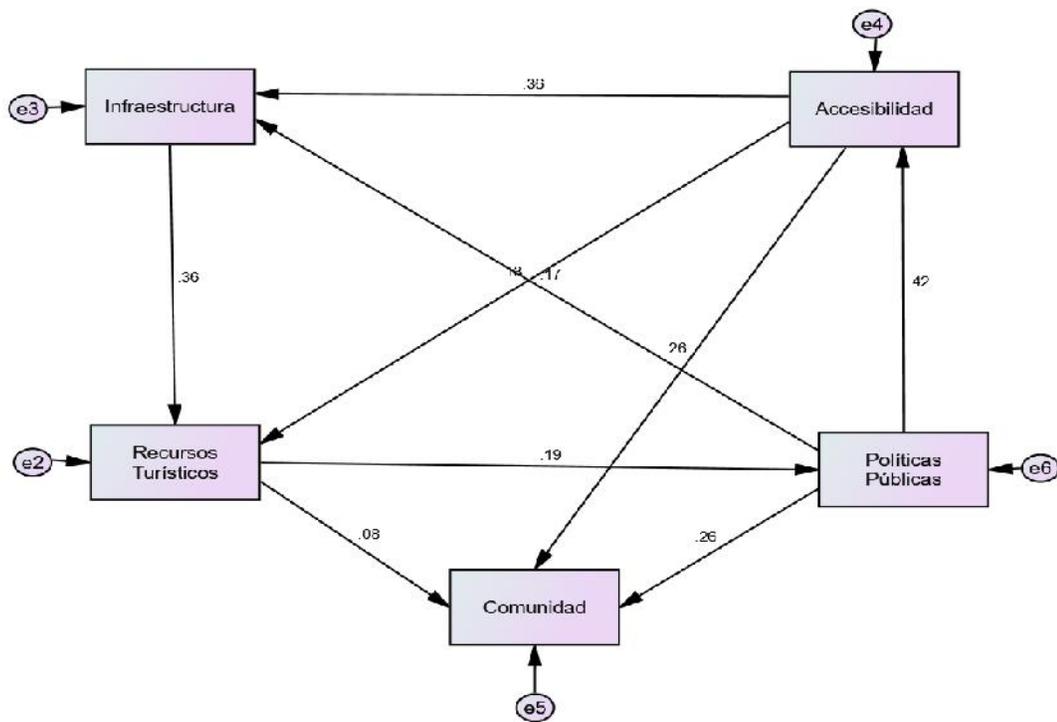
Figura 21*Modelo estructural de relaciones inicial**Nota:* Elaboración con datos de campo. N=450.

En la figura 22 se presenta el modelo estructural de relaciones ajustado, en donde se observan las relaciones con cargas factoriales, los indicadores de ajuste de calidad tales como de medidas absolutas, de ajuste incremental y de parsimonia se encuentran aceptables de acuerdo con los valores de referencia de Schreiber et al. (2006), lo que se puede constatar en la tabla 35, generada al hacer uso de la herramienta de plugins medidas de ajuste del modelo, complemento de AMOS 26, de Gaskin y Lim (2016). Asimismo se

cumple con la condición de estabilidad para el modelo estimado, la cual es de .13, encontrándose admisible de acuerdo al criterio de Fox (1980). A partir del análisis de rutas realizado mediante el modelo estructural ajustado, se proponen las recomendaciones que se presentan en el capítulo V.

Figura 22

Modelos estructural de relaciones ajustado



Nota: Elaboración con datos de campo. N=450.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 35

Valores del modelo estructural de relaciones ajustado

Medida	Estimar	Límite	Interpretación
CMIN	3.142	--	--
DF	1	--	--
CMIN/DF	3.142	Entre 1 y 3	Aceptable
CFI	0.996	>0.95	Excelente
SRMR	0.019	<0.08	Excelente
RMSEA	0.069	<0.06	Aceptable
PClose	0.240	>0.05	Excelente

Nota: CMIN= Chi cuadrada, DF= Grados de libertad, CMIN/DF=Razón de discrepancia, CFI= Índice de ajuste comparativo, SRMR= Raíz del residuo cuadrático promedio, RMSEA= Error cuadrático medio de aproximación, P close= Significancia de que RMSEA < 00.5.

También se realizó el cálculo de los efectos en las variables que se pueden observar en la tabla 36, en donde se aprecia las significancias entre las variables.

Tabla 36

Estimaciones de efecto de la variable

Nota: Elaborado con trabajo de campo N=450. S.E desviación estándar. C.R. = Razón crítica. P =

Variables		Valor estimado	Valor estándar	S.E	CR.	P
Comunidad	<---	Accesibilidad	.179	.258	.033	5.379 ***
Comunidad	<---	Recursos turísticos	.051	.078	.030	1.724 *
Comunidad	<---	Políticas públicas	.240	.261	.044	5.472 ***
Recursos turísticos	<---	Infraestructura	.448	.359	.059	7.592 ***
Infraestructura	<---	Accesibilidad	.305	.358	.039	7.737 ***
Recursos turísticos	<---	Accesibilidad	.135	.127	.053	2.562 **
Accesibilidad	<---	Políticas públicas	.554	.419	.058	9.630 ***
Políticas públicas	<---	Recursos turísticos	.136	.191	.038	3.548 ***
Infraestructura	<---	Políticas públicas	.188	.167	.055	3.392 ***

Probabilidad

De igual forma se estimaron los efectos totales y los directos los cuales se pueden apreciar en la tabla 37, se observa que la variable política pública tiene influencia sobre la

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

accesibilidad y ésta a su vez sobre la infraestructura, así también la política pública y la infraestructura ejercen dominio en los recursos turísticos.

Tabla 37

Estimaciones de los efectos totales y directos estandarizados en las variables

Tipos de efectos	Políticas Públicas		Accesibilidad		Infraestructura		Recursos turísticos	
	Totales	Directos	Totales	Directos	Totales	Directos	Totales	Directos
Políticas públicas	.033	.000	.050	.000	.071	.000	.197	.191
Accesibilidad	.433	.419	.021	.000	.030	.000	.083	.000
Infraestructura	.328	.167	.374	.358	.022	.000	.062	.000
Recursos turísticos	.172	.000	.263	.127	.371	.359	.033	.000
Comunidad	.395	.261	.297	.258	.055	.000	.153	.078

Nota. Elaborado con trabajo de campo N=450.

Contraste de hipótesis

En este apartado se describen los resultados de la prueba de hipótesis planteadas en el capítulo I.

La hipótesis general de investigación establece H_I: Los recursos turísticos, la infraestructura, la accesibilidad, las políticas públicas y la comunidad atraen y retienen las actividades económicas del turismo de manera significativa, para su comprobación se analizaron las cargas factoriales del modelo parsimonioso reflexivo registradas en la tabla 38, carga factoriales del modelo parsimonioso, en donde se observa que se le colocó a la variable recursos turísticos la restricción al considerar que es la variable de mayor peso de acuerdo a la literatura revisada, por lo que es significativa y positiva, con lo que respecta a las factoriales estandarizadas de los constructos de infraestructura, accesibilidad, políticas

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

públicas y comunidad, estas dieron valores significativos ($***p<0.001$) por lo tanto hay suficiente evidencia para no rechazar la hipótesis H_i .

Tabla 38

Cargas factoriales del modelo parsimonioso

VARIABLES	Carga factorial estimada	Carga factorial estandarizada	S.E.	C.R.	P
Recursos turísticos	1	0.56			
Infraestructura	0.93	0.65	0.1	9.38	***
Accesibilidad	1.15	0.69	0.1	9.63	***
Comunidad	0.63	0.54	0.1	8.41	***
Política pública	0.81	0.64	0.1	9.28	***

Nota: S.E.=desviación estándar, CR=razón crítica, $***p<0.001$ N=450.

En la hipótesis H_1 : Los stakeholder tienen un efecto moderador en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo, se realizó el análisis del modelo parsimonioso, figuras 16, 17, 18, 19 y 20, añadiendo a los stakeholders (hoteles, restaurantes, transporte turístico, comunidad y gobierno) como moderador, observándose, mediante las cargas factoriales las cuales se presentan en la tabla 39, que cada actor proporciona mayor o menor importancia a cada variable desde su perspectiva, por lo tanto se encontró evidencia empírica para no rechazar la H_1 :

Tabla 39

Efecto moderador de los stakeholders

Carga factorial	Recursos turísticos	Infraestructura	Accesibilidad	Comunidad	Política pública
Hoteles	.39	.50	.82	.58	.72
Restaurantes	.46	.66	.69	.56	.70
Transporte turístico	.59	.75	.68	.73	.51
Comunidad	.77	.68	.63	.31	.72
Gobierno	.54	.69	.66	.65	.54

Nota: Elaborado con datos de campo. N=450.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Para comprobar la hipótesis H₂: El nivel de percepción de los actores del turismo sobre recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad es baja, se realizó un análisis de cuartiles, los cuales se presentan en la tabla 40 en donde se observa que la percepción en las diferentes variables, con respecto a la clasificación del nivel baja ocupa de un 24 a 29%, estos datos proporcionan evidencia empírica para rechazar la hipótesis H₂.

Tabla 40

Percepción de los actores del turismo

Nivel	Percentil	Recursos turísticos		Infraestructura		Accesibilidad		Políticas Públicas		Comunidad	
		Rango	%	Rango	%	Rango	%	Rango	%	Rango	%
Bajo	25	1.63-	27	1.30-	29	2.44-	27	1.00-	25	1.00-	24
		3.00		2.60		27.3		2.00		2.62	
Moderado	50	3.01-	19	2.62-	26	3.00-	27	2.01-	23	2.63-	23
		3.62		3.10		26.9		2.85		3.12	
Alto	75	3.63-	34	3.11-	24	3.55-	20	2.86-	29	3.13-	27
		4.25		3.60		20.2		3.57		3.87	
Muy alto	100	4.26-	20	3.62-	21	3.56-	26	3.58-	23	3.88-	26
		5.00		5.00		5.00		5.00		5.00	

Nota: Elaborado con trabajo de campo N=450.

En la hipótesis H₃= Existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, según la zona en estudio, se realizó una prueba de ANOVA de un factor, los resultados se presentan en la tabla 41, en donde se encontraron diferencias significativas [$f(2,447)=4.66, p<.01$] para la variable recursos turísticos y en la variable infraestructura [$f(2,447)=3.03, p<.04$]; de acuerdo a la comparaciones de HSD Tukey, para la variable recursos turísticos se reporta una mejor percepción en Tenosique que para la zona de Huimanguillo y en cuanto a infraestructura las diferencias se presentan entre Teapa y Tenosique, de manera específica

no se puede rechazar la hipótesis para las variables recurso turístico e infraestructura, pero el tamaño del efecto es muy bajo, por lo que desde el punto de vista práctico las diferencias no son relevantes, por lo tanto la evidencia empírica encontrada permite de manera general rechazar la hipótesis.

Tabla 41

Percepción de los actores del turismo por zonas territoriales

Factor	Tenosique (1)		Teapa (2)		Huimanguillo (3)		F	Post hoc	η^2
	M	SD	M	SD	M	SD			
Recurso turístico	3.70	.82	3.65	.85	3.44	.73	4.66*	3<1,2	.02
Infraestructura	3.09	.72	3.14	.61	2.96	.65	4.03*	1<2,3	.01
Accesibilidad	2.99	.77	3.03	.70	2.98	.75	.183	1=2=3	.00
Política turística	2.92	.92	2.84	1.03	2.79	.93	.681	1=2=3	.00
Comunidad	3.21	.84	3.16	.86	3.14	.83	.263	1=2=3	.00

Nota: Los números entre paréntesis en las columnas cabezas son para referirse a los números usados para ilustrar las diferencias significativas en la columna "post hoc".

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$. N=450

Finalmente para la hipótesis H₄= Existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, política pública y comunidad, según el grado de estudio, de igual forma se realizó una prueba análisis de varianzas ANOVA de un factor (tabla 42), en donde se encontró diferencia significativa [F(2,44)=6.21, $p < .002$] de acuerdo a la comparación HSD Tukey en la variable política pública, por lo que de manera particular en este constructo, no se puede rechazar la hipótesis, sin embargo al no encontrarse diferencias significativas en las otras cuatro variables y al observarse que el tamaño del efecto es bajo, de manera general con la evidencia empírica encontrada, la H₄ se rechaza.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla 42

Percepción de los actores de acuerdo a su nivel de educación

Factor	Básica (1)		Superior (2)		Posgrado (3)		F	Post hoc	η^2
	M	SD	M	SD	M	SD			
Recurso turístico	3.54	.78	3.69	.80	3.46	.84	2.45	1=2=3	.01
Infraestructura	3.01	.64	3.14	.69	3.07	.68	1.94	1=2=3	.00
Accesibilidad	2.99	.71	3.05	.78	2.80	.73	1.30	1=2=3	.00
Política Pública	2.70	.99	3.02	.92	2.99	.95	6.21**	1,3<2	.02
Comunidad	3.12	.87	3.26	.80	2.99	.83	2.08	1=2=3	.00

Nota: Los números entre paréntesis en las columnas cabezas son para referirse a los números usados para ilustrar las diferencias significativas en la columna "post hoc". *p<.05; ** p<.01; ***p<.001. N=450

Capítulo V. Discusión, conclusión y recomendaciones

Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos se comprobó que entre los factores que atraen y retienen al turismo es necesario en primera instancia que existan recursos naturales o culturales, como lo hace notar Acerenza (2006), lo cual es esencial para el desarrollo de la industria turística (Boullón, 2006), es decir es el componente clave y es el centro en el modelo de Benckendorff (2006) debido a que son los que llaman y atraen la atención (Gurría, 1997) y alejan a los turistas de su entorno habitual (Lew, 1987).

También se corroboró que no basta con que se cuente con una riqueza de recursos turísticos, es necesario que converjan otros elementos como servicios esenciales para los turistas, tales como hoteles, restaurantes, seguridad, comercios, etc, como lo destaca el modelo teórico de discos concéntricos de Gunn (1979, 1982, 1988, 2014) y la concepción sistémica de Molina (1997), los cuales se agruparon en la variable infraestructura.

Así mismo se confirmó que otro pilar esencial en la atraktividad turística es la información de los atractivos turísticos la cual es la base en el modelo teórico de Leiper (1990), y es considerada en la variable accesibilidad, incluyendo de igual forma la facilidad para ingresar a los recursos turísticos para disfrutarlos, ayudando así a definir el atractivo del lugar tal como lo señala Courtois (2013), ratificando así la importancia que le concede Taylor (2015) a la dificultad y el costo que tienen que superar los visitantes potenciales cuando viajan a una atracción.

Por su parte en lo referente a la relevancia de los habitantes de la comunidad como factor de atracción para desarrollar actividades turísticas, este factor fue acogido, concordando con los estudios de Alipour y Mahdi (2012) y Dumont (2015), sobre la

importancia que tiene la actitud de la comunidad sobre el desarrollo exitoso y sostenible del turismo y marcado en relevancia del mismo modo por la Organización Mundial del Turismo (1995) el hacer partícipes a los residentes en las decisiones de planificación y desarrollo del turismo en su lugar de residencia; consolidandolo con el nivel de capacitación de las población (Diallo, 2012).

En relación a las políticas públicas, esta investigación concuerda con Magaña-Carrillo (2009), el papel del gobierno es contundente en la planificación del desarrollo de actividades turística, así asimismo coincide con Monfort (2000), con respecto a que las acciones del gobierno son determinantes para facilitar la cooperación entre los prestadores de servicio.

Los hallazgos en la investigación confirman que el turismo está integrado por diversas variables tal como lo mencionan Vázquez, Osorio, Arellano y Torres (2013) y ratifican la importancia de analizar la actividad turística como un complejo de varios factores que se relacionan e influyen, lo cual es congruente con el modelo teórico de MacCannell (1976), Gunn (1979), Leiper (1990), Molina, (1997), Benckendorff (2006) y la Organización Mundial del Turismo (1995).

Respecto si los stakeholders tienen un efecto moderador en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo, los resultados muestran en el modelo parsimonioso mediante las cargas factoriales que estos ejercen influencia, lo cual coincide con Botti (2010) entre las determinantes del atractivo de un territorio, las partes interesadas juegan un papel importante por lo que deben ser consideradas, al igual como lo sugieren Mikery y Pérez (2014).

En otro rubro se exploró con los resultados obtenidos, sobre si los constructos validados en el modelo son influidos por variables como la edad, grado de estudio o la zona territorial, lo cual resultó no significativo en el contexto estudiado; estos resultados abren brecha para seguir investigando sobre variables moderadoras en los factores que atraen y retienen el turismo.

Conclusiones

La integración del turismo a las actividades productivas rurales representa una estrategia para mejorar las condiciones de vida de los pobladores (Mikery y Pérez, 2014), lo que ha llevado a buscar nuevas alternativas para identificar zonas territoriales con potencial para ser desarrolladas en el sector turístico.

En la literatura revisada y disponible en bases de datos científicas se identificó un número limitado de investigaciones que abordan los temas del turismo mediante los modelos de ecuaciones estructurales, por lo que se sugiere hacer uso de esta técnica, que permite confirmar teoría tal como lo señalan Nunkoo y Ramkissoon (2012); ante esta situación se desarrolló un modelo de investigación que fue evaluado a través del modelado de ecuaciones estructurales reportando buen ajuste de los datos, logrando de esta forma la primera parte del objetivo principal planteado al inicio de la investigación: Determinar los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo.

Los resultados comprueban que los recursos turísticos, la infraestructura, la accesibilidad, las políticas públicas y la comunidad atraen y retienen las actividades económicas del turismo de manera significativa, lo cual se infirió con base a la literatura y se corroboró con la información empírica mediante el uso de la técnica SEM.

Los resultados revelan que para que un lugar sea desarrollado en el sector del turismo debe contar no solo con recursos turísticos, además debe poseer infraestructura, accesibilidad, el gobierno debe planificar e integrar a los actores involucrados y la comunidad debe estar consciente de la importancia de involucrarse en los programas que permitan el desarrollo de la actividad económica del turismo.

Así mismo se alcanzaron los objetivos particulares de la investigación.

En el primer objetivo particular: Identificar el efecto moderador que tienen los stakeholders en los factores que atraen y retienen las actividades económicas del turismo. Mediante el modelo parsimonioso se encontró que cada actor (hoteles, restaurantes, transporte turístico, comunidad y servidores públicos) tiene un efecto moderador positivo en las variables. Los resultados muestran que la importancia de cada variable es de acuerdo a cada actor.

Para el objetivo: Identificar el nivel de percepción de los actores del turismo sobre los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad. Para lograr este objetivo se hizo un análisis de cuartiles en donde se encontró que el nivel de percepción de los actores señalados en promedio son muy cercanos que van de bajo con 26%, moderado 24%, alto 23% y 27% muy alto, en las variables. Por lo tanto la percepción de los actores se encuentra muy dividida entre los niveles.

En el objetivo: determinar si existen diferencias significativas en la percepción de los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad, según la zona territorial evaluada. Se realizó un análisis de varianzas ANOVA de un factor, los resultados mostraron que solo hay diferencias significativas en la variable recursos

turísticos e infraestructura no siendo de esta manera para las variables de accesibilidad, políticas públicas y comunidad. Los resultados dejan ver que la percepción de los actores del turismo es determinada por la zona territorial en las variables de recursos turísticos e infraestructura, pero no para las variables de accesibilidad, políticas públicas y comunidad.

Y en el último objetivo particular de la investigación: determinar si existen diferencias significativas en la percepción de los actores del turismo en los recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas y comunidad, de acuerdo al grado de estudio. En los resultados se encontró que solo hay diferencias significativas en la variable políticas públicas no siendo así para las otras cuatro variables; por lo tanto la percepción de los actores del turismo no está determinada por el grado de estudio salvo las políticas públicas.

Recomendaciones

Con base en los resultados de la investigación, se describen propuestas de mejora para el sector turístico.

El gobierno en México, es quien tiene el poder de crear políticas públicas, así también el marco de acción legal y financiero que el turismo requiere para su desarrollo (Magaña-Carrillo, 2009), en este sentido el papel que juega es detonante, por lo tanto, se sugiere que en las políticas turísticas se incluyan las variables de recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad y a la comunidad, las cuales fueron identificadas desde la teoría (Benckendorff, 2006; Botti, 2010; Gunn, 1988; Leiper, 1990) como los elementos necesarios para desarrollar actividades turísticas y fueron validadas con los datos de campo por medio del modelo de ecuaciones estructurales tal como lo propone Nunkoo y

Ramkissoon (2012), así también se corroboró su influencia de unas con otras mediante el modelo estructural de relaciones y el cálculo de los efectos totales, directos y significativos.

Por lo antes mencionado se recomienda que se considere trabajar con los factores de atracción y retención como un sistema (Molina, 1997) dado que el turismo está integrado por un conjunto de partes que se relacionan entre si. Los recursos turísticos influyen en la infraestructura, accesibilidad y la comunidad; la accesibilidad tiene efecto sobre la comunidad y la infraestructura; de igual forma se encuentra influencia en las políticas públicas sobre la comunidad, accesibilidad, los recursos turísticos e infraestructura. Todos estos efectos son total, directo y significativos y su influencia es recíproca.

De manera práctica en la variable de recursos turísticos se propone a las autoridades correspondiente la gestión y realización de eventos en las zonas territoriales que cuentan con recursos naturales y culturales, además que se impulse mayormente la gastronomía de la región. Los eventos traen múltiples beneficios de acuerdo con Getz y Page (2015), entre ellos atraen turistas y a otros tales como patrocinadores y medios de comunicación; además pueden crear imágenes positivas para el destino y animan a los lugares de todo tipo, haciéndolos más atractivos para visitar y volver a visitar y utilizarlos de manera más eficiente.

A su vez en la variable infraestructura se debe considerar reforzar el servicio médico y bancario e implementar una atención adecuada para los turistas y sobre todo robustecer la seguridad, dado que son elementos necesarios para que la actividad turística se desarrolle.

Así mismo en la accesibilidad se recomienda colocar señalamientos que faciliten la llegada y el ingreso para apreciar los atractivos turísticos y sobre todo colocar módulos de información que guíen a los visitantes.

Con respecto a la comunidad se sugiere se desarrollen talleres con los habitantes que integran cada poblado para concientizar la importancia de desarrollar actividades turísticas y guiarlos para que se involucren y se organicen.

Y finalmente en las políticas públicas, se exhorta a las autoridades del turismo a facilitar la cooperación entre los prestadores de servicios como son hoteleros, restauranteros y transporte y que se planifique el desarrollo del turismo con todos los actores involucrados.

Con respecto a las futuras líneas de investigación se sugiere realizar más estudios empíricos e incursionar más con la técnica de modelos de ecuaciones estructurales para comprobar teoría e ir incrementando variables para ampliar y complementar las presentadas en este estudio a partir del enfoque cuantitativo.

Referencias

Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo* (Trillas, Ed.).

México, D.F.

Akkari, N., y Khefacha, I. (2017). *Attractivité Territoriale et Intention Entrepreneuriale:*

Exploration Comparative Internationale (pp. 1–20). pp. 1–20.

<https://www.researchgate.net/publication/316622396%0AAttractivité>

Alipour, S., y Mahdi, K. (2012). Community perception of tourism impacts and their

participation in tourism planning: A case study of Ramsar, Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 36(June 2011), 333–341.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.037>

Ardhala, A., Santoso, E., y Sulistyarso, H. (2016). Influence factors on the development of

creative industry as tourism destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 671–679.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>

Arias, B. (2008). *Desarrollo del un ejemplo de análisis factorial confirmatorio con*

LISREL, AMOS y SAS: Seminario de Actualización en Investigación sobre Discapacidad SAID 2008. 1–42.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión*, 5.

<https://doi.org/10.6018/rie.33.1.182391>

Babbie, E. (2000). *Fundamentos de investigación social* (Vol. 67; T. Editores, Ed.).

México.

Barbini. (2008). Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico. *Aportes y Transferencias*, 12, 65–91.

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27615331005>

Barton, B., y Peat, J. (2014). *Medical statistics a guide to spss, data analysis and critical appraisal* (Segunda; B. Publishing, Ed.). Estados Unidos.

Benckendorff, P. (2006). Attractions megatrends. In *Tourism business frontiers* (Ed.), *Tourism business frontiers* (pp. 200–210). Elsevier, Butterworth-Heinemann.

Bernal, A. (2016). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Cuarta; Pearson, Ed.). Colombia.

Bhat, C., Handy, S., Kockelman, K., y Mahmassani, H. (2000). *Development of an urban accessibility index: literature review*. Retrieved from https://ctr.utexas.edu/wp-content/uploads/pubs/4938_4.pdf

Blanco-Ariza, A., Vásquez-García, A., García-Jiménez, R., y Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2).
<https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32429>

Blanco, P., Vázquez, V., Reyes, J., y Guzmán, M. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona Altiplano de San Luis Potosí, México. *Cuadernos de Turismo*, (35), 17. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221491>

Botti, L. (2010). Laurent Botti, Pour une gestion de la touristicité des territoires : stratégie collective et management de l'attractivité. In *Mondes du tourisme*.

<https://doi.org/10.4000/tourisme.325>

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico* (4ta. edición; Trillas, Ed.). México.

Camara, C., y Morcate, F. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48–67.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005

Cárdenas, F. (2006). *Proyectos turísticos. Localización e inversión* (Trillas, Ed.). México.

Courtois, S. (2013). *Developpement Local Et Attractivité* (Université de La Réunion).

Retrieved from <https://studylibfr.com/doc/2527105>

Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Retrieved from [http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm)

[gratis/2015/1433/index.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm)

Cracolici, M. F., y Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–

344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>

DeVellis, R. (2017). *Scale Development Theory and Applications* (Fourth; SAGE, Ed.).

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=9yfYCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=HoJFSgVchp&sig=vpPRR4RfdCWkuJREsjWBtq5qQ6k&redir_esc=y#v=on

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=9yfYCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=HoJFSgVchp&sig=vpPRR4RfdCWkuJREsjWBtq5qQ6k&redir_esc=y#v=on

epage&q&f=false

Diallo, I. (2012). *La Promotion Territoriale, Levier de L'Attractivité Économique: Les cas de Lyon (France), Saguenay (Québec) Et mbour (Sénégal)*. (Á L'université du Québec A Chicoutimi (Uqac), en Association Avec L'université du Québec A Rimouski (Uqar), Comme Exigence Partielle Du Programme Conjoint De Doctorat En Développement Régional). <https://constellation.uqac.ca/2741/>

Dumont, G. F. (2015). Les Conditions de L'Attractivité des Territoires. *HAL Archives-Ouvertes*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01150941>

Dwyer, L., Cvelbar, L. K., Mihalič, T., y Koman, M. (2014). Integrated destination competitiveness model : testing its validity and data accessibility. *Tourism Analysis*, 19(1999), 1–17. <https://doi.org/DOI:>
<http://dx.doi.org/10.3727/108354214X13927625340073>

Elliott, J. (1997). *Tourism politics and public sector management* (Vol. 84).
<http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>

Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances En Medición*, 6, 27–36.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2981181>

Escobedo, M., Hernández, A. J., Estebané, V., y Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Revista Ciencia y Trabajo*, 18(55), 16–22.

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-24492016000100004

Fernández, M., Benítez, J., Pichardo, M., Fernández, E., Justicia, F., García, T., y Justicia, A. (2010). Análisis factorial confirmatorio de las subescalas del PKBS-2 para la evaluación de las habilidades sociales y los problemas de conducta en educación infantil. *Education y Psychology*, 8(3), 1229–1252.

Fox, J. (1980). Effect analysis in structural equation models. *Sociological Methods and Research*, 9(I), 3–28. Retrieved from smr.sagepub.com at

Frenk, J. (1985). El concepto y la medición de la accesibilidad. In *Salud publica en Mexico*. <http://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/422>

Friboulet, J. J. (2010). La construction de l'attractivité : une analyse en termes de capacité. *Cairn Info*, 149, 11–16. <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2010-1-page-11.htm> %0ADistribution

García-García, J., Reding-Bernal, A., y López-Alvarenga, J. (2015). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Metodología En Investigación En Educación Médica*, 2(8), 217–224. [https://doi.org/10.1016/s2007-5057\(13\)72715-7](https://doi.org/10.1016/s2007-5057(13)72715-7)

Garrocho, C., y Campos, J. (2006). Un indicador de accesibilidad a unidades de servicios clave para ciudades mexicanas: fundamentos, diseño y aplicación. *Economía, Sociedad y Territorio*, VI(22), 1–61.

<http://core.kmi.open.ac.uk/download/pdf/5767109.pdf>

- Gaskin, J., James, M., y Lim, J. (2019). Medidas de validez del modelo. Herramienta de validez maestra. Complemento de AMOS website:
file:///C:/Users/amada/Documents/5 Semestre/Curso SEM/MasterValidity.html
- Gaskin, J., y Lim, J. (2016). Medidas de ajuste del modelo. Medidas de ajuste del modelo website: file:///C:/Users/amada/Documents/5 Semestre/Curso SEM/Invariance.html
- Gauna, C. (2018). Análisis sociodemográficos, económico y turístico de los pueblos mágicos de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*, 36, 36–66. Retrieved from <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9108>
- Getz, D., y Page, S. J. (2015). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Ginés, H. (2010). Evaluación del potencial turístico. In *Proyecto Mesozonificación Ecológica y Económica para el Desarrollo Sostenible de la provincia de Satipo*. http://iiap.org.pe/Archivos/publicaciones/Publicacion_1513.pdf
- González, N., Abad, J., y Levy, J. P. (2006). Normalidad y otros supuestos en análisis de covarianzas. In Netbiblo (Ed.), *Modelización con estructuras de covarianzas* (pp. 31–57). Coruña.
- Goodall, B. (1987). *Dictionary of human geography* (The Penguin, Ed.). Londres.
- Gunn, C. (1979). *Assesing community potential land analysis* (A. y M, Ed.). Texas.
- Gunn, C. (1982). Destination zone fallacies and half-truths. *Tourism Management*, 3(4),

263–269. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(82\)90048-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(82)90048-6)

Gunn, C. (1988). *Vacationscape: designing tourist regions*. (Segunda ed). Nueva York: Nostrand Reinhold.

Gunn, C. (2014). *Vacationscape: Developing Tourist Areas*.

<https://doi.org/10.1159/000013317>

Gurría, M. (1997). *Introducción al turismo* (Trillas, Ed.). México.

Guzmán-Sala, A. (2016). *Innovations dans le secteur touristique au mexique le Tabasco: analyse opérationnelle et perspectives*. París: L'Harmattan.

Guzmán-Sala, A. (2019). La atraktividad territorial: Análisis de los factores que influyen en el desarrollo turísticos de los destinos. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2, 20–43. <http://www.jthr.es/index.php/journal/article/download/64/112/>

Guzmán, A., y García, V. (2014). *El sector turístico en Tabasco: la perspectiva de los servicios ofertados en los hoteles, restaurantes y transporte* (Primera ed, Vol. 5; E. C. Editorial, Ed.). México.

Guzman, A., Mayo, A., Pérez, B., y García, V. (2015). *Características de los atractivos turísticos de Tabasco*. México.

Haidar, E., y Torres, G. C. (2015). La gestión mecanicista de las Instituciones de Educación Superior : un estudio desde la modelación sistémica. *Contaduría y Ad*, 60, 796–816. www.contaduriayadministracionunam.mx/%0ALa

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., y Black, W. (1999). *Análisis multivariante* (Quinta edición; P. H. Iberia, Ed.). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Hair, J., Black, W., Babin, B., y Anderson, R. (2014). *Multivariate data analysis* (Seventh; Pearson Prentice Hall, Ed.).

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación* (M. G. Hill, Ed.). México, D.F.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. In M. G. Hill (Ed.), *Animal Genetics* (6th ed., Vol. 39). México D.F.

Ho, R. (2006). *Handbook of univariate and multivariate data analysis and interpretation with SPSS* (Chapman y Hall, Ed.). Australia.

Huerta, M., y Sánchez, A. (2011). Evaluación del potencial ecoturístico en áreas naturales protegidas del municipio de Santa María Huatulco , México. *Cuadernos de Turismo*, 27(709), 541–560. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140091>

Ibañez, R., y Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional* (S. Didáctica, Ed.).

http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2014). Directorio Nacional de Unidades Económicas. DENU. Retrieved March 30, 2019, from Censos Económicos 2014 website: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denu/>

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2018). Banco de Información Económica. November 5, 2018, <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2009). Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos, Tenosique, Tabasco. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*, 1–27. <http://www3.inegi.org.mx>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, M., y Ismail, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 123–134. <https://doi.org/10.1177/1467358415610373>
- Jamal, T., y Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jamal, T., y Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 169–189. <https://doi.org/10.1080/09669580802495741>
- Jean, C. C., y Morcate, L. F. A. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort de France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 1815–5898. <https://doi.org/ISSN 1815-5898>
- Jublot, G. (2012). *L'Attractivité territoriale : rôle des incitations et des institutions et conditions de l'innovation* (Université François – Rabelais de Tours).

<http://www.theses.fr/2012TOUR1009>

Khadaroo, J., y Seetanah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism Management*, 29(5), 831–840. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.09.005>

Kieffer, M., y Burgos, A. (2015). Productive identities and community conditions for rural tourism in Mexican tropical drylands. *Tourism Geographies*, 17(4), 561–585. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1043576>

Leiper, N. (1979). The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)

Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B)

Leno. (1991). *Los recursos turísticos en proceso de planificación: Inventario y evaluación* (pp. 1–24). pp. 1–24. España.

Leno, F. (1992). La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el canal de castilla. *Estudios Turísticos*, 116, 49–85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5330052>

Lent, R. W. ., y Brown, S. D. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, (45), 79–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>

Lew, A. (1987). A framework for tourism attraction research. *Annals of Tourism Research*, 3, 553–575.

López-Rodán, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (UAB, Ed.). <http://ddd.uab.cat/record/185163>

MacCannell, D. E. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class* (Schocken, Ed.). Nueva York.

Magaña-Carrillo, I. (2009). La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio*, 9(30), 514–544.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11111267008%0ACómo>

Magaña, I. (2005). *El modelo de servir con calidad total: una estrategia para el mercado turístico mexicano*.
[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/%0Asect_VIII_Congreso_Nacional_y_2_Internacional_de_I.%0AVII_Congreso_Nacional_y_II_Nacional_de Investigaci3n%0ATurística, Cestur.](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/%0Asect_VIII_Congreso_Nacional_y_2_Internacional_de_I.%0AVII_Congreso_Nacional_y_II_Nacional_de_Investigación%0ATurística,Cestur)

Marín, Y. (2019). Tratamiento de outliers. R Pubs por RStudio website:
<https://rpubs.com/ydmarinb/429759>

Martín, Q., Cabero, M., y De Paz, Y. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con spss* (T. Editores, Ed.). Madrid, España.

Mediano, L., y Vicente-Molina, M. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín Económico de ICE*, (2741), 25–36.

<https://www.researchgate.net/publication/28120928> Análisis

Méndez, A., García, R., Serrano, M., y Ibarra, V. (2016). Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México. *Investigaciones Geográficas*, 2016(90), 119–134.

<https://doi.org/10.14350/rig.48297>

Mikery, M., y Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (9), 1729–1740.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v5nspe9/2007-0934-remexca-5-spe9-1729.pdf>

Ministerio de comercio exterior y turismo [MINCETUR]. (2006). *Manual para la formulacion del inventario de recursos turísticos a nivel nacional* (Viceministerio de Turismo, Ed.). <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>

Molina, S. (1997). *Metodología para su planificación* (Trillas, Ed.). Mexico.

Molina, S., y Rodríguez, S. (1991). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. (Trillas, Ed.). México.

Monfort, V. (2000). La política Turística: Una aproximación. *Cuadernos de Turismo*, 6(6), 7–27. <https://doi.org/10.1097/00003246-199906000-00030>

Monterrubio, J. C. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, (11), 101–111. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.n11-06>

- Morera, C., y Miranda, P. (2015). De la Geografía del turismo al análisis territorial del turismo: El rastro en Costa Rica. *Revista Geográfica de América Central*, 1(54), 15. <https://doi.org/10.15359/rgac.1-54.1>
- Mundet, L., y Coenders, G. (2010). Greenways: A sustainable leisure experience concept for both communities and tourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 657–674. <https://doi.org/10.1080/09669581003668524>
- Navarro., J. (2014). *Estadística* (U. nacional de Ingeniería, Ed.). Nicaragua.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335–357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Nunkoo, R., y Ramkissoon, H. (2012). Structural equation modelling and regression analysis in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 777–802. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.641947>
- Organización de Estados Americanos y el Centro Interamericano de Capacitación Turística [OEA-CICATUR]. (2011). *Método para el inventario del patrimonio turístico* (pp. 1–10). pp. 1–10. https://turgeoyanedel.files.wordpress.com/2011/12/guia_metodologia_cicatur_modificada_rfs2011.pdf
- Organización de los Estados Americanos-Centro Interamericano de Capacitación Turística. (2011). *Método para el inventario del patrimonio turístico, según método OEA-*

CICATUR (pp. 1–10). pp. 1–10.

https://turgeoyanedel.files.wordpress.com/2011/12/guia_metodologia_cicatur_modificada_rfs2011.pdf

Organización Mundial del Turismo, O. (1995). Introducción al turismo. In *Nature* (Vol. 374).

Oviedo, C., y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de cronbach.

Revista Colombiana de Psiquiatría, XXXIV, 572–580.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634409%0ACómo>

Palma-López, D. J., Cisneros, J., Moreno, E., y Rincón-Ramírez, J. A. (2007). *Suelos de Tabasco: Su Uso y Manejo Sustentable* (Colegio de postgraduados-isprotab-fundación produce Tabasco., ed.). Villahermosa, Tabasco, México.

Pariente, E., Chávez, J., y Reynel, C. (2016). Evaluación Del Potencial Turístico Del Distrito De Huarango – San Ignacio, Cajamarca-Perú. *Ecología Aplicada*, 15(1), 37.

<https://doi.org/10.21704/rea.v15i1.581>

Poirot, J., y Gérardin, H. (2010). L’attractivité des territoires : un concept

multidimensionnel. *Mondes En Développement*, 149(1), 27.

<https://doi.org/10.3917/med.149.0027>

Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53–63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5)

Prideaux, B. (2002). Building visitor attractions in peripheral areas—Can uniqueness

overcome isolation to produce viability? *International Journal of Tourism Research*, 4, 379–389. <https://doi.org/10.1002/jtr.387>

Reyes, P., O., y Sánchez, C. A. (2005). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México. *Cuadernos De Turismo*, 16, 153–173.

Rodríguez, M., y Ruiz, M. (2008). Atenuación de la asimetría y de la curtosis de las puntuaciones observadas mediante transformaciones de variables: Incidencia sobre la estructura factorial. *Psicológica*, 29(2), 205–227. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2718372>

Rojas, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales. Ed. Plaza Y Valdes. <https://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>

Roth, E. (2009). *Políticas públicas formulación, implementación y evaluación* (Aurora, Ed.). Bogotá, Colombia.

Roth, E. (2012). *Análisis multivariado en la investigación psicológica: Modelado predictivo y causal con SPSS y AMOS*.

Ruiz, M. A., Pardo, A., y San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles Del Psicólogo*, 31(1), 34–45. <http://www.cop.es/papeles>

Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., y King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results : a review. *Heldref Publications*, 99(6), 323–337. <http://www.cop.es/papeles>

Secretaria de turismo. (2004). Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. *Serie de Documentos Técnicos En Competitividad*, Vol. 8, p. 117.

Retrieved from <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>

Segura, E., y Torres, V. (2014). Tratamiento de valores perdidos y atípicos en la aplicación del modelo estadístico de medición de impacto en un estudio de 90 fincas lecheras en la provincia de Pastaza, Ecuador. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48(4), 333–336.

Seoane, Martín, Martín-Sánchez, Lurueña-Segovia, y Alonso. (2007). Selección de la muestra: técnicas de muestreo y tamaño muestral. *Semergen: Medicina General / de Familia*, 33(7), 356–361. [https://doi.org/10.1016/S1138-3593\(07\)73915-1](https://doi.org/10.1016/S1138-3593(07)73915-1)

Soler, S. F., y Soler, L. (2012). Usos del coeficiente alfa de cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34, 1–6.

<http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1684->

[18242012000100001&script=sci_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1684-18242012000100001&script=sci_arttext&tlng=pt)

Supo, J. (2013). *Cómo validar un instrumento*.

http://www.cua.uam.mx/pdfs/coplavi/s_p/doc_ng/validacion-de-instrumentos-de-medicion.pdf

Swarbrooke, J. (2002). The development and management of visitor attractions. In B. Heinemann (Ed.), *Butterworth Heinemann* (Vol. 3). Great Britain.

Tavares, J. M., Neves, O. F., y Vieira, J. A. (2010). La atraktividad turística de belo

horizonte según la percepción de sus habitantes. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 19(6), 1072–1089. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000600011&script=sci_arttext

Taylor, P. (2015). What factors make rail trails successful as tourism attractions? Developing a conceptual framework from relevant literature. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 12, 89–98. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2015.11.005>

Vargas Halabí, T., y Mora-Esquivel, R. (2017). Tamaño de la muestra en modelos de ecuaciones estructurales con constructos latentes: Un método práctico. *Actualidades Investigativas En Educación*, 17(1). <https://doi.org/10.15517/aie.v17i1.27294>

Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A., y Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 5(2174–5609), 1–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI2013.5>

Velásquez, R. (2009). Hacia una nueva definición del concepto política pública. *Desafíos*, (20), 149–187. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/433>

Visauta, B. (2007). *Análisis estadístico con SPSS 14* (McGrawHill; T. Edición, Ed.). Madrid.

Williams, B. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *Journal of Emergency Primary Health Care*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33151/ajp.8.3.93>

Zimmer, P., Grassman, S., Champetier, Y., De Borchgrave, C., Hildwein-Scheele, A., y Janot, J. L. (1996). Evaluar el potencial turístico de un territorio. *Seminario Leader*, 1–

43. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>

Apéndice

Apéndice A. Análisis de instrumentos.

Análisis de instrumentos de factores que atraen y retienen las actividades las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
(Leno, 1992)	Canal de castilla	57 entrevistas, todas ellas con una duración superior a las dos horas.			Entrevistas	Recursos turísticos Accesibilidad Equipamientos	Se propone una metodología de tratamiento de los recursos turísticos como herramienta para la toma de decisiones para el desarrollo turístico de la zona.
(Zimmer et al., 1996)	Irlanda Alemania				Fichas	La oferta La demanda La competencia Las tendencias del mercado	Es una guía que sirve para realizar una evaluación del potencial turístico
(Secretaria de turismo, 2004) Fascículo N° 8 para la identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios.		Municipios Región del país			Cuestionario con criterios de evaluación La ausencia de componentes de la oferta turística o de la demanda de servicios turísticos (rojo=0) 2) Se confirma la existencia de los componentes de la oferta y/o demanda, pero con fuertes	Recursos turísticos Equipamiento y servicios turísticos Instalaciones y servicios turísticos Infraestructura	Con los criterios de evaluación, así como el valor numérico asignado, se empieza a transformar el sistema de calificación cualitativo a uno cuantitativo que permite una comparación entre componentes y elementos que conforman un producto turístico.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
(Reyes y Sánchez, 2005)	Oaxaca	Silcayoapan Huajapan de León Coixtlahuaca Teotitlán Cuicatlán Tuxtepec Choapan Juxtlahuaca Teposcolula Nochixtlán			<p>limitaciones (amarillo=1) y 3) Se cuenta con los componentes de la oferta y/o demanda en condiciones aceptables para el aprovechamiento turístico actual (verde=2)</p> <p>1. La jerarquización de los recursos naturales seleccionados. 2. El establecimiento de un factor de ponderación, de acuerdo con la categoría en que está integrado el recurso. 3. La elaboración final del índice de valor turístico (VT) de todos los recursos y, por añadidura, de cada unidad territorial.</p> <p>Se establecen jerarquías</p>	<p>Elementos naturales Unidades geomorfológicas Asociaciones vegetales Elementos naturales distintivos</p> <p>Accesibilidad Transporte terrestre, marítimo y aéreo Gasolineras Densidad vial</p> <p>Equipamiento Hoteles Establecimientos de alimentos y bebidas Unidades de promoción turística Bancos</p>	De ampliarse los vínculos territoriales (en particular la construcción de carreteras transitables todo el tiempo) entre estos los centros de primera jerarquía en la economía oaxaqueña del turismo, se generaran efectos difusores de esta actividad hacia lugares que contienen importantes riquezas naturales aún no explotadas; por ejemplo, se podría incrementar, así, la llegada e interés de turistas

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
						Establecimientos comerciales	
MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turístico, (2006)	Perú				Ficha de recopilación de datos para información del Inventario de recursos turísticos Entrevistas	Recursos turísticos Accesibilidad Infraestructura	Establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y categorización de los recursos turísticos
(Barbini, 2008)	Argentina / Tandil	38			Entrevista a profundidad con base al cuestionario Integrado para la medición del capital Social del Banco mundial (2002)	Indicadores de capital social cognitivo Indicadores de capital social estructural Grupos y redes, confianza y solidaridad, acción colectiva y cooperación, cohesión e inclusión social, y empoderamiento y acción política.	Se realiza un diagnóstico de potencialidad turística, incorpora al análisis la dimensión subjetiva e indaga sobre aspectos sociales y culturales del desarrollo turístico orientado al desarrollo local Se aplica a lugares que están en desarrollo turístico Estudio cualitativo.
(Organización de Estados Americanos y el Centro Interamericano de Capacitación					Fichas Las jerarquías se denominan, de mayor a menor, jerarquía 3, jerarquía 2 y jerarquía 1. Los atractivos cuyas cualidades no	Inventario de los Atractivos Turísticos Facilidades Turísticas Infraestructura Actividades	La evaluación se enfoca en la demanda y la evaluación es dicotómico, esta contextualizada

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
Turística [OEA- CICATUR], 2011)					permiten incorporarlos a la jerarquía 1, se consideran inferiores al umbral mínimo pudiendo denominarse de jerarquía 0.		
(Jean y Morcate, 2014)	Francia	Fort-de-France			Fichas o cuestionarios, para identificar, cuantificar y evaluar los diferentes recursos agrupados homogéneamente	<ul style="list-style-type: none"> • Los recursos reales y potenciales (recursos básicos): los recursos naturales y culturales. • Los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos (recursos complementarios): la planta turística, las infraestructuras, la superestructura turística. 	Se presenta una propuesta metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos. métodos científicos (cuantitativos, cualitativos, triangulación, Delphi) El instrumento tipo cualitativo se evalúa en situ.
(Blanco, Vázquez, Reyes, y Guzmán, 2015)		Zona Altiplano de San Luis Potosí			Observación directa Entrevista semiestructurada a profundidad Con los pobladores Grupos ecologistas	Recursos naturales y culturales o susceptibles de desarrollo	Se lleva a cabo un inventario de patrimonio turístico y análisis FODA de cada una de las rutas de la Zona Altiplano de San Luis Potosí y se sugieren actividades

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
(Kieffer y Burgos, 2015)	Michoacan (Río Balsas) 60 unidades territoriales	Informantes clave 41 encuestas trece ejidos que cubren las zonas de identidad productiva			Prestadores de servicio. Encuesta abierta para recopilar actividades productivas y sentimientos de pertenencia a diferentes tradiciones productivas locales.13 preguntas.	enfoque: (1) a nivel regional, la identificación de identidades productivas y (2) a nivel local, la evaluación de las condiciones iniciales en los ejidos (unidades agrarias).	El estudio es de tipo cualitativo Hace uso del modelo de la O.E.A. Este estudio aplicó un enfoque geográfico para realizar una evaluación ex ante de una propuesta de turismo rural en Michoacán. Es un estudio cualitativo
(Covarrubias, 2015)	Colima /México	Municipio de la zona norte 384 encuestas			Observación Encuesta Se propone la medición de distintos indicadores	Los recursos, la oferta, demanda, servicios y la infraestructura turística.	Se evalúan lo que ya tiene actividad turística. Aplican la encuesta a los visitantes (percepción) Se enfoca en realizar un inventario. Se hace un estudio donde se recolecta información desde la percepción y opinión de los turistas, con resultados con alto potencial de acuerdo a su metodología. Se aplica a estudios de tipo exploratorio

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
(Méndez et al., 2016)	27 663 habitantes Estado de México	22 entrevistas y 128 encuestas aleatorias			Encuestas aleatorias y entrevistas con informantes clave. inventario y valoración de los atractivos turísticos de la comunidad (OEA-CICATUR (1983)	La percepción local del atractivo turístico, la disposición e interés de participar y el nivel de organización de la comunidad.	Se ofrece un estudio que permite hacer un diagnóstico previo para conocer su viabilidad del turismo desde el punto de vista social (comunidad) se realizó el inventario y valoración de los atractivos turísticos de la comunidad. Sociodemográficos como variable independiente
(Ardhala, Santoso, y Sulistyarso, 2016)	Indonesia / Mojokerto	66 participantes / productores	.74	Análisis factorial exploratorio (componentes principales)	Cuestionario	Factores: (1) el requisito básico de la industria creativa (disponibilidad de mano de obra creativa, habilidades, capital, tecnología, política gubernamental, capacitación, red eléctrica y de telecomunicaciones); (2) atracción turística, exploración creativa, disponibilidad de lugar de taller y participación	Se determinan los factores de la industria creativa y la atracción turística. El cuestionario recolecta la información desde la perspectiva de los productores y busca fortalecer un lugar turístico con la industria creativa

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Autor (es) y año de publicación	Población	Muestra	Alpha	Validez	Instrumentos	Variables	Resultados
						comunitaria; (3) accesibilidad y movilidad (red de carreteras, transporte por carretera, condiciones de la carretera, distancia al centro de la ciudad y acceso al pueblo de calzado), y (4) desarrollo de productos (los nuevos productos y la calidad de los productos).	

Apéndice B. Instrumento de investigación final.Zona: _____
Folio: _____

El objetivo de este cuestionario es recopilar datos sobre la perspectiva que tienen los actores del turismo sobre la atraktividad turística del estado de Tabasco. Su participación es fundamental para lograrlo. Le agradecemos su honesta y sincera opinión sobre las temáticas abordadas. Gracias por su tiempo.

A continuación, se presentan una serie de preguntas con respecto a los recursos turísticos infraestructura física y turística, accesibilidad, políticas públicas y la comunidad. Responda marcando con una “X” de acuerdo a la siguiente escala, según su apreciación. Tómese el tiempo necesario para responder.

MUY POBRE	1
POBRE	2
REGULAR	3
BUENO	4
EXCELENTE	5

Datos generales

Actores del turismo: Hotelería () Restaurantes () Transporte turístico () Comunidad () Gobierno ()
 Municipio: _____ Localidad: _____ Género: M () H () Edad: _____
 Nivel máximo de estudio: _____ carrera _____

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Recursos turístico	Escala tipo Likert				
	1	2	3	4	5
Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona					
Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes					
Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos					
Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos					
Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes					
Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos					
La gastronomía variada y atractiva para los visitantes					
Se organizan eventos considerados atractivos turísticos					
Infraestructura física y de producto turístico	1	2	3	4	5
Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones					
Servicio de agua potable es satisfactorio					
Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente					
Servicio médico disponible para los turistas					
Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes					
Servicio bancarios confiables para los turistas					
Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo					
Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes					
Comercio de productos de recuerdos disponibles					
Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes					
Accesibilidad (localización y transporte)	1	2	3	4	5
Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes					

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes					
Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes					
Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales					
Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos					
Existe transporte aéreo en la región					
Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales					
Atractivos culturales tienen señalamientos					
Hay módulos de información que guíen a los visitantes					
Políticas públicas	1	2	3	4	5
Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo					
Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación					
Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles					
Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteleros, restauranteros y transporte					
Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo					
El gobierno planifica el desarrollo del turismo					
Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas					
Comunidad	1	2	3	4	5
En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad					
Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo					

Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas					
Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo					
Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo					
La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad					
La comunidad obtienen beneficios económicos de las actividades turísticas					
La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística					

Apéndice C. Cédula de evaluación de jueces.

Respetable investigador, en atención a su trayectoria académica y experiencia en investigación, le solicito por este medio, su valioso apoyo para evaluar como experto el instrumento para medir: **La atraktividad turística desde la percepción de los actores.** Los constructos forman parte de la investigación: **La atraktividad turística desde la percepción de los actores: desarrollo y validación de un instrumento.** La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa del Comportamiento Organizacional como a sus aplicaciones. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos del evaluador

Nombres y apellidos del juez: _____
Formación académica: _____
Áreas de experiencia profesional: _____

Institución:

Cargo actual:

Antigüedad:

Objetivo de la investigación: Desarrollar y validar un instrumento de medición documental para evaluar la atractividad turística desde la perspectiva de los actores (hoteles, restaurantes, transporte turístico, gobierno y comunidad).

Objetivo del juicio de expertos: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los subconstructos: recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad con el propósito de obtener un instrumento sólido y confiable.

Objetivo de la prueba: Validación del constructo atractividad turística y los subconstructos (recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad).

Escala del instrumento: El enfoque de la investigación es cuantitativo, con escala tipo Likert (1=Muy pobre, 2=Pobre, 3=Regular, 4=Bueno, 5=Excelente), se busca la solidez y validez, a través de la revisión y sugerencia por parte de expertos.

2. Definición de la variable o constructo: Atractividad turística.

Conjunto de elementos naturales y culturales que unidos a una gama de servicios idóneos, hacen que un territorio sea de interés para ser desarrollado turísticamente (Akkari y Khefacha, 2017; Diallo, 2012; Friboulet, 2010; Gunn, 1979; Leiper, 1990; Poirot y Gérardin, 2010).

Subconstructos	Definición	Indicador
Recursos Turísticos	Conjunto de bienes naturales, manifestaciones culturales, históricas, folclóricas, realizaciones técnicas, artísticas contemporáneas y eventos programados, de relevancia con capacidad de provocar el desplazamiento de los visitantes (Boullón, 2006; Ginés, 2010; Gunn, 1979; Huerta y Sánchez, 2011; Jean y Morcate, 2014; Leiper, 1990; MINCETUR/DM, 2006; Navarro, 2015) .	Existencia de recursos naturales (Covarrubias, 2015; Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Navarro, 2015; Pariente, Chávez y Reynel, 2016). Manifestaciones culturales (Ginés, 2010; Jean y Morcate, 2014; Leiper, 1990). Desarrollo de Actividades (Gunn, 1979; Leiper, 1979; Organización Mundial del Turismo, 1995). Organización de eventos (Cracolici y Nijkamp, 2009; Getz y Page, 2015; Leiper, 1979).
Infraestructura	Conjunto de equipamiento y servicios disponibles con que cuenta un territorio y hace posible que el turismo se desarrolle (Boullón, 2006; Guzmán y García, 2014; Huerta y Sánchez,	Disposición de los servicios (Boullón, 2006; Organización Mundial del Turismo, 1995).

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

	2011;Ibañez y Cabrera, 2011; Leiper, 1979; Prideaux, 2002; Organización Mundial del Turismo, 1995).	Características de los servicios públicos y privados (Boullón, 1985;Leiper, 1979, Molina, 1997).
Accesibilidad	Es la facilidad para arribar, ingresar y apreciar un lugar natural o cultural en un momento deseado (Bhat et al., 2000; Courtois, 2013; Garrocho y Campos, 2006; Goodall, 1987; Huerta y Sánchez, 2011; Leiper, 1979; Taylor, 2015)	Fácil acceso a los recursos turísticos (Bhat et al., 2000; Pariente et al., 2016) Disponibilidad (Frenk, 1985). Características del Transporte (Gunn, 1979; Khadaroo y Seetanah, 2007, 2008; Leiper, 1979; Prideaux, 2000). Señalamientos(Mundet y Coenders, 2010; Swarbrooke, 2002). Información(Mundet y Coenders, 2010; Leiper, 1979).
Políticas públicas	Es un proceso integrador de decisiones, acciones, acuerdos, directrices e instrumentos, llevado a cabo por autoridades públicas(Akkari y Khefacha, 2017; Elliott, 1997; Magaña, 2005, 2009;Molina y Rodríguez, 1991;Monfort, 2000, 2005; Organización Mundial del Turismo, 1995;Prideaux, 2002; Velásquez, 2009).	Políticas turística (Organización Mundial del Turismo, 1995; Magaña, 2005, 2009). Existencia de programas (Magaña, 2009; Monfort, 2000). Vinculación (Organización Mundial del Turismo, 1995; Magaña, 2009).

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

		<p>Organización de los actores(Elliott, 1997; Organización Mundial del Turismo, 1995).</p> <p>Planificación del turismo (Akkari y Khefacha, 2017; Elliott, 1997;Molina y Rodríguez, 1991;Organización Mundial del Turismo, 1995).</p>
Comunidad	<p>Conjunto de individuos que habitan en un territorio con características naturales y culturales (Akkari y Khefacha, 2017; Jamal y Getz, 1995;Jamal y Stronza, 2009; Prideaux, 2002Organización Mundial del Turismo, 1995;Jublot, 2012; Dumont, 2015; Jaafar, Rasoolimanesh, y Ismail, 2017; Monterrubio, 2009).</p>	<p>Organización de los miembros de la comunidad (Dumont, 2015; Monterrubio, 2009).</p> <p>Actitud de los miembros de la comunidad (Organización Mundial del Turismo, 1995; Tavares, Neves, y Vieira, 2010 y Zimmer et al., 1996).</p> <p>Beneficio económico (Diallo, 2012).</p> <p>Formalización en las actividades (Monterrubio, 2009).</p> <p>Capacitación(Diallo, 2012; Jublot, 2012; Leiper, 1979).</p>

3. Descripción de categorías, calificación e indicadores para evaluar cada ítem

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Cuestionario para medir la atractividad turística desde la percepción de los actores.

Indicaciones: según usted considere coloque la evaluación de cada ítem y en la categoría correspondiente, conforme a lo siguiente:

1=No cumple con el criterio

2=Bajo nivel

3=Moderado nivel

4=Alto nivel

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
Recursos turísticos	1-4	1-4	1-4	1-4	
1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.					
2. Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.					
3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.					
4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.					
5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.					
6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.					
7. La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.					
8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.					
Infraestructura					
9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.					

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
10. Servicio de agua potable es satisfactorio.					
11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.					
12. Servicio médico disponible para los turistas.					
13. Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.					
14. Servicio bancarios confiables para los turistas.					
15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.					
16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.					
17. Comercio de productos de recuerdos disponibles.					
18. Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.					
Accesibilidad					
19. Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.					
20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.					
21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.					
22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.					
23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.					
24. Existe transporte aéreo en la región.					

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.					
26. Atractivos culturales tienen señalamientos.					
27. Hay módulos de información que guíen a los visitantes.					
Políticas públicas					
28. Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.					
29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.					
30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.					
31. Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteleros, restauranteros y transporte.					
32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.					
33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.					
34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.					
Comunidad					

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.					
36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.					
37. Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.					
38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.					
39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.					
40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.					
41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.					
42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.					

Nota: Cedula adaptada de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008.

Nombre y Firma
Investigador que realizó la evaluación

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Apéndice D. Evaluación de jueces.


UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
 DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
 Doctorado en Estudios Económicos Administrativos
 Doctorante: Amada Torres González

4. Cuestionario para medir la atractividad turística desde la percepción de los actores.
 Indicaciones: según cada considere coloque la evaluación de cada ítem y en la categoría correspondiente, conforme a lo siguiente:
 1=No cumple con el criterio
 2=Bajo nivel
 3=Moderado nivel
 4=Alto nivel

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
Recursos turísticos	1-4	1-4	1-4	1-4	
1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	4	2	4	4	
2. Se desarrollan actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.	3	2	4	3	
3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	3	2	3	4	
4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	3	2	4	3	
5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	4	4	4	3	
6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	4	4	4	4	
7. La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.	4	4	4	4	
8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	4	3	3	3	Menos por el
Infraestructura					
9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	3	2	2	3	
10. Servicio de agua potable es satisfactorio.	3	2	2	3	
11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	3	2	2	3	X
12. Servicio médico disponible para los turistas.	3	3	3	3	
13. Servicio de seguridad pública homologa con los visitantes.	3	3	3	3	

Por turismo o locales su atractividad


UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
 DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
 Doctorado en Estudios Económicos Administrativos
 Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
14. Servicio bancario confiables para los turistas.	3	3	3	2	
15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	4	4	4	4	
16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	4	4	4	4	
17. Comercio de productos de recuerdos disponibles.	3	3	3	3	
18. Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	4	4	4	4	
Accesibilidad					
19. Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	4	4	4	3	
22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	4	3	3	3	
23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	3	3	3	3	
24. Existe transporte aéreo en la región.	4	4	4	4	
25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	4	4	4	4	
26. Atractivos culturales tienen señalamientos.	4	4	4	4	
27. Hay módulos de información que guían a los visitantes.	4	4	4	4	
Políticas públicas					
28. Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	4	4	3	3	
29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	4	2	2	2	Averiguarse P.
30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	3	3	4	4	
31. Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteles, restaurantes y transporte.	3	3	3	3	

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevos alternativas para el desarrollo del turismo.	4	4	3	4	
33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	3	2	2	2	¿Porque es 400?
34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	2	3	3	3	¿Porque los 0n?
Comunidad					
35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	4	4	3	4	Y los empresarios?
36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	3	2	2	2	
37. Todos miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	3	3	3	4	
38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	3	3	3	2	
39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	4	4	3	3	
40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	4	4	4	4	
41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	3	4	4	4	
42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	3	3	3	3	¿Por qué 400?

Nota: escala adaptada de Escobar-Pérez y Cuevas-Martínez, 2008.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González


Carlos Gaxiola Ruiz de León
Nombre y Firma

Investigador que realizó la evaluación

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

4. Cuestionario para medir la atraktividad turística desde la percepción de los actores.

Indicaciones: según usted considere coloque la evaluación de cada ítem y en la categoría correspondiente, conforme a lo siguiente:

- 1=No cumple con el criterio
- 2=Bajo nivel
- 3=Moderado nivel
- 4=Alto nivel

ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Cultura	Relevancia	
Recursos turísticos	1-4	1-4	1-4	1-4	
1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	4	4	4	4	
2. Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.	4	4	4	4	
3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	4	4	4	4	
4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	4	4	4	4	
5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	4	3	4	4	
6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	4	4	4	4	
7. La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.	4	3	4	4	
8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	4	4	4	4	
Infraestructura					
9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	4	4	4	4	
10. Servicio de agua potable es satisfactorio.					
11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	4	4	4	4	
12. Servicio médico disponible para los turistas.	4	4	4	4	
13. Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.	4	3	4	4	



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Cultura	Relevancia	
14. Servicio bancario confiable para los turistas.	4	4	4	4	
15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	4	4	4	4	
16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	4	3	4	4	con suso para turistas
17. Comercio de productos de recuerdos disponibles.	4	3	4	4	asegurar establecimientos
18. Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	4	3	4	4	Establecimientos
Accesibilidad					
19. Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	4	4	4	4	
22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	4	4	4	4	
23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	4	4	4	4	
24. Existe transporte aéreo en la región.	4	4	4	4	
25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	4	4	4	4	
26. Atractivos culturales tienen señalamientos.	4	4	4	4	
27. Hay módulos de información que guíen a los visitantes.	4	3	4	4	para orientar
Políticas públicas					
28. Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	4	4	4	4	
29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	4	4	4	4	
30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	4	4	4	4	
31. Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios hoteleros, restaurantes y transporte.	4	4	4	4	

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo


 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
 DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

 Doctorado en Estudios Económico Administrativos
 Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	4	4	4	4	
Comunidad					
35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	4	4	4	4	
36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
37. Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	4	4	4	4	
38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	4	4	4	4	
39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	4	4	4	4	
40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	4	4	4	4	
41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	4	4	4	4	
42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	4	4	4	4	

Nota: cedula adaptada de Escobar-Pérez y Cervo-Martínez, 2008.


 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
 DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS


Doctorado en Estudios Económico Administrativos
 Doctorante: Amada Torres González


 Dr. ANDRÉS GUZMÁN SOLÍS
 Nombre y Firma

Investigador que realizó la evaluación

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS 

Doctorado en Estudios Económicos Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

Respetable investigador, en atención a su trayectoria académica y experiencia en investigación, le solicito por este medio, su valioso apoyo para evaluar como experto el instrumento para medir: La **atractividad turística desde la percepción de los actores**. Los constructos forman parte de la investigación: La **atractividad turística desde la percepción de los actores: desarrollo y validación de un instrumento**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa (el Compendio Organizacional) como a sus aplicaciones. Agradezco su valiosa colaboración.

I. Datos del evaluador:

Nombre y apellidos del juez: María del Carmen Sandoval Cervantes
Formación académica: Doctorado en Gestión Administrativa
Áreas de experiencia profesional: Desarrollo e Investigación, en áreas de planeación del desarrollo y de gestión pública
Institución: UNAT
Cargo actual: Profesora Investigadora Titular de Investigación
Antigüedad: 30 años

Objetivo de la investigación: Desarrollar y validar un instrumento de medición documental para evaluar la atractividad turística desde la perspectiva de los actores (hoteles, restaurantes, transporte turístico, gobierno y comunidad).

Objetivo del juicio de expertos: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los subconstructos recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad con el propósito de obtener un instrumento sólido y confiable.

Objetivo de la prueba: Validación del constructo atractividad turística y los subconstructos (recursos turísticos, infraestructura, accesibilidad, políticas públicas y comunidad).

Escala del instrumento: El enfoque de la investigación es cuantitativo, con escala tipo Likert (1= Muy pobre, 2=Pobre, 3=Regular, 4=Buena, 5=Excelente), se busca la solidez y validez, a través de la revisión y sugerencia por parte de expertos.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económicos Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

4. Cuestionario para medir la atractividad turística desde la percepción de los actores.

Indicaciones: según usted considere coloque la evaluación de cada ítem y en la categoría correspondiente, conforme a lo siguiente:

- 1=No cumple con el criterio
2=Bajo nivel
3=Moderado nivel
4=Alto nivel

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
Recursos turísticos	1-4	1-4	1-4	1-4	
1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	3	4	4	4	
2. Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.	3	3	3	3	
3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	1	1	1	1	¿culturales o naturales?
4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	3	3	3	3	
5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	4	2	4	4	atractivas
6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	4	4	4	4	
7. La gastronomía variada y atractiva para los visitantes.	4	2	3	4	¿suficiente?
8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	4	4	4	4	
Infraestructura					
9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	3	2	3	3	el sistema
10. Servicio de agua potable es satisfactorio.	3	2	3	4	el servicio
11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	3	3	3	4	el...
12. Servicio médico disponible para los turistas.	3	3	3	4	el...
13. Servicio de seguridad pública honesto con los visitantes.	3	3	3	4	el...

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
14. Servicio bancario confiables para los turistas.	3	2	3	4	El...
15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	3	3	3	4	El...
16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	3	3	3	4	El...
17. Comercio de productos de recuerdos disponibles.	3	3	3	4	El...
18. Servicio de entretenimiento y recreación para los visitantes.	3	3	3	4	El...
Accesibilidad					
19. Atractivos naturales de fácil acceso a los visitantes.	4	3	4	4	Existen atractivos...
20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	4	3	4	4	Existen...
21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	4	3	4	4	
22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	4	3	4	4	El servicio...
23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los usuarios hacia los atractivos.	4	3	4	4	está...
24. Existe transporte aéreo en la región.	4	3	4	4	
25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	4	3	4	4	
26. Atractivos culturales tienen señalamientos.	4	3	4	4	los señalamientos
27. Hay módulos de información que guían a los visitantes.	4	3	4	4	
Políticas públicas					
28. Existen programas de desarrollo y fomento permanente al turismo.	4	4	4	4	
29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	4	4	4	4	
30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	4	4	4	4	
31. Las autoridades de turismo facilitan la cooperación entre los prestadores de servicios: hoteles, restaurantes y transporte.	4	4	4	4	



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	4	4	4	4	
Comunidad					
35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	4	3	4	4	se toman en cuenta los...
36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	3	2	3	4	las asociaciones participan en...
37. Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	4	4	4	4	
38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	3	3	3	4	los miembros...
39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	4	2	4	4	los miembros comunidad...
40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	4	4	4	4	
41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	4	4	4	4	
42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	4	4	4	4	

Nota: cédula adaptada de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

4. Cuestionario para medir la atraktividad turística desde la percepción de los actores.

Indicaciones: según usted considere coloque la evaluación de cada ítem y en la categoría correspondiente, conforme a lo siguiente:

- 1=No cumple con el criterio
2=Bajo nivel
3=Moderno nivel
4=Alto nivel

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
Recursos turísticos	1-4	1-4	1-4	1-4	
1. Existe diversidad de recursos naturales para desarrollarse como atractivos turísticos en esta zona.	4	4	4	4	
2. Se desarrollan una serie de actividades en los sitios naturales para atender a los visitantes.	4	4	4	4	
3. Existen recursos culturales que pueden llegar a ser atractivos turísticos.	4	4	4	4	
4. Las expresiones culturales tienen posibilidad para convertirse en atractivos turísticos.	3	3	3	3	
5. Existen artesanías diversas y atractiva a la vista de los visitantes.	4	4	4	4	
6. Se organizan festivales considerados como atractivos turísticos.	4	4	4	4	
7. La gastronomía ²⁵ variada y atractiva para los visitantes.	3	3	3	3	
8. Se organizan eventos considerados atractivos turísticos.	4	4	4	4	
Infraestructura					
9. Sistema de red de carreteras está en buenas condiciones.	4	4	4	4	
10. Servicio de agua potable es satisfactorio.	4	4	4	4	
11. Servicio de distribución de energía eléctrica suficiente.	4	4	4	4	
12. Servicio médico disponible para los turistas.	4	4	4	4	
13. Servicio de seguridad pública <u>homogéneo</u> con los visitantes.	3	3	3	3	



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González

Ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
14. Servicio bancario accesible para los turistas.	4	4	4	4	
15. Servicio de alojamiento adecuado al tipo de turismo.	4	4	4	4	
16. Servicio de comida y bebida acorde a los visitantes.	4	4	4	4	
17. Consumo de productos de recursos disponibles.	4	4	4	4	
18. Servicio de mantenimiento y atención para los visitantes.	4	4	4	4	
Accesibilidad					
19. Análisis subarbitres de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
20. Atractivos culturales de fácil acceso a los visitantes.	4	4	4	4	
21. Existen diversos servicios de transporte terrestre para los visitantes.	4	4	4	4	
22. Servicio de transporte terrestre vincula los atractivos naturales y culturales.	4	4	4	4	
23. Servicio de transporte con capacidad para atender la demanda de los turistas hacia los atractivos.	4	4	4	4	
24. Existe servicio aéreo en la región.	4	4	4	4	
25. Existen señalamientos que facilitan el acceso a los atractivos naturales.	4	4	4	4	
26. Atractivos culturales tiene señalamientos.	4	4	4	4	
27. Hay módulos de información que guían a los visitantes.	4	4	4	4	
Políticas públicas					
28. Existen programas de desarrollo y fomento permanentes al turismo.	4	4	4	4	
29. Existen programas de difusión por diferentes medios de comunicación.	4	4	4	4	
30. Los programas de desarrollo del turismo se elaboran en función a los recursos turísticos disponibles.	4	4	4	4	
31. Las actividades de turismo facilitan la cooperación entre los proveedores de servicios: hospedaje, recreación y transporte.	4	4	4	4	

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

ítem	Categorías				Observaciones
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	
32. Se cuenta con un programa que desarrolle la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
33. El gobierno planifica el desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
34. Se cuenta con programas de capacitación para ofrecer servicios a los turistas.	4	4	4	4	
Comunidad					
35. En las actividades para el desarrollo de turismo se toman en cuenta a los pobladores de la comunidad.	4	4	4	4	
36. Se toman en cuenta a las asociaciones cooperativas en las actividades de desarrollo del turismo.	4	4	4	4	
37. Los miembros de la comunidad se interesan en el desarrollo de actividades turísticas.	4	4	4	4	
38. Miembros de la comunidad se organizan para participar en los programas de turismo.	4	4	4	4	
39. Están conscientes los miembros de la comunidad de la importancia de desarrollar el turismo.	4	4	4	4	
40. La actividad turística influye en el desarrollo de la comunidad.	4	4	4	4	
41. La comunidad obtiene beneficios económicos de las actividades turísticas.	4	4	4	4	
42. La comunidad cuenta con personas capacitadas en el área turística.	4	4	4	4	

Nota: cédula adaptada de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



Doctorado en Estudios Económico Administrativos
Doctorante: Amada Torres González


Nombre y Firma

Investigador que realizó la evaluación

Apéndice E. Cálculos de W de Kendall.

Variable	N	W de Kendall	Chi-cuadrada	Gl	Sig. Asintótica
Recursos turísticos	6	.707	19.799	7	.006
Infraestructura	6	.865	31.123	9	.000
Accesibilidad	6	.676	21.642	8	.006
Políticas Públicas	6	.678	16.270	6	.012
Comunidad	6	.661	18.519	7	.010

Nota: Elaborado con trabajo de campo

Apéndice F. Exploración de datos.**Tabla F1***Exploración de datos atípicos*

Ítems	Folio
PRT01	363, 305, 366 312, 276, 335
PRT02	448, 449, 450, 438
PRT07	431, 433, 448, 449
PI11	433,434,440,450
PI12	427,436,442,448
PI13	428,429,447,449
PI15	440,441,443,445
PI16	428,433,441,443
PI17	443,447,449,450
PA19	407,410,425,447
PA20	425,426,433,447
PA21	441,443,445,447
PC37	395,432,445,447
PC40	377,383,388,432
PC41	395,397,432,433

Nota: Elaborado con trabajo de campo.

Apéndice G. Descriptivos de la muestra.**Tabla G1***Frecuencia de actores por géneros*

Género	Número de actores	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Mujer	231	51%	51%
Hombre	219	49%	100%
Total	450	100%	100%

Nota: Elaborado con datos de campo.**Tabla G2***Frecuencia de actores por rangos de edad*

Rangos de edad	Número de actores	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
16-31	160	36%	36%
32-47	190	42%	78%
48 y más	100	22%	100%
Total	450	100%	100%

Nota: Elaborado con datos de campo.**Tabla G3***Frecuencia de actores por grados de estudio*

Grado de estudio	Número de actores	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Básica	230	51%	51%
Superior	196	44%	94%
Posgrado	24	5%	100%
Total	450	100%	100%

Nota: Elaborado con datos de campo.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla G4*Descriptivos de los actores por edad y grado de estudio*

Estadísticos	Edad	Grado estudio
Media	37.72	3.27
Mediana	37.00	3.00
Moda	43	4
Desv. Desviación	11.434	1.006
Varianza	130.743	1.011
Rango	73	5
Mínimo	16	1
Máximo	89	6
Total	450	

Nota: Elaborado con datos de campo.

Apéndice H. Supuestos para el análisis multivariante.**Tabla H1***Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la normalidad de los datos de campo: recursos turísticos, infraestructura y accesibilidad*

Item	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
PA22	.166	450	.000
PA23	.195	450	.000
PA24	.334	450	.000
PA25	.171	450	.000
PA26	.167	450	.000
PA27	.166	450	.000
PPP28	.179	450	.000
PPP29	.175	450	.000
PPP30	.168	450	.000
PPP31	.164	450	.000
PPP32	.160	450	.000
PPP33	.156	450	.000
PPP34	.163	450	.000
PC35	.170	450	.000
PC36	.161	450	.000
PC37	.186	450	.000
PC38	.170	450	.000
PC39	.178	450	.000
PC40	.215	450	.000
PC41	.186	450	.000
PC42	.187	450	.000

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla H1*Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la normalidad de los datos de campo: accesibilidad, políticas públicas y comunidad (continuación...)*

Item	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
PRT01	.255	450	.000
PRT02	.178	450	.000
PRT03	.247	450	.000
PRT04	.241	450	.000
PRT05	.183	450	.000
PRT06	.179	450	.000
PRT07	.223	450	.000
PRT08	.158	450	.000
PI09	.215	450	.000
PI10	.185	450	.000
PI11	.229	450	.000
PI12	.198	450	.000
PI13	.178	450	.000
PI14	.196	450	.000
PI15	.204	450	.000
PI16	.229	450	.000
PI17	.210	450	.000
PI18	.182	450	.000
PA19	.234	450	.000
PA20	.205	450	.000
PA21	.215	450	.000

Nota: Corrección de significación de Lilliefors. Elaboración con datos de campo.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla H2*Prueba de homogeneidad de varianzas de los datos de campo: recursos turísticos, infraestructura y accesibilidad*

Ítems	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
PRT01	.488	4	444	.745
PRT02	1.730	4	444	.142
PRT03	1.771	4	444	.134
PRT04	1.638	4	444	.163
PRT05	.526	4	444	.717
PRT06	2.613	4	444	.035
PRT07	1.778	4	444	.132
PRT08	2.917	4	444	.021
PI09	.323	4	444	.862
PI10	2.450	4	444	.046
PI11	1.415	4	444	.228
PI12	4.152	4	444	.003
PI13	3.921	4	444	.004
PI14	.797	4	444	.528
PI15	.941	4	444	.440
PI16	1.320	4	444	.262
PI17	.737	4	444	.567
PI18	1.035	4	444	.388
PA19	.760	4	444	.552
PA20	1.272	4	444	.280
PA21	.200	4	444	.938
PA22	1.056	4	444	.378
PA23	.944	4	444	.438
PA24	3.236	4	444	.012
PA25	2.052	4	444	.086
PA26	4.074	4	444	.003
PA27	1.262	4	444	.284

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Nota: Elaborado con datos de campo. El factor empleado fue la edad.

Tabla H2

Prueba de homogeneidad de varianzas de los datos de campo: políticas públicas y comunidad (continuación...)

Ítems	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
PPP28	3.489	4	444	.008
PPP29	.504	4	444	.733
PPP30	1.254	4	444	.287
PPP31	2.153	4	444	.073
PPP32	.685	4	444	.603
PPP33	.585	4	444	.673
PPP34	.566	4	444	.687
PC35	1.086	4	444	.363
PC36	.997	4	444	.409
PC37	.597	4	444	.665
PC38	.560	4	444	.691
PC39	.334	4	444	.855
PC40	3.571	4	444	.007
PC41	.577	4	444	.679
PC42	.547	4	444	.702

Nota: Elaborado con datos de campo. El factor empleado fue la edad.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla H3*Matriz de correlaciones de Pearson para medir la colinealidad del instrumento*

Ítem	PRT01	PRT02	PRT03	PRT04	PRT05	PRT06	PRT07	PRT08	PI09	PI10	PI11	PI12	PI13	PI14
PRT01	1.000	0.367	0.368	0.261	0.104	0.193	0.243	0.237	0.156	0.092	0.146	0.038	0.102	0.171
PRT02	0.367	1.000	0.415	0.323	0.415	0.456	0.415	0.531	0.155	0.101	0.080	0.160	0.161	0.125
PRT03	0.368	0.415	1.000	0.551	0.439	0.415	0.265	0.421	0.151	0.129	0.256	0.208	0.155	0.233
PRT04	0.261	0.323	0.551	1.000	0.367	0.417	0.367	0.342	0.060	0.150	0.199	0.175	0.068	0.202
PRT05	0.104	0.415	0.439	0.367	1.000	0.538	0.436	0.558	0.153	0.070	0.186	0.171	0.122	0.287
PRT06	0.193	0.456	0.415	0.417	0.538	1.000	0.450	0.711	0.184	0.194	0.182	0.264	0.251	0.214
PRT07	0.243	0.415	0.265	0.367	0.436	0.450	1.000	0.524	0.157	0.031	0.242	0.252	0.076	0.252
PRT08	0.237	0.531	0.421	0.342	0.558	0.711	0.524	1.000	0.240	0.179	0.213	0.287	0.293	0.269
PI09	0.156	0.155	0.151	0.060	0.153	0.184	0.157	0.240	1.000	0.395	0.442	0.354	0.317	0.226
PI10	0.092	0.101	0.129	0.150	0.070	0.194	0.031	0.179	0.395	1.000	0.429	0.441	0.400	0.169
PI11	0.146	0.080	0.256	0.199	0.186	0.182	0.242	0.213	0.442	0.429	1.000	0.406	0.267	0.290
PI12	0.038	0.160	0.208	0.175	0.171	0.264	0.252	0.287	0.354	0.441	0.406	1.000	0.284	0.282
PI13	0.102	0.161	0.155	0.068	0.122	0.251	0.076	0.293	0.317	0.400	0.267	0.284	1.000	0.331
PI14	0.171	0.125	0.233	0.202	0.287	0.214	0.252	0.269	0.226	0.169	0.290	0.282	0.331	1.000
PI15	0.197	0.203	0.149	0.136	0.165	0.194	0.250	0.269	0.320	0.185	0.250	0.309	0.380	0.459
PI16	0.114	0.231	0.142	0.157	0.228	0.236	0.385	0.358	0.188	0.144	0.225	0.347	0.351	0.378
PI17	0.089	0.263	0.278	0.281	0.396	0.368	0.332	0.474	0.180	0.091	0.256	0.320	0.218	0.356
PI18	0.128	0.403	0.328	0.250	0.317	0.353	0.282	0.420	0.199	0.097	0.224	0.312	0.305	0.341
PA19	0.095	0.172	0.147	0.141	0.176	0.165	0.249	0.197	0.239	0.165	0.282	0.240	0.285	0.191
PA20	0.152	0.225	0.300	0.200	0.270	0.323	0.226	0.328	0.298	0.225	0.349	0.298	0.341	0.344
PA21	0.058	0.181	0.112	0.105	0.207	0.176	0.190	0.221	0.237	0.155	0.338	0.306	0.282	0.266
PA22	-0.005	0.226	0.137	0.127	0.301	0.284	0.235	0.326	0.170	0.064	0.180	0.279	0.321	0.331
PA23	0.079	0.188	0.148	0.079	0.249	0.163	0.224	0.272	0.249	0.145	0.237	0.379	0.257	0.289
PA24	0.045	0.064	0.120	0.155	0.151	0.159	0.073	0.114	0.001	0.078	0.040	0.233	0.129	0.162
PA25	0.071	0.244	0.181	0.208	0.236	0.253	0.228	0.250	0.090	0.100	0.205	0.195	0.292	0.191

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

PA26	0.067	0.245	0.164	0.242	0.212	0.218	0.190	0.295	0.112	0.169	0.290	0.232	0.262	0.247
PA27	0.047	0.292	0.267	0.245	0.252	0.285	0.251	0.282	0.077	0.129	0.239	0.237	0.312	0.291
PPP28	0.136	0.276	0.194	0.241	0.262	0.353	0.241	0.381	0.089	0.149	0.118	0.195	0.305	0.189
PPP29	0.073	0.353	0.277	0.285	0.395	0.396	0.356	0.481	0.168	0.092	0.251	0.308	0.282	0.278
PPP30	0.023	0.253	0.136	0.213	0.250	0.274	0.292	0.376	0.090	0.024	0.162	0.207	0.186	0.183
PPP31	0.035	0.244	0.172	0.222	0.297	0.233	0.255	0.301	0.076	0.049	0.169	0.265	0.271	0.219
PPP32	0.069	0.211	0.114	0.152	0.159	0.252	0.198	0.293	0.063	0.075	0.134	0.256	0.233	0.226
PPP33	0.109	0.204	0.139	0.239	0.191	0.279	0.250	0.277	0.057	0.142	0.240	0.290	0.226	0.165
PPP34	0.075	0.156	0.123	0.169	0.200	0.316	0.188	0.296	0.112	0.212	0.227	0.282	0.296	0.176
PC35	0.108	0.272	0.235	0.221	0.213	0.278	0.204	0.267	0.151	0.187	0.196	0.225	0.325	0.185
PC36	0.104	0.262	0.192	0.240	0.146	0.236	0.197	0.240	0.144	0.042	0.158	0.172	0.311	0.192
PC37	0.126	0.307	0.272	0.222	0.213	0.234	0.207	0.240	0.156	0.211	0.220	0.198	0.357	0.169
PC38	0.054	0.246	0.214	0.160	0.188	0.215	0.146	0.223	0.126	0.234	0.229	0.214	0.309	0.165
PC39	0.051	0.248	0.247	0.190	0.167	0.248	0.138	0.225	0.110	0.263	0.236	0.220	0.373	0.103
PC40	0.084	0.207	0.223	0.174	0.173	0.114	0.142	0.211	0.053	0.065	0.140	0.119	0.156	0.148
PC41	0.095	0.256	0.243	0.176	0.278	0.192	0.187	0.260	-0.008	0.012	0.088	0.134	0.171	0.161
PC42	-0.011	0.205	0.050	0.040	0.141	0.180	0.072	0.194	0.015	0.174	0.055	0.176	0.241	0.007

Nota: Elaborado con datos de campo.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla H3*Matriz de correlaciones de Pearson para medir la colinealidad del instrumento (continuación...)*

PI15	PI16	PI17	PI18	PA19	PA20	PA21	PA22	PA23	PA24	PA25	PA26	PA27	PPP28	PPP29	PPP30
0.197	0.114	0.089	0.128	0.095	0.152	0.058	-0.005	0.079	0.045	0.071	0.067	0.047	0.136	0.073	0.023
0.203	0.231	0.263	0.403	0.172	0.225	0.181	0.226	0.188	0.064	0.244	0.245	0.292	0.276	0.353	0.253
0.149	0.142	0.278	0.328	0.147	0.300	0.112	0.137	0.148	0.120	0.181	0.164	0.267	0.194	0.277	0.136
0.136	0.157	0.281	0.250	0.141	0.200	0.105	0.127	0.079	0.155	0.208	0.242	0.245	0.241	0.285	0.213
0.165	0.228	0.396	0.317	0.176	0.270	0.207	0.301	0.249	0.151	0.236	0.212	0.252	0.262	0.395	0.250
0.194	0.236	0.368	0.353	0.165	0.323	0.176	0.284	0.163	0.159	0.253	0.218	0.285	0.353	0.396	0.274
0.250	0.385	0.332	0.282	0.249	0.226	0.190	0.235	0.224	0.073	0.228	0.190	0.251	0.241	0.356	0.292
0.269	0.358	0.474	0.420	0.197	0.328	0.221	0.326	0.272	0.114	0.250	0.295	0.282	0.381	0.481	0.376
0.320	0.188	0.180	0.199	0.239	0.298	0.237	0.170	0.249	0.001	0.090	0.112	0.077	0.089	0.168	0.090
0.185	0.144	0.091	0.097	0.165	0.225	0.155	0.064	0.145	0.078	0.100	0.169	0.129	0.149	0.092	0.024
0.250	0.225	0.256	0.224	0.282	0.349	0.338	0.180	0.237	0.040	0.205	0.290	0.239	0.118	0.251	0.162
0.309	0.347	0.320	0.312	0.240	0.298	0.306	0.279	0.379	0.233	0.195	0.232	0.237	0.195	0.308	0.207
0.380	0.351	0.218	0.305	0.285	0.341	0.282	0.321	0.257	0.129	0.292	0.262	0.312	0.305	0.282	0.186
0.459	0.378	0.356	0.341	0.191	0.344	0.266	0.331	0.289	0.162	0.191	0.247	0.291	0.189	0.278	0.183
1.000	0.575	0.416	0.430	0.289	0.365	0.360	0.333	0.339	0.186	0.210	0.216	0.352	0.226	0.233	0.139
0.575	1.000	0.529	0.476	0.400	0.330	0.431	0.403	0.395	0.040	0.309	0.316	0.379	0.363	0.355	0.370
0.416	0.529	1.000	0.541	0.275	0.334	0.385	0.421	0.316	0.143	0.265	0.237	0.293	0.258	0.373	0.232
0.430	0.476	0.541	1.000	0.385	0.418	0.362	0.434	0.382	0.174	0.360	0.413	0.381	0.330	0.397	0.328
0.289	0.400	0.275	0.385	1.000	0.602	0.487	0.313	0.391	0.081	0.362	0.283	0.411	0.358	0.309	0.324
0.365	0.330	0.334	0.418	0.602	1.000	0.488	0.381	0.419	0.154	0.356	0.410	0.398	0.325	0.340	0.298
0.360	0.431	0.385	0.362	0.487	0.488	1.000	0.521	0.550	0.079	0.360	0.377	0.386	0.262	0.287	0.328
0.333	0.403	0.421	0.434	0.313	0.381	0.521	1.000	0.637	0.246	0.459	0.439	0.400	0.356	0.480	0.407
0.339	0.395	0.316	0.382	0.391	0.419	0.550	0.637	1.000	0.147	0.348	0.396	0.352	0.276	0.374	0.351
0.186	0.040	0.143	0.174	0.081	0.154	0.079	0.246	0.147	1.000	0.297	0.238	0.370	0.184	0.269	0.151
0.210	0.309	0.265	0.360	0.362	0.356	0.360	0.459	0.348	0.297	1.000	0.614	0.533	0.365	0.391	0.374

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

0.216	0.316	0.237	0.413	0.283	0.410	0.377	0.439	0.396	0.238	0.614	1.000	0.566	0.391	0.415	0.432
0.352	0.379	0.293	0.381	0.411	0.398	0.386	0.400	0.352	0.370	0.533	0.566	1.000	0.454	0.450	0.386
0.226	0.363	0.258	0.330	0.358	0.325	0.262	0.356	0.276	0.184	0.365	0.391	0.454	1.000	0.663	0.603
0.233	0.355	0.373	0.397	0.309	0.340	0.287	0.480	0.374	0.269	0.391	0.415	0.450	0.663	1.000	0.619
0.139	0.370	0.232	0.328	0.324	0.298	0.328	0.407	0.351	0.151	0.374	0.432	0.386	0.603	0.619	1.000
0.172	0.271	0.217	0.326	0.274	0.309	0.249	0.411	0.374	0.257	0.357	0.404	0.368	0.562	0.612	0.677
0.218	0.284	0.191	0.325	0.236	0.295	0.274	0.378	0.328	0.287	0.315	0.360	0.328	0.527	0.487	0.654
0.161	0.232	0.158	0.282	0.213	0.270	0.218	0.275	0.247	0.234	0.367	0.330	0.294	0.525	0.497	0.587
0.196	0.321	0.184	0.271	0.276	0.339	0.250	0.327	0.270	0.279	0.362	0.368	0.353	0.515	0.498	0.527
0.252	0.312	0.162	0.319	0.264	0.357	0.230	0.309	0.275	0.131	0.304	0.333	0.377	0.402	0.383	0.452
0.243	0.239	0.134	0.330	0.228	0.361	0.187	0.296	0.248	0.177	0.340	0.386	0.340	0.386	0.370	0.484
0.178	0.275	0.155	0.332	0.379	0.448	0.282	0.270	0.247	0.138	0.361	0.320	0.342	0.373	0.339	0.392
0.134	0.250	0.130	0.297	0.366	0.396	0.271	0.229	0.258	0.172	0.350	0.289	0.365	0.303	0.309	0.330
0.131	0.282	0.178	0.292	0.269	0.348	0.278	0.275	0.242	0.090	0.323	0.266	0.307	0.275	0.278	0.248
0.048	0.197	0.172	0.334	0.228	0.294	0.143	0.177	0.192	0.028	0.196	0.272	0.214	0.332	0.299	0.393
0.132	0.281	0.201	0.380	0.256	0.275	0.144	0.266	0.247	0.086	0.204	0.285	0.223	0.316	0.352	0.405
0.118	0.238	0.096	0.213	0.280	0.294	0.114	0.175	0.127	0.225	0.199	0.200	0.304	0.398	0.280	0.284

Nota: Elaborado con datos de campo.

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

Tabla H3*Matriz de correlaciones de Pearson para medir la colinealidad del instrumento (continuación...)*

PPP31	PPP32	PPP33	PPP34	PC35	PC36	PC37	PC38	PC39	PC40	PC41	PC42
0.035	0.069	0.109	0.075	0.108	0.104	0.126	0.054	0.051	0.084	0.095	-0.011
0.244	0.211	0.204	0.156	0.272	0.262	0.307	0.246	0.248	0.207	0.256	0.205
0.172	0.114	0.139	0.123	0.235	0.192	0.272	0.214	0.247	0.223	0.243	0.050
0.222	0.152	0.239	0.169	0.221	0.240	0.222	0.160	0.190	0.174	0.176	0.040
0.297	0.159	0.191	0.200	0.213	0.146	0.213	0.188	0.167	0.173	0.278	0.141
0.233	0.252	0.279	0.316	0.278	0.236	0.234	0.215	0.248	0.114	0.192	0.180
0.255	0.198	0.250	0.188	0.204	0.197	0.207	0.146	0.138	0.142	0.187	0.072
0.301	0.293	0.277	0.296	0.267	0.240	0.240	0.223	0.225	0.211	0.260	0.194
0.076	0.063	0.057	0.112	0.151	0.144	0.156	0.126	0.110	0.053	-0.008	0.015
0.049	0.075	0.142	0.212	0.187	0.042	0.211	0.234	0.263	0.065	0.012	0.174
0.169	0.134	0.240	0.227	0.196	0.158	0.220	0.229	0.236	0.140	0.088	0.055
0.265	0.256	0.290	0.282	0.225	0.172	0.198	0.214	0.220	0.119	0.134	0.176
0.271	0.233	0.226	0.296	0.325	0.311	0.357	0.309	0.373	0.156	0.171	0.241
0.219	0.226	0.165	0.176	0.185	0.192	0.169	0.165	0.103	0.148	0.161	0.007
0.172	0.218	0.161	0.196	0.252	0.243	0.178	0.134	0.131	0.048	0.132	0.118
0.271	0.284	0.232	0.321	0.312	0.239	0.275	0.250	0.282	0.197	0.281	0.238
0.217	0.191	0.158	0.184	0.162	0.134	0.155	0.130	0.178	0.172	0.201	0.096
0.326	0.325	0.282	0.271	0.319	0.330	0.332	0.297	0.292	0.334	0.380	0.213
0.274	0.236	0.213	0.276	0.264	0.228	0.379	0.366	0.269	0.228	0.256	0.280
0.309	0.295	0.270	0.339	0.357	0.361	0.448	0.396	0.348	0.294	0.275	0.294
0.249	0.274	0.218	0.250	0.230	0.187	0.282	0.271	0.278	0.143	0.144	0.114
0.411	0.378	0.275	0.327	0.309	0.296	0.270	0.229	0.275	0.177	0.266	0.175
0.374	0.328	0.247	0.270	0.275	0.248	0.247	0.258	0.242	0.192	0.247	0.127
0.257	0.287	0.234	0.279	0.131	0.177	0.138	0.172	0.090	0.028	0.086	0.225
0.357	0.315	0.367	0.362	0.304	0.340	0.361	0.350	0.323	0.196	0.204	0.199

Factores que inciden en la capacidad para atraer y retener las actividades económicas del turismo

0.404	0.360	0.330	0.368	0.333	0.386	0.320	0.289	0.266	0.272	0.285	0.200
0.368	0.328	0.294	0.353	0.377	0.340	0.342	0.365	0.307	0.214	0.223	0.304
0.562	0.527	0.525	0.515	0.402	0.386	0.373	0.303	0.275	0.332	0.316	0.398
0.612	0.487	0.497	0.498	0.383	0.370	0.339	0.309	0.278	0.299	0.352	0.280
0.677	0.654	0.587	0.527	0.452	0.484	0.392	0.330	0.248	0.393	0.405	0.284
1.000	0.650	0.647	0.561	0.429	0.483	0.398	0.355	0.256	0.389	0.396	0.310
0.650	1.000	0.681	0.605	0.453	0.499	0.333	0.321	0.239	0.361	0.367	0.341
0.647	0.681	1.000	0.687	0.480	0.491	0.429	0.426	0.329	0.353	0.336	0.392
0.561	0.605	0.687	1.000	0.443	0.453	0.422	0.428	0.355	0.339	0.294	0.476
0.429	0.453	0.480	0.443	1.000	0.719	0.488	0.502	0.454	0.398	0.399	0.344
0.483	0.499	0.491	0.453	0.719	1.000	0.501	0.449	0.356	0.449	0.389	0.323
0.398	0.333	0.429	0.422	0.488	0.501	1.000	0.764	0.656	0.579	0.519	0.484
0.355	0.321	0.426	0.428	0.502	0.449	0.764	1.000	0.715	0.574	0.465	0.484
0.256	0.239	0.329	0.355	0.454	0.356	0.656	0.715	1.000	0.502	0.385	0.420
0.389	0.361	0.353	0.339	0.398	0.449	0.579	0.574	0.502	1.000	0.729	0.372
0.396	0.367	0.336	0.294	0.399	0.389	0.519	0.465	0.385	0.729	1.000	0.394
0.310	0.341	0.392	0.476	0.344	0.323	0.484	0.484	0.420	0.372	0.394	1.000

Nota: Elaborado con datos de campo.

Tabla H4*Estadísticas de colinealidad del constructo recursos turísticos, infraestructura y accesibilidad*

Item	Tolerancia	VIF
PRT01	.660	1.515
PRT02	.495	2.019
PRT03	.467	2.142
PRT04	.543	1.842
PRT05	.486	2.057
PRT06	.373	2.683
PRT07	.518	1.930
PRT08	.316	3.164
PI09	.607	1.648
PI10	.520	1.922
PI11	.533	1.878
PI12	.550	1.818
PI13	.539	1.856
PI14	.604	1.656
PI15	.461	2.168
PI16	.386	2.590
PI17	.466	2.147
PI18	.466	2.145
PA19	.451	2.218
PA20	.424	2.358
PA21	.468	2.135
PA22	.401	2.493
PA23	.446	2.244
PA24	.650	1.538
PA25	.470	2.127
PA26	.411	2.434
PA27	.425	2.354

Nota: Elaborado con datos de campo.

Tabla H4*Estadísticas de colinealidad del constructo políticas públicas y comunidad (continuación...)*

Item	Tolerancia	VIF
PPP28	.376	2.663
PPP29	.349	2.868
PPP30	.324	3.090
PPP31	.346	2.890
PPP32	.355	2.815
PPP33	.315	3.171
PPP34	.385	2.594
PC35	.381	2.622
PC36	.349	2.864
PC37	.301	3.317
PC38	.278	3.592
PC39	.374	2.674
PC40	.318	3.146
PC41	.362	2.765
PC42	.518	1.930

Nota: Elaborado con datos de campo.