



**¿QUÉ FACTORES SANITARIOS Y POLITICOS-
GUBERNAMENTALES INFLUYERON EN LA
DESACELERACIÓN DEL CRECIMIENTO DE EMPRESAS
TURÍSTICAS EN COMITÁN EN EL PERIODO 2019-2020?**

Aguilar Hidalgo Carlos Manuel

TALLER DE ELABORACIÓN DE TESIS

Dr. Roberto René Pinto Rojas

PASION POR EDUCAR

9°cuatrimestre

Administración y estrategias de negocios

Comitán de Domínguez Chiapas a 20 de julio de 2021.

Agradecimientos

Agradezco, a la universidad del sureste por el apoyo prestado para una correcta ejecución de este trabajo, a mis maestros por los conocimientos adquiridos durante esta investigación, a las organizaciones que permitieron realizar este trabajo, a mi familia y a dios por darme el apoyo económico, moral y el esfuerzo para realizar mi carrera como administrador.

INDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN	7
1.1 Planteamiento del problema	7
1.2 Preguntas de investigación.....	9
1.3 Objetivos.....	9
1.4 Justificación	10
1.5 Hipótesis.....	13
1.6 Metodología	14
1.6.1 Marco histórico	14
1.6.2 Marco conceptual	16
1.6.3 Marco teórico.....	18
1.6.4 Diseño de la investigación.....	21
1.6.5 cronograma de actividades	23
CAPITULO II ORIGEN Y EVOLUCION DEL TEMA.....	24
2.1 El origen del turismo	24
2.2 Turismo en el mundo	25
2.2.1 Turismo en México	27
2.2.2 Turismo en Chiapas	29
2.2.3 Turismo en Comitán de Domínguez.....	30
2.3 Empresa turística.....	31
2.3.1 Clasificación según el ámbito geográfico de actuación	32
2.3.2 Clasificación según la actividad principal que desarrollan.....	32
2.3.3 Empresa hotelera	33
2.3.4 Las empresas de transporte.....	34
2.3.5 Las agencias de viajes	34
2.4 Empresas turísticas en México	35
2.4.1 Empresa turísticas en Chiapas.....	36
2.4.2 Las empresas turísticas en Comitán	37

2.5 crisis en las empresas turísticas	39
CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO	40
3.1 Factores sanitarios	40
3.1.2 importancia de la prevención.....	41
3.2 Factores gubernamentales (político-legales).....	44
3.3 Desaceleración económica en empresas	45
3.3.1 ¿Cómo podemos actuar como gestores de riesgos?	48
3.4 crecimiento en las empresas turísticas.....	50
3.5 Ciclo de vida de las empresas turísticas.....	54
CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS Y RESULTADOS.....	57
4.1 Selección de la muestra.....	57
4.2 Características de la población.....	57
4.3 Diseño de la técnica de investigación aplicada	58
4.4 Resultados.....	59
4.5 valuación de la técnica de investigación.....	66
SUGERENCIAS Y PROPUESTAS	66
CONCLUSIONES	68
BIBLIOGRAFIA.....	69
ANEXOS.....	71

INTRODUCCIÓN

El siguiente documento tratará de abordar temas de interés económicos empresariales al igual que temas sanitarios y políticos gubernamentales en el cual se tratará de encontrar a los factores que causaron una desaceleración económica en el municipio de Comitán de Domínguez, Chiapas conociendo a los principales afectados problemas que dejó a su paso este mismo dice aceleramiento.

También conocer el pasado y el presente de la situación económica en el tema del turismo municipal estatal y nacional. Adentrándonos alas datos financieros proporcionados por las empresas y por las organizaciones como el INEGI y la secretaria de economía y secretaria de turismo de los diferentes órdenes de gobierno

Conociendo cada uno de los temas definiendo la condición anterior y actual de las empresas turísticas en el país y como esto ha ido delimitando hasta la región del municipio de Comitán.

Analizar datos previos a la pandemia de COVID-19 para identificar que realmente haya habido un desaceleramiento económico entre los meses finales del 2019 hasta el último día del 2020.aplicando información que se pronostica para años posteriores sobre el futuro del turismo mundial, nacional, estatal y municipal.

Buscando claramente una solución ya sea a corto, mediano y largo plazo, si esta hipótesis fuera cierta.

Escuchando las voces de los afectados directamente, en este caso los empresarios e investigando qué más ha hecho el gobierno para mejorar la capacidad de prevención y monitoreo de las empresas turísticas para contener una crisis económica o desacelemaramiento en este ramo.

CAPÍTULO I PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Las empresas turísticas durante mucho tiempo se han visto mermadas por la falta de apoyo de gubernamental a nivel nacional, la industria turística ha sido una de las mayores industrias con mejor crecimiento desde hace más de 20 años. en todo el mundo la globalización ha mejorado las conexiones entre países ha quitado fronteras y el constante crecimiento de la clase media en muchos países ha favorecido que el turismo dejando de ser nacional y se convierta en un turismo mundial. donde en unas cuantas horas puede estar en México y horas después en España así viceversa. Actualmente el turismo mundial tiene 1500 millones de visitas entre países al año estas cifras iban creciendo año con año estos datos según organización mundial del turismo.

En el periodo 2019 -2020 Se han suscitado diversos problemas como políticos y sanitarios que han influido en el crecimiento constante que ya tenían las empresas turísticas años anteriores todo esto se suscitó con el problema del COVID 19.

Los problemas sanitarios se han convertido en problemas económicos y gubernamentales, al fallar las estrategias del gobierno para una reactivación económica, ante la oleada de muertes y contagios que provocó esta enfermedad. Provocando un paró abruptamente a las empresas turísticas en todo el mundo con el cierre total de aeropuertos y de cuarentenas obligatorias, así también de todos los comercios no esenciales, en las que se incluyeron las empresas turísticas el turismo a nivel mundial, ha sido el sector más afectado de todas las industrias en varias partes del mundo

Se han intentado diferentes soluciones para arreglar este problema se ha intentado abrir las empresas turísticas con limitantes impuestas por el gobierno como son: la capacidad de viajeros en un avión, la capacidad de turistas que pueden visitar un sitio turístico, la capacidad de ocupación hotelera pero aun

haciendo estos esfuerzos no han logrado que las empresas turísticas no quiebren o que despidan personal. en México se implementaron medidas de cierre total mediante un semáforo, Que mostraría que industrias podrían ir abriendo poco a poco, fue una estrategia fallida que provocó la quiebra de muchas empresas. considero, que la causa de qué estos intentos fallidos sean fallidos por una mala administración gubernamental y sanitaria Las malas políticas implementadas y el nulo apoyo que se le dio a las empresas turísticas en el país como créditos que no se dieron, la falta de reducción de impuestos esto provocó, que esta crisis se alargara mucho más, otros factores como el sanitario que impidió y causó temor ante la población causando que la gente no quisiera viajar ya que se exponían a Enfermar.

en cuanto al estado de Chiapas que es uno de los principales motores industriales han hecho, que esos problemas políticos gubernamentales y sanitarios hayan causado una grave crisis en las empresas turísticas del Estado haciendo que la pérdida de empleo sea mucho mayor en el estado en zonas como Palenque, San Cristóbal de las Casas, zonas arqueológicas y playas del estado. haciendo que restaurantes y hoteles hayan quebrado o que tengan una disminución en su crecimiento en empresas como la; hotelera, restaurantes, agencias de viajes etc. profundizando en el municipio de Comitán de Domínguez Chiapas todos estos factores globales afectaron al municipio haciendo que la industria turística también haya sido afectada por estos mismos males.

El gobierno municipal ha usado la misma estrategia que la que incorporó el gobierno federal, la cual ya fueron recaladas en sus fallas. en un futuro provisorio las empresas turísticas de la región y de Comitán, seguirán con la misma problemática ya que no se encuentra una solución para que el turismo en Comitán puede repuntar y así que la industria turística Comiteca sigue en crecimiento como lo venía haciendo.

1.2 Preguntas de investigación

¿Qué factores sanitarios y político-gubernamentales influyeron en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020?

¿Qué factores sanitarios afectaron a la desaceleración de empresas turísticas en Comitán del 2019-2020?

¿Qué factores político-gubernamentales afectaron a la desaceleración de empresas turísticas en Comitán del 2019-2020?

¿Qué se puede hacer para que las empresas turísticas aceleren su crecimiento económico en Comitán?

¿Quiénes son los afectados por la desaceleración económica en las empresas turísticas en Comitán?

1.3 Objetivos

Objetivo general:

- Analizar los factores sanitarios y político-gubernamentales que influyen en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020.

Objetivos específicos:

- Determinar los factores político-gubernamentales que afectaron a la desaceleración de empresas turísticas en Comitán
- Determinar los factores sanitarios que afectaron a la desaceleración de empresas turísticas en Comitán
- Analizar cómo se puede hacer para que las empresas turísticas aceleren su crecimiento económico en Comitán
- Describir a los afectados por la desaceleración económica en las empresas turísticas en Comitán

1.4 Justificación

Este trabajo está dirigido para las futuras generaciones que deseen interpretar o conocer los datos políticos gubernamentales y sanitarios que afectaron a las empresas turísticas en Comitán.

Es relevante para que en futuras épocas no se repitan este caso, ya sea empresas o gobiernos, y se conozcan las causas de raíz de qué no hacer en la siguiente investigación.

Aporta a este tema evidencia de los factores sanitarios y gubernamentales ideas frescas y nuevas ya que es un tema poco investigado por las empresas por su falta de preparación.

Ayuda al proceso administración y en la prevención de riesgos ya sea tanto como empresas como el sistema administrativo gubernamental.

La Investigación busca hallar las causas y las consecuencias que contrajo los problemas gubernamentales y sanitarios, y como estos afectaron a las empresas turísticas en su crecimiento económico u expansión administrativa o de complejos.

Al igual que hallar una solución práctica para que las empresas turísticas recuperen su nivel de crecimiento con el que venía anteriormente.

La investigación se toma para que los individuos, se informen sobre los factores que impidieron el continuo crecimiento que ya tenían las empresas turísticas en Comitán, y ¿cómo? y ¿por qué? ¿cuáles son los afectados? En los factores gubernamentales y sanitarios.

Esto se aplica para que quede como antecedente para futuras fuentes de información de este tipo, sobre este tema y sobre la región que es Comitán para ayudar a mejorar los sistemas gubernamentales sanitarios y las empresas. hablando de temas como el financiero y lo administrativo en cuanto su crecimiento en las organizaciones turísticas

En cuanto mi deseo personal al realizar esta investigación fue conocer estos factores de reglamentaciones, y leyes que restringieron a que las empresas

turísticas continuaran creciendo, que porque el tema sanitario involucró a las empresas y su crecimiento.

conocer datos de cuántas empresas pudieron sobrevivir a esa crisis por estos factores y conocer la opinión de los afectados. y qué podemos hacer para mejorar a las empresas turísticas que están pasando actualmente por la misma situación, al igual conocer porque agarró tan desprevenidos a los empresarios en ese periodo 2019 -2020 a estas empresas. Cabe señalar que parte por procesos administrativos mal ejecutados y procesos o planes financieros mal ejecutados.

Por parte de las empresas o de los propios gobiernos sé que la administración y la salud no tienen prácticamente nada que ver en las organizaciones del sector turístico sólo en la limpieza e higiene(salubridad).

Ya que los productos y la limpieza tienen que ver con proceso productivo en la elaboración de estos. Y que al igual los servicios sé llevan por un sistema de higiene y limpieza

en este caso el sanitario pasa perjudicar ambos sistemas el administrativo y el financiero por falta de procesos y conocimientos administrativos que parte del gobierno, que fueron mal ejecutados ya que no pensaron en problemas financieros de las empresas.

las empresas no supieron responder ante esto administrativamente, una empresa administrativamente hablando debe prevenir los cambios que pasan en su entorno esto es lo que trata de concluir esta investigación. Porque estos actores gubernamentales sanitarios desaceleraron a las Empresas turísticas en Comitán, al igual reconocer datos y cuestiones financieras. para que los alumnos de administración o carreras financieras conozcan un poco de estos fenómenos que pasa en el entorno de las empresas o las organizaciones de todo tipo en este caso las turísticas.

1.5 Hipótesis

Los factores sanitarios y gubernamentales que afectaron el crecimiento de las empresas turísticas en Comitán fueron, sanitarios: el COVID -19 lo que contrajo lo siguiente, las normas de limpieza y sanitización de espacios privados y públicos, restricción de aforos, normas de ingresos de trabajadores y clientes. en cuanto a lo gubernamental, la imposición de cierre de empresas por tiempo indefinido, poner nuevas normas para que estas puedan abrir de nuevo, la falta de apoyo económico y/o condonación de servicios públicos o impuestos, por parte gobierno local, estatal o nacional para este sector para poder seguir creciendo o sobreviviendo.

1.6 Metodología

1.6.1 Marco histórico

El turismo en Chiapas se ha venido conociendo y creciendo conforme a los años, pase esto es muy poco explotado en conformar el turismo en los años 50, 60, 70, 80 y 90.

El turismo empezó a tener un auge entre 1995 y los principios de la década de 2000, el turismo empezó a tomar relevancia, con la con el apoyo del gobierno a diversos sectores turísticos, como fue la remodelación y habilitación de centros turísticos en todo el estado, la construcción del puente Chiapas y del Aeropuerto Ángel Albino Corzo en Tuxtla Gutiérrez.

Fue evolucionando y mejorando las vías de comunicación con los otros estados de la república, así incrementando el turismo nacional con todo esto empezó a impactar en el estado. como antes habíamos mencionado el turismo en Chiapas era prácticamente local y era extremadamente poca la infraestructura turística en Chiapas.

A partir de los años 2000, también empezaron a llegar cadenas de hoteles a Tuxtla y San Cristóbal, también se empezaban a crear aún más museos y centros recreativos en municipios del estado, con estos atractivos turísticos se enfocaron en dar una visión nacional de Chiapas y poniendo a lugares claves para mejorar el turismo los cuales fueron: el cañón del sumidero, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Lagos de Montebello y cascadas del Chiflón. estos sirvieron para mejorar y enfocar de manera estratégica, dando turismo a casi a todas las zonas del estado y que esta sirviera de escalera a lugares cercanos a estas zonas.

Esto conllevó a una explotación nacional turística gracias a labores gubernamentales. ya acontecido todo esto empezó a esparcir el turismo en la zona ale dañas como la que hoy es Comitán, que es una zona de conexión entre zonas turísticas naturales como lo son, Lagos de Montebello y cascadas del

Chiflón que fueron los principales detonantes para atraer turismo Nacional e internacional al principio de la década de los 2000.

Comitán en esos tiempos la infraestructura hotelera y restaurantes por el sector turístico, era un poco baja. se contaba con pocos hoteles y con un muy pocos restaurantes. la exposición que le dio el gobierno a través de inversión del turismo para promocionar el Estado ayudó a Comitán a fortalecerse como uno de los destinos turísticos preferidos del Estado.

en el 2000 hasta la fecha del 2019 el turismo tenía un crecimiento gradual gracias a esa inversión de parte del Estado y del mismo ayuntamiento de Comitán.

el inicio de la problemática fue al final del 2019 la desaceleración en el sector turístico Comiteco empezó con el cierre de aeropuertos en todo el mundo así reduciendo la visita de extranjeros a Comitán la prohibición de abandonar sus países por riesgo de contagios de COVID-19. Aunque muchos turistas aún seguían viajando la desaceleración del crecimiento de esta industria no aún no se notaba. Todo empezó cuando empezó la desaceleración brutal por, problemas gubernamentales y sanitarios que tuvieron que cerrar aeropuertos, hoteles restaurantes en todo el país en nuestro caso Comitán. El gobierno impondría una cuarentena que obligaría a cerrar a los hoteles de Comitán, restaurantes y a todos los prestadores de servicios turísticos de la región o municipio esto por encomienda nacional, después del Estado, y por último por el municipio que aplicaría lo anterior. esto conllevó a un desaceleramiento enorme que a lo largo del 2020 no se pudo remontar y que actualmente se continúa desacelerando. La economía en cuanto al turismo no ha crecido, si no se ha disminuido y Comitán

Ha sufrido pérdidas millonarias por la falta de turismo extranjero y nacional que no ha llegado al municipio por temas sanitarios y gubernamentales

1.6.2 Marco conceptual

En el siguiente trabajo se utilizarán diferentes conceptos que se usarán a largo de la investigación y que en este tema se tomarán el significado de estos conceptos para un fácil entendimiento de todos los lectores.

Empecemos por el primer concepto que se utilizará en el tema de la investigación el cual es que es un factor, Según la Real Academia de la lengua es un elemento o causa que actúan junto con otros un ejemplo de esto sería el factor que más influyó en la decisión fue su preparación académica.

Otro factor que se utilizará ampliamente en investigación y que su concepto es fundamental sería que es factor sanitario es: Una medida con posible perjuicio para la salud de una población concreta derivado de la ocurrencia de una situación peligrosa como por ejemplo una pandemia según esto la (Organización Mundial de la Salud).

El siguiente concepto que estará utilizado será es el COVID-19 que según la (organización mundial de la salud) Es una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que apareció en China y que se extendió a todo el mundo y que puede Encaminar a un fallecimiento

Pero enfocándonos en esta pregunta principal que es un factor gubernamental: Son factores políticos legales que afectan el desempeño de las entidades como son la política fiscal las restricciones del comercio y la industria en estas también se puede incluir situaciones como guerras entre otros, (Diccionario económico 2006)

El concepto de desaceleración que ser utilizado significa es una variación negativa de la velocidad o de la magnitud física que expresa el paso de algún cuerpo a otra velocidad inferior (redgiga1998)

El desaceleramiento económico es la Ralentización Del crecimiento económico o la disminución de la velocidad del ámbito económico determinado y comparándolo con la medición anterior del mismo (banco nacional de España)

Pero otro tema que nos hace la mente interrogante es el crecimiento por crecimiento entenderemos Cómo; aumento de tamaño o cantidad o intensidad de algo (real academia de la lengua)

También como crecimiento económico entenderemos como el incremento del Producto Interno Bruto aumento del valor de los bienes y servicios finales producidos en un país o región durante un lapso de tiempo determinado (fundamentos de economía 2009)

También veremos conceptos de empresa, por empresa entenderemos como; una organización social por ser una asociación de personas por la explotación de un negocio que tiene un determinado objetivo como el lucro o la tentación de una necesidad social (idalberto chiavenato).

Por Empresa turística por ella entenderemos; una organización de producción que gestionan los factores productivos para convertirlos en bienes de consumo servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente(sectur).

En ellas podemos encontrar como hoteles restaurantes agencias de viajes transportación de pasajeros de todo tipo etc.

Y para concluir los conceptos que seguiremos utilizando nos basaremos en muchas otras informaciones, en lo que es la Secretaría de turismo de México, la Secretaría de turismo del gobierno de Chiapas y la dirección de economía y turismo de Comitán, todas estas ya mencionadas. Son secretarías que ayudan a impulsar el desarrollo turístico y que involucran a las empresas privadas para el crecimiento económico de la región conforme al turismo.

1.6.3 Marco teórico

Según fuentes del heraldo de Chiapas en julio de 2020 una de la principales causas del desaceleramiento económico en Comitán fue el nulo ingreso de capitales de parte de extranjeros al no poder ingresar al país, Empresarios del sector turístico y comercial se encontraron al límite de la quiebra ante la crisis económica que se vive por la pandemia del Covid-19 y ante la presunta red de corrupción en los trámites y expedición de la Tarjeta de Visitante Regional (TVR), que opera en CD Cuauhtémoc, situación que ha frenado el ingreso de guatemaltecos, por lo que lanzaron un grito de auxilio a fin de frenar estas prácticas. se dijo que esta problemática de corrupción, aunado a las afectaciones de la pandemia que ha provocado que la mayoría de los hoteles establecidos operen al 20 por ciento de ocupación, por lo que al menos 50 hoteles estén al borde de la quiebra en la zona.

Señaló que el personal del Instituto Nacional de Migración (INM), participa en estos actos de corrupción, ya que solo entregan los plásticos de la TVR a los guatemaltecos que pagaron los 2 mil pesos, y en promedio expiden 100 tarjetas diarias, cuya actividad ilícita ahuyenta a los visitantes, quienes consideran vergonzosa esta situación ilícita

Esta teoría se fundamenta en los factores gubernamentales, del país, estado y municipios aledaños a nuestra frontera de Guatemala.

En cuanto los factores sanitarios los problemas que adopto la secretaria de turismo del estado fueron los siguientes para todos los municipios incluyendo Comitán.

Creación del Comité de Desarrollo Turístico del Estado de Chiapas (CODETECH).

El cual tendrá como objeto, coordinar las políticas y acciones para fomentar, posicionar e incentivar actividades en materia de turismo en la entidad, el cual

traerá la priorización de los asuntos de esta índole, con una coordinación eficaz entre todos los organismos involucrados.

Seguridad de Emergencia Sanitaria, para el Sector Turístico. Se hizo extensivo a todos los establecimientos de hospedaje del estado, el “Protocolo de atención para personas de nacionalidad mexicana y extranjera que se encuentran en territorio nacional mexicano en centros de hospedaje durante la cuarentena obligatoria por COVID-19”, emitido por la Secretaría de Salud y la Secretaría de Turismo federal, el cuál determina los procedimientos que deberán implementarse en los centros de hospedaje del país, durante esta emergencia sanitaria

Por indicaciones del Gabinete de Seguridad, se realizó un comunicado oficial, dirigido a todos los prestadores de servicios turísticos que operan en el estado, determinándose que, por seguridad de la emergencia sanitaria nacional, las playas o afluentes turísticos que comprenden el territorio estatal estarán cerradas al público en general.

Todas estas restricciones fueron impuestas ala zonas turísticas de Comitán según este mismo instituto:

1. Agencias de viajes.
2. Áreas naturales y sitios de interés.
3. Establecimientos de hospedaje.
4. Recintos y salones.
5. Restaurantes y centros de consumo.
6. Tour operadoras y guías de turistas

Otro dato que avala mi hipótesis son los mismos datos que presentare a continuación proporcionado por la secretaria de turismo de Chiapas.

La Secretaría de Turismo informó que de enero a mayo de 2020 se tuvo una derrama turística acumulada de 4 mil 246 millones de pesos, sin embargo, a comparación del mismo periodo en 2019 se tuvo una derrama de 10 mil 297 millones de pesos.

La institución informó que la afluencia acumulada es de un millón 575 mil 008 visitantes, no obstante, en el mismo periodo, pero en 2019, se tenía un registro de 3 millones 393 mil 931 visitantes, es decir, una reducción del 54 por ciento.

La ocupación hotelera promedio fue de 22 por ciento, una disminución de 20% a comparación con el mismo periodo en 2019

Para datos más precisos y acorde al lugar que sitúa esta investigación que es Comitán los datos fueron:

Mayo 2019

97,499,817 millones de pesos

Mayo 2020

1,510,366 millones de pesos

Esto da ha denotar un desaceleramiento del crecimiento del turismo en Comitán por factores sanitarios teniendo una caída del 98% en ingresos por ese sector.

En cuanto los visitantes fue igual en Comitán 85, 839 una disminución (-54) respecto a mayo de 2019.

En cuanto a los errores del parte de los gobiernos que afectaron al estado y a Comitán fueron según la revista el economista fueron:

“Esa falta de un mando central efectivo y los desacuerdos con las entidades federativas han sido dos de las características más lamentables de esta contingencia y un patrón de los gobiernos populistas”

Además, dijo que el gobierno federal ignoró el llamado de la Organización Mundial de la Salud (OMS), de utilizar masivamente las pruebas para identificar los casos y sus contagios, incluso lo consideró un desperdicio de recursos, y descartó el uso del cubrebocas como medida opcional para controlar la transmisión de la infección, a pesar de las evidencias científicas de su eficacia como las propuestas por investigadores como Mario Molina.

Todo lo anterior desato más contagios y que las cuarentenas obligatorias se alargaran mas así haciendo, más largo el cierre de empresas turísticas en el país, estado y municipio

1.6.4 Diseño de la investigación

Método

es una actividad dedicada a la obtención de nuevo conocimiento o su aplicación para la resolución de problemas específicos, a través de un procedimiento comprensible, comunicable y reproducible. Puede dedicarse a distintas áreas del saber humano, e implicar distinto tipo de razonamientos y procedimientos, según el método de investigación elegido. son los distintos modelos de procedimientos que se pueden emplear en una investigación específica, atendiendo a las necesidades de la misma, o sea, a la naturaleza del fenómeno que deseamos investigar (raffino, 2009)

Metodología

Para esta investigación utilizare el método analítico, deductivo

método analítico: método que consiste en la aplicación de la experiencia directa (lo propuesto por el empirismo) a la obtención de pruebas para verificar o validar un razonamiento, a través de mecanismos verificables como estadísticas, la observación de fenómenos o la replicación experimental. (raffino, 2009)

el método analítico será utilizado ya que mi investigación recopilará la información ya existente con la finalidad de analizar estos datos, aplicare el deductivo ya que empezare de temas muy amplios hasta aterrizar a nuestra

pregunta de investigación todo ello relacionado por escalas mundiales, nacionales y estatales.

Tipo de investigación

Cualitativa, por qué utilizara información a base de documentos y usare entrevistas para cumplir con los objetivos

Enfoque metodológico

Cualitativo: técnicas interpretativas para obtener resultados culturales e ideológicos, es decir, discursivos (raffino, 2009)

Técnicas de investigación

Usare información primaria ya que usare de herramienta de entrevista que ayuda a resolver un objetivo de mi investigación, pero usare más información secundaria que sacare de fuentes como, periódicos, revistas, páginas de internet y libros todo esto para cumplir mi objetivo general y los demás específicos

Ubicación

Comitán de Domínguez, Chiapas, México se hará una entrevista a los sectores turísticos, en este caso en 2 de los comunes que es un hotel y un restaurante, la cual se hará con sus propietarios, para responder uno de los objetivos de la investigación.

1.6.5 cronograma de actividades

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	INICIO	DURACIÓN DE DÍAS	FIN
ELECCIÓN DEL TEMA	11 DE ENE DE 2021	6	17 DE ENE DE 2021
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18 DE ENE DE 2021	5	23 DE ENE DE 2021
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS	2 DE FEB DE 2021	5	7 DE FEB DE 2021
JUSTIFICACIÓN	8 DE FEB DE 2021	6	14 DE FEB DE 2021
HIPÓTESIS	15 DE FEB DE 2021	1	16 DE FEB DE 2021
MARCO REFERENCIAL (MARCO HISTÓRICO)	22 DE FEB DE 2021	6	28 DE FEB DE 2021
MARCO REFERENCIAL (MARCO TEÓRICO)	1 DE MAR DE 2021	6	7 DE MAR DE 2021
MARCO REFERENCIAL (MARCO CONCEPTUAL)	8 DE MAR DE 2021	5	13 DE MAR DE 2021
METODOLOGÍA.	22 DE MAR DE 2021	6	28 DE MAR DE 2021
CAPITULO II ORIGEN Y EVOLUCION DEL TEMA	10 DE MAY DE 2021	12	22 DE MAY DE 2021
CAPÍTULO III MARCO TEORICO	31 DE MAY DE 2021	13	12 DE JUN DE 2021
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADO	21 DE JUN DE 2021	13	4 DE JUL DE 2021
SUGERENCIAS Y PROPUESTAS	4 DE JUL DE 2021	8	12 DE JUL DE 2021
CONCLUSIONES	16 DE JUL DE 2021	1	17 DE JUL DE 2021
BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS	19 DE JUL DE 2021	1	20 DE JUL DE 2021

CAPITULO II ORIGEN Y EVOLUCION DEL TEMA

2.1 El origen del turismo

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte.

Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos Antiguos en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos)

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión.

El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo. Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914, se considera que había aproximadamente 150 000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

2.2 Turismo en el mundo

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2008 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron 942 mil millones USD (641 mil €), su máximo histórico (Organización Mundial del Turismo , 2008)

En el 2018, hubo 1.401 billones de turistas internacionales, con un aumento de 5.4% comparado con el 2017. Las 10 locaciones con más turistas en el año 2018 fueron:

Posición mundial	País	Continent	Llegadas de turistas internacionales en (2018) ¹⁹	Llegadas de turistas internacionales (2017) ¹⁹	Aumento o decadencia de turismo (2017 - 2018) (%)	Aumento o decadencia de turismo (2016 - 2017) (%)
1	 Francia	Europa	89.4 millones	86.9 millones	▲ 2.9	▲ 5.1
2	 España	Europa	82.8 millones	81.9 millones	▲ 1.1	▲ 8.7
3	 Estados Unidos	América	79.6 millones	76.9 millones	▲ 3.5	▲ 0.7
4	 China	Asia	62.9 millones	60.7 millones	▲ 3.6	▲ 2.5
5	 Italia	Europa	62.1 millones	58.2 millones	▲ 6.7	▲ 11.2
6	 México	América	41.4 millones	39.3 millones	▲ 5.5	▲ 12.0
7	 Turquía	Asia	45.8 millones	37.6 millones	▲ 21.7	▲ 24.1
8	 Alemania	Europa	38.9 millones	37.5 millones	▲ 3.8	▲ 5.2
9	 Tailandia	Asia	38.3 millones	35.5 millones	▲ 7.9	▲ 9.1
10	 Reino Unido	Europa	36.3 millones	37.6 millones	▼ 3.5	▲ 5.1

(ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO , 2019)

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina, a nivel de turismo masivo, posee el mayor número de nombramientos y declaraciones patrimoniales por la UNESCO en

todo el continente americano, también México es el principal destino de negocios en la región, y es un importante destino educativo dentro de sus universidades; Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana

2.2.1 Turismo en México

El turismo es una actividad económica importante para el país y lo hace una de las naciones más destacables a nivel mundial, colocado en decimotercer lugar en términos de llegadas de turistas internacionales, con 23.4 millones de visitantes en 2011 y 2012, y siendo el primer destino para turistas extranjeros dentro de América Latina. En 2005, el turismo contribuyó con el 5.7 % de los ingresos nacionales provenientes de la exportación de bienes y servicios, y representó el 14.2 % de los empleos directos e indirectos de la economía mexicana. Los ingresos provenientes de los turistas extranjeros alcanzaron USD 11 270 millones en 2009, y el país capturó el 15.25 % del segmento de mercado turístico de América en términos de llegadas de turistas extranjeros, colocado en segundo lugar en el continente, solo detrás de los Estados Unidos. (Coordinación de Asesores del Secretario de Turismo, 2018)

Las principales atracciones turísticas de México son las ruinas antiguas de las culturas mesoamericanas, las ciudades virreinales y los complejos turísticos de playa. La riqueza natural y la herencia histórica cultural la fusión de la cultura europea (particularmente la española) con la cultura mesoamericana; también hacen de México un atractivo destino turístico a nivel mundial. La gran mayoría de los turistas extranjeros que visitan México provienen de los Estados Unidos y Canadá. El siguiente grupo en importancia son visitantes de Europa y Asia. Un número reducido de turistas también proviene de los países de América Latina. Sin embargo, el turismo mexicano ha generado una derrama económica importante para el país donde los prestadores de servicios buscan una mayor

difusión y atención hacia los turistas nacionales creando nuevos polos turísticos y recreativos patrocinados por FONATUR quien se ha dado la tarea de estudiar las preferencias y gustos de los mexicanos en sus días de descanso; se han mejorado y rehabilitado las vías de comunicación y transporte, remodelación de los aeropuertos de mayor actividad, actualización de los sistemas de telecomunicaciones, apertura de créditos para nueva infraestructura de hostelería y prestación de servicios, apertura de casinos o casas de apuesta, mejoramiento sanitario y mayor seguridad en zonas de actividad recreativa.

En la clasificación del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI por sus siglas en inglés) de 2011, que mide factores que hacen atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de un país específico, México alcanzó el lugar 43 a nivel mundial, siendo el primero clasificado entre países de América Latina y el cuarto en el continente americano.

Aunque el turismo de masas es el principal ingreso nacional per cápita, las autoridades mexicanas buscan llamar la atención del turista educado con conciencia del cuidado del medio ambiente y la cultura. Las islas Revillagigedo o también llamado popularmente como el Galápagos Mexicano son una nueva opción alternativa de hacer turismo, han sido desarrollado con especial atención para el ecoturismo, debido a lo frágil y lo delicado del ecosistema insular del Pacífico mexicano, los prestadores de servicios se limitan a realizar excursiones con grupos reducidos para contemplar la belleza natural de las islas y el mundo sub-acuático que las rodea. El buceo y el senderismo son las actividades que se realizan siguiendo las indicaciones de la guardia nacional, las embarcaciones que llevan a los visitantes a estas islas zarpan de los puertos de Manzanillo y Cabo San Lucas.

2.2.2 Turismo en Chiapas

Chiapas es uno de los destinos del país que más apropiadamente puede presumir de diversidad. El entorno físico le permite una gran variedad de ecosistemas de montañas, selvas y bosques, enriquecidos con distintos climas, ríos caudalosos, lagos, cascadas y grutas. Al seguir la ruta de los mayas en Chiapas, el viajero admira la grandeza de los sitios prehispánicos. Palenque, Patrimonio de la Humanidad, muestra altiva su fina arquitectura como testimonio de historias de poder y guerra, pero también de arte y sabiduría. Yaxchilán, Bonampak y Toniná despliegan en la selva su historia monumental.

Esta ruta también es encuentro con los mayas de hoy: tsotsiles, tzeltales, tojolabales, choles y lacandones. En la parte central de los Altos, reina la antigua San Cristóbal de las Casas. Aquí las imágenes remiten a otros paisajes, a otros tiempos, a otros ámbitos. San Cristóbal fue la capital colonial de Chiapas, y su centro histórico es monumental, así como el de Comitán, cuna de personajes ilustres, ambos considerados Pueblos Mágicos. El tercer Pueblo Mágico de Chiapas es Chiapa de Corzo, cuya Fiesta Grande de Enero está incluida en la lista del Patrimonio Intangible de la Humanidad. Chiapa de Corzo está a orillas del río Grijalva, en la entrada del espectacular Cañón del Sumidero y junto a la capital Tuxtla Gutiérrez.

Un viaje a Chiapas no puede estar completo sin un recorrido por la costa del Pacífico con sus esteros y largas playas. En la región del Soconusco, cuyo centro es la ciudad de Tapachula, las oportunidades turísticas son múltiples.

2.2.3 Turismo en Comitán de Domínguez

De acuerdo con la (Secretaría de Turismo,2019), Comitán de Domínguez es el Municipio de mayor importancia demográfica, económica y política de la región por lo que en 2012 fue incorporada al programa Pueblos Mágicos.

Su oferta turística va desde lo prehispánico hasta lo religioso. Puedes empezar visitando la Zona Arqueológica maya Teman Puente construida en el periodo Clásico (300 al 600 d. C) en una posición estratégica: en la ruta que comunica a los Altos de Chiapas con Guatemala. Son más de 60 estructuras, entre las que destacan juegos de pelota, distribuidas en una extensión de aproximadamente 30 hectáreas.

A 53 kilómetros, se encuentra la Zona Arqueológica de Chinkultic, que se caracteriza por ser un asentamiento cuya arquitectura se adaptó de forma muy especial a las características topográficas del terreno.

Otro atractivo es el Parque Nacional Lagunas de Montebello, uno de los escenarios naturales más hermosos de Chiapas. El parque conserva una importante reserva forestal e hidrológica y alberga a más de 50 lagunas de bellos colores verde-azulados

En cuanto a los platillos tradicionales son: chamorro comiteco, pierna al horno, lengua en pebre (salsa especial), olla podrida, estofado de espinazo, chicharrón de hebra con frijoles, cocido chiapaneco y pescado baldado. Y no te puedes ir sin degustar la bebida tradicional comiteco, hecha a base de miel de agave por la empresa “Comiteco Balún Canán”, dedicada al rescate de la cultura del maguey

2.3 Empresa turística

Es agente económico a cualquiera que desempeñe una actividad económica.

Hay 2 vertientes en el conjunto de tareas de la actividad económica: la de producción de bienes y la del consumo.

- Los componentes del grupo social, los consumidores, las familias, los agentes económicos de consumo.
- Organizaciones productoras de bienes y servicios, agentes económicos de producción o empresas, instituciones sociales que funcionan sometidas a las normas que regula la sociedad.

El funcionamiento de la empresa turística

Un conjunto de personas cede parte de su patrimonio para la constitución formal de una personalidad jurídica, realizan aportaciones (dinero o bienes) a una sociedad mercantil – socios – y en una sociedad anónima se denominan accionistas. Los accionistas son personas externas ya que no son personal interno.

El conjunto de recursos aportados por los socios de la empresa permite comenzar sus actividades. Para esto debe relacionarse con el exterior y entre empresas: contratar trabajadores, recursos humanos, proveedores - recursos materiales, máquinas, materias primas -. También consume bienes públicos: puertos, carreteras, la justicia y se relaciona con el Estado y es sujeto pasivo de tributos.

2.3.1 Clasificación según el ámbito geográfico de actuación

1. Internacionales: en varios países.
2. Nacionales: en el país perteneciente.
3. Regionales: abarca la comunidad perteneciente.
4. Locales: en una ciudad o pueblo.

2.3.2 Clasificación según la actividad principal que desarrollan

Empresas de producción de bienes y servicios

- De alojamiento
- De restauración
- De transporte

Empresas de distribución de productos y servicios turísticos

- Tour operadores
- Agencias de viajes

Empresas de alojamiento turístico

Alojamiento hotelero y extra hotelero (apartamentos, residencias, ciudad de vacaciones, campings, albergues, etc.)

Los alojamientos hoteleros

Son “todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante un precio, con o sin servicios de carácter complementario”.

Se clasifican en 2 bloques:

- Pensiones: no reúnen las condiciones de hoteles, se clasifican en 2 categorías, identificados por una o dos estrellas.

Hoteles:

- Hoteles: establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios. Se clasifican en 5 estrellas y se identifican con el símbolo H.
- Hostales: disponen de instalaciones para elaborar y conservar alimentos. 5 estrellas, símbolo HA.
- Moteles: situados en las proximidades de las carreteras, con garaje y entrada independiente para estancias cortas. Se identifican M, de clasificación única

2.3.3 Empresa hotelera

La empresa hotelera se caracteriza por un conjunto de prestaciones de servicios, diferenciados y participan individualmente a la rentabilidad de la empresa.

Características de los servicios prestados:

- Intangible.
- Relevancia de los recursos humanos.
- La atención continua requiere planificación del personal.
- Producto ofrecido no inventariarlo: caducan inmediatamente, no es almacenable.
- El producto no es trasladable al cliente.
- Imposibilidad de aumentar la producción (nº de habitaciones), rigidez en la adaptación rápida de las necesidades.
- Importancia de la localización del establecimiento.
- Ofrecer servicios para fidelizar y captar potenciales clientes

2.3.4 Las empresas de transporte

Es un amplio subsector de la industria turística: Coches de alquiler, autobuses, barcos, aviones, trenes. El turismo necesita un medio de transporte para realizarse, es parte fundamental del viaje.

Se distinguen 4 formas principales de transporte en la industria turísticas:

- Por carretera: mayoritario en el turismo interno.
- Aéreo: mayoritario en el turismo internacional.
- Ferroviario: depende de las infraestructuras de cada país.
- Marítimo: ferry y cruceros.
- Las agencias de viajes

2.3.5 Las agencias de viajes

Las agencias de viajes son: “empresas constituidas en forma de sociedad mercantil, anónima o limitada, que en posesión del título-licencia, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad a actividades de mediación y/u organización de servicios turísticos con medios propios en la prestación de los mismos.” (turismo.blogspot, 2014)

Los tours operadores son una gran agencia de viajes, poseen una amplia participación accionarial. La diferencia principal entre tours y agencias es el destino del producto. Para los tours son las agencias y para estas es el consumidor final.

Características de los tours:

- Formados por grandes grupos empresariales, se originan por integración horizontal con otras agencias o verticales con cadenas hoteleras, compañías aéreas.

- Beneficios en costes y comercialización por poseer transportes, alojamientos.
- Diferentes marcas.

2.4 Empresas turísticas en México

El turismo se ha convertido en una alternativa real para el desarrollo y la modernización de comunidades, ciudades y regiones enteras. Esto es evidente en muchos destinos en donde existen pocas alternativas productivas, pero cuentan con una gran riqueza en activos culturales y naturales alrededor de la cual se ha logrado desarrollar una industria turística como principal vocación económica. En ese sentido, el turismo representa una gran oportunidad para regiones que se han visto al margen de los procesos de integración económica y de atracción de capitales o, incluso, para ciudades o regiones que ven amenazados sus sectores productivos tradicionales y que pueden encontrar en el turismo una actividad que, a diferencia de otras, crea mayores vínculos intersectoriales y puede contribuir a sostener la economía local.

El nivel de ocupación hotelera en México se encuentra entre los más altos de los principales destinos del mundo

la actividad turística en México representa una fuente de trabajo para 4 millones de personas de forma directa. Sin embargo, además de los hoteles, restaurantes y transportistas, el turismo también genera empleos en la cadena de proveeduría de las actividades características del sector. Por ejemplo, un hotel necesita de servicios de lavandería, papelería y telecomunicaciones. De esta forma, existe un efecto en toda la cadena de valor del sector, así como el impacto que tienen las remuneraciones de los trabajadores turísticos en otros sectores de la economía. Para tomar en cuenta este efecto adicional, la OMT estima que por cada empleo directo en el turismo se generan alrededor de 1.5 empleos

adicionales de manera indirecta. Bajo esta óptica, en México otros 6 millones de personas son empleadas de manera indirecta por el turismo.

Sin turismo, por ejemplo, el número de bancos, escuelas, restaurantes, papelerías, comercios y empresas de servicios profesionales sería significativamente menor en localidades como Cancún, San Miguel de Allende, San Cristóbal de las Casas, Los Cabos, Valle de Bravo o Teotihuacán.

El sector turístico también promueve el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs. En México, por ejemplo, las MiPyMEs generan 86% de los empleos en el sector.

2.4.1 Empresa turísticas en Chiapas

En Chiapas existen las siguientes ramas de las empresas turísticas

- Agencia de Viajes
- Alimentos y Bebidas
- Operadoras de buceo
- Embarcación de Servicios Turísticos
- Hospedaje
- Operadora de Marina
- Transportadoras Turísticas Terrestres
- Otros

En Chiapas existen más de 600 hospedajes turísticos repartidos en sus 124 municipios existentes y eso no contando muchos que existen en la informalidad

(secretaria de turismo , 2019)

2.4.2 Las empresas turísticas en Comitán

Las empresas turísticas en Comitán son de vital importancia para la economía local en las ramas están los hoteles, restaurantes, agencias de viaje y transporte.

Comitán cuenta con el siguiente número de hospedajes y habitaciones:

- Hoteles Boutique: 9 hoteles con 106 habitaciones.
- Hoteles 4 estrellas: 5 hoteles con 209 habitaciones.
- Hoteles 3 estrellas: 18 hoteles con 389 habitaciones.
- Hoteles 2 estrellas: 36 hoteles con 595 habitaciones.
- Posadas: 14 posadas con 177 habitaciones.
- Hospedajes: 12 Hospedajes con 136 habitaciones.
- Hospedajes: 12 Hospedajes con 136 habitaciones.
- Hostales: 4 hostales con 36 habitaciones.
- Motel: 1 motel con 34 habitaciones.
- Cabañas: 1 cabañas con 10 habitaciones
- Auto-Hotel: 8 Auto-hoteles con 84 habitaciones

(H. Ayuntamiento de Comitán de Domínguez, 2020)

En cuanto a la rama restaurantera cuenta con más de 181 restaurantes en el municipio con diferentes tipos de gastronomías regionales, nacionales e internacional. (Coordinación de Innovación Tecnológica de la Dirección de Proyección Municipal, 2019)

Las agencias de turismo o de viajes en Comitán son:

- CEPSU
- SERVICIOS AÉREOS SAN CRISTÓBAL S.A. DE C.V

- CHIAPAS TOURS AND TRAVEL
- AVEXTUR
- TRANSPORTADORA TURÍSTICA OMNIBUS POMPEYO
- CADENA DE CASCADAS EL CHIFLÓN
- Causas verdes las Nubes
- Agencia de viajes tenam
(Coordinación de Innovación Tecnológica de la Dirección de Proyección Municipal, 2019)

En cuanto transporte las opciones son:

- Autotransportes Trinitaria Comitán
- Transporte Bonampak
- Transporte comitan-altamirano
- Cristobal Colon
- Transportes García Aranda
- Transporte Montebello
- Transporte Alfa y Omega
- Transportes EL MIRADOR ruta Comitan- San Cristobal

(Coordinación de Innovación Tecnológica de la Dirección de Proyección Municipal, 2019)

Existen más empresas de este sector, pero actualmente viven en la informalidad.

2.5 crisis en las empresas turísticas

Durante esta crisis del Covid hemos visto como la gran mayoría de las industrias del mundo y de nuestro país han sido duramente golpeadas. Una de las más afectadas ha sido la industria del turismo, que ha sido por muchas décadas uno de los motores más importantes de la economía mexicana. Este sector representa casi el 9% del Producto Interno Bruto (PIB) y da empleo directo a más de 4.5 millones de personas. Si agregamos los empleos indirectos, el sector turístico da empleos a más de 10 millones de personas a lo largo y ancho del país. Según estimaciones del Consejo Empresarial Nacional Turístico (CNET) y la Universidad Anáhuac, en el 2019 esta industria generó 25,000 millones de dólares en ingresos, a través de más de 45 millones de turistas que nos visitaron. Antes de la pandemia, México era el séptimo destino turístico a nivel mundial. Y todo esto contribuía, pre Covid, a generar valiosas divisas extranjeras y producir un saldo superavitario en la balanza comercial de casi 15,000 millones de dólares. (Durán, 2021)

Desde la primera alarma de esta pandemia, toda la actividad económica relacionada con el turismo sufrió un golpe muy fuerte. El cierre de las economías, cancelación de vuelos y actividades no esenciales han tenido un impacto directo en innumerables negocios y regiones de nuestro país. El CNET estima que únicamente en el sector turismo se han perdido más de 1 Millón de empleos, han cerrado más del 80% de los hoteles y han dejado de operar más de 50,000 restaurantes. Todo esto ha llevado a que el sector turismo pierda más de la mitad de sus ingresos y pierda casi el 45% de su relevancia en la economía de México, donde se estima que ahora contribuye únicamente al 4.9% del PIB. Estamos ante la peor crisis de nuestra historia. Todo esto está poniendo en riesgo real lo que hemos construido en Turismo con tanto esfuerzo en décadas de trabajo. (Durán, 2021)

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

3.1 Factores sanitarios

Se denominan determinantes de la salud al conjunto de factores tanto personales como sociales, económicos y ambientales que determinan el estado de salud de los individuos o de las poblaciones (Lalonde, 1974). Se pueden dividir a estos determinantes de la salud en dos grandes grupos:

Aquellos que son de responsabilidad multisectorial del estado y son los determinantes económicos, sociales y políticos

Y los de responsabilidad del sector Salud, dentro del accionar del estado en beneficio de la salud de la población, en lo que se refiere a vigilancia y control en unos casos y de promoción y actuación directa en otros. Estos factores determinantes de la salud son:

- Aquellos relacionados con los estilos de vida.
- Los llamados factores ambientales.
- Los factores relacionados con los aspectos genéticos y biológicos de la población.
- Y, por último, los relacionados con la atención sanitaria o sea los relacionados con los servicios de salud que se brindan a las poblaciones.

En 1974 se publicó el INFORME LALONDE donde se expuso, luego de un estudio epidemiológico de las causas de muerte y enfermedad de los canadienses, que se habían determinado cuatro grandes determinantes de la salud, que marcaron un hito importante para la atención de la salud tanto individual como colectiva. Estos determinantes son:

- MEDIO AMBIENTE: relacionado a los factores ambientales físicos, biológicos, de contaminación atmosférica, de contaminación química, tanto del suelo, agua y aire, y los factores socio-culturales y psicosociales relacionados con la vida en común,
- ESTILOS DE VIDA: Relacionados con los hábitos personales y de grupo de la alimentación, actividad física, adicciones, conductas peligrosas o temerarias, actividad sexual, utilización de los servicios de salud, etc.
- BIOLOGIA HUMANA, relacionado a aspectos genéticos y con la edad de las personas.
- LA ATENCIÓN SANITARIA: que tiene que ver con la calidad, accesibilidad y financiamiento de los servicios de salud que atienden a los individuos y poblaciones.

3.1.2 importancia de la prevención

A pesar de los adelantos en el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades, son las acciones de prevención las más activas para conseguir una vida sana y digna.

Durante los últimos años, dada la situación de la salud de la población, que es insatisfactoria, el sistema de salud ha tenido modificaciones importantes orientadas al fortalecimiento de la Atención Integral de la Salud, fundamentadas en la necesidad de fortalecer la atención en el nivel primario de atención, que se encuentra localizado cerca de la población, lo que vino a cambiar el objetivo de la atención de la salud en ese nivel, trasladando la prioridad de la atención a la promoción de la salud y a la prevención de la enfermedad.

En la prestación de los servicios de salud del primer nivel de atención, las acciones dirigidas a la prevención (donde también están incluidas las de promoción de la salud) deben ocupar un lugar preponderante, por que permiten incrementar los niveles de salud de la población, evitar que esta se enferme, a

un costo menor, en comparación a los altos costos que generan la atención de la salud recuperativa.

La prevención de la enfermedad, es una de las cinco funciones básicas de la Salud Pública, las cuales en conjunto constituyen las etapas del proceso de ATENCIÓN INTEGRAL DE LA SALUD. (BN, 1990)

Las cinco funciones básicas de la atención de la salud de la población, de acuerdo a la doctrina de la Salud Pública son:

- PROMOCIÓN DE LA SALUD, que para el sector salud significa realizar acciones de salud dirigidas a proporcionar a la población los medios para ejercer mayor control sobre su salud para mejorarla.

En una visión más amplia, es una responsabilidad de los gobiernos, de cautelar las condiciones de vida y laborales de la población, para que gocen de mejor salud, de acuerdo a lo expresado en la Carta de Ottawa. (Lalonde, 1974)

- PROTECCIÓN DE LA SALUD, Son las acciones de salud dirigidas al Control Sanitario del Medio Ambiente, que para el sector salud se reduce a:

- Vigilancia y Control de la contaminación del agua, aire y del suelo (Control Sanitario del Medio Ambiente ó Saneamiento Ambiental).

- Vigilancia y Control de la Contaminación de los Alimentos (Control Sanitario de los Alimentos o Higiene Alimentaria).

En su sentido más amplio, las actividades de luchar contra la contaminación del medio ambiente y por la higiene alimentaria, corresponden a los respectivos sectores del gobierno central y de los gobiernos regionales y locales.

- PREVENCIÓN DE LA ENFERMEDAD, Son las “Medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la

reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias una vez establecidas. (OMS, 1998")¹¹. Son en la práctica, las actividades de los servicios de salud tendientes a la prevención de las enfermedades en los individuos y en la colectividad, mediante acciones específicas como inmunizaciones, educación sanitaria, pruebas de detección, etc.

- **RESTAURACIÓN DE LA SALUD** Acciones de los Servicios de Salud, mediante Asistencia Sanitaria, destinadas a recuperar la salud de las personas que la han perdido, llevadas a cabo en dos niveles:

- Nivel Primario: Es el que la atención se brinda en la comunidad, a través de establecimientos de salud como los Puestos Sanitarios y los Centros de Salud, donde los pacientes tienen el primer contacto con el sistema de atención sanitaria y donde se realiza atención recuperativa y principalmente de promoción de la salud y de prevención de la enfermedad, así como la vigilancia y control de los factores ambientales que pueden afectar la salud.

- Nivel Hospitalario: Es la atención que se brinda con la finalidad de recuperar la salud de las personas que la han perdido, se realiza en establecimientos de diferente complejidad.

Los establecimientos de salud de los diferentes niveles conforman Redes de Atención de la Salud, para una mejor coordinación de las acciones.

- **REHABILITACIÓN:** Son acciones de salud dirigidas a ayudar a las personas a alcanzar el más completo potencial físico, psicológico, social, compatible con su deficiencia fisiológica o anatómica y limitaciones medio ambientales. (Secretaría de salud , 2018)

3.2 Factores gubernamentales (político-legales)

El Estado a través de sus distintos entes ejerce un papel fundamental en la planificación, promoción, regulación y control de la economía en sus diferentes ámbitos. La intervención del Estado permite fomentar el desarrollo de los diferentes sectores económicos, para lo cual tiene un rol que procura equilibrar, regular y estabilizar la economía cuyo principal objetivo es el bien común y la redistribución de la riqueza. El Estado-Nación, es un tipo de organización que posee el monopolio de la fuerza dentro del territorio, supeditado a que sus objetivos sean de integración y homogeneización

La participación del Estado en la Economía va a depender del tipo de economía que maneja cada país, es por ello que debe hacer uso de la regulación como instrumento para influir en la actividad económica (inversión, empleo, etc.) con la finalidad de alcanzar objetivos económicos y sociales vinculados con el bienestar de la población, asumiendo un papel de regulador de la demanda agregada lo cual es mucho más importante y trascendente que el de simple regulador de precios. En el caso de la economía, la misma está caracterizada por un sistema mixto y en definitiva el Estado busca el crecimiento estable lo cual está relacionado con el Producto Interno Bruto (PIB), el pleno empleo con eficiencia en la utilización de los recursos con estabilidad política y social, la estabilidad de precios evitando la inflación y el equilibrio exterior con una balanza de pagos adecuada.

El estado debe emplear los mecanismos adecuados para hacerle frente a las oscilaciones recurrentes de la economía, en las que una fase de expansión económica va seguida de otra de contracción, seguida a su vez de expansión y así sucesivamente, lo cual se denomina ciclos económicos, ciclos comerciales o fluctuaciones cíclicas de la actividad económica. Es por ello, que también las empresas experimentan ciclos de crecimiento económico y su variación depende de distintos factores como el comportamiento del mercado, las preferencias de

los consumidores y, de forma directa o indirecta, de las políticas económicas que asuma el gobierno de turno (Serrano, 2018)

3.3 Desaceleración económica en empresas

La crisis económica es una situación que está fuera del control de las empresas. Según su magnitud, la crisis económica puede ser suficiente para dejar a las empresas en bancarrota, ya que, en una situación de este tipo, los consumidores simplemente dejan de comprar porque tienen menos dinero o son afectados por el desempleo.

La crisis económica puede presentarse de diversas formas, ya que existen varios canales de contagio que afectan el desempeño productivo de un país. Si la crisis viene del extranjero, el primer canal de contagio es la caída de las exportaciones, ya que el mundo demanda menos productos. Otro efecto de una crisis son las restricciones del sistema financiero para dar créditos a las empresas

La falta un fondo de reserva que pueda ser utilizado para pagar las obligaciones (salarios, tributos, servicios públicos, etc.) en una situación de menores ventas. Este dinero puede estar ahorrado en una entidad financiera o invertido en instrumentos seguros como fondos mutuos de bajo riesgo. No se ha utilizado en las empresas mexicanas durante las crisis.

La economía mexicana navega a través de una tormenta que empeora a medida que los casos de contagio por coronavirus siguen creciendo. La situación no es exclusiva del país, se sufre en todo el mundo, aunque en México la evidencia de una desaceleración económica viene de años atrás (expansion , 2020)

El desempeño de las empresas está en sintonía con la desaceleración que ha venido padeciendo la economía mexicana. El crecimiento anual de las ventas acumuladas por 'Las 500 empresas más importantes de México', pasó de un crecimiento de 3.7% en 2016 a una caída de -0.1%, en términos reales, en 2019;

mientras que el PIB pasó de un alza de 2.4% a un descenso de -0.3% el año pasado, (inegi,2020)

Previo a la pandemia, la economía ya mostraba un estancamiento al mostrar un retroceso de 0.3% en el 2019. Con el impacto económico del COVID-19, el estancamiento se convirtió en una de las peores crisis económicas en la historia de México contemporáneo

Todos estamos en el mismo tren, son contados los sectores que se salvan del freno económico (comercio electrónico, autoservicio y Afores) y, entre los que no, hay algunos que han sido más golpeados que otros. El sector primario y secundario son los que más han padecido la caída en ventas en los últimos cuatro años.

De los diez subsectores que en 2016 tuvieron más empresas con crecimiento a doble dígito todos cayeron en los últimos cuatro años, destacando el desplome de 87.5% que tuvo química y petroquímica, de 77.8% de alimentos y 72.7% de hotelería y turismo, sector que en 2020 también se llevará la peor parte.

La medida para contener la propagación del coronavirus detuvo a las industrias y las consecuencias fueron arrolladoras: en el segundo trimestre de 2020, el PIB de México cayó 17.3%, la mayor contracción trimestral en la historia. Y el panorama no es mucho mejor, en la última encuesta entre varios analistas que realiza Citibanamex se estima que en 2020 el PIB de México baje 9.6%

La crisis del COVID-19 ha sido un parteaguas en la historia económica moderna a nivel internacional y en nuestro país, el resultado del segundo trimestre así lo confirma. indica que, aunque en adelante se verá el inicio de una recuperación paulatina, el daño en el mercado laboral y en la demanda interna, debido a la pandemia, seguirá afectando el ritmo de la economía.

Entre los sectores que se verán más afectados (y que vienen arrastrando una mala racha) se encuentra hotelería y turismo, automotriz, armadoras y construcción.

Cerca de 1.873 millones de empresas en el país (85.5%) indicaron haber sufrido alguna afectación a causa de la pandemia del coronavirus, de acuerdo con datos de la tercera edición de la Encuesta sobre el Impacto Generado por COVID-19 que publicó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi,2020)

El principal impacto que tuvieron las empresas fue la disminución de ingresos (73.8%), seguido de una baja en la demanda (50.2%) y la escasez de insumos (29.2%). Además, el 16.6% aplicó cierres temporales o paros técnicos.

las empresas consideran que la política de apoyo que más se requiere para hacer frente a la pandemia es la relacionada con los apoyos fiscales (66.3%), seguido de la transferencia de efectivo (34.1%).

Con relación a las expectativas de los ingresos para los próximos seis meses, considerando un escenario regular, 28.7% de las empresas espera un aumento en sus ingresos

Los lazos que mantienen el orden internacional se han debilitado en los últimos años. Los debates que una vez parecieron asentarse, en torno a la globalización, el comercio y el libre flujo de información, bienes y personas, han estallado de nuevo amenazando con cambiar todo, desde el crecimiento económico global hasta las cadenas de suministro corporativas y las estrategias de abastecimiento.

En todo el mundo, el populismo y el sentimiento nacionalista están en aumento, avivados por líderes políticos cuyos puntos de vista y políticas amenazan con desestabilizar los pilares del comercio internacional y el desarrollo. A la luz de estas tendencias, muchos líderes empresariales han revisado sus estimaciones de crecimiento fuertemente a la baja, y las organizaciones que lideran se han dirigido hacia el interior en busca de un crecimiento de los ingresos en lugar de dirigirse hacia nuevos mercados y alianzas. Irónicamente, esos movimientos

pueden acelerar el inicio de la recesión que muchos líderes empresariales ven en el horizonte.

3.3.1 ¿Cómo podemos actuar como gestores de riesgos?

Integrando la gestión de los riesgos en los procesos de planificación y presupuestario Asegurando que los modelos de planificación actuales evolucionan hacia modelos flexibles que integran los riesgos más relevantes que pueden impactar en el negocio, respondiendo a entornos de volatilidad como el presente. ¿Cómo podemos actuar como gestores de riesgos? • Impulsando una gestión más regular y continuada de los riesgos: En el pasado, muchas compañías se conformaban con actualizar anualmente el mapa de riesgos. Este enfoque ya no es viable en un contexto de deceleración y de incertidumbre geopolítica. La alta Dirección y el Consejo deben mantenerse informados sobre los riesgos y su impacto en el negocio. • Reforzando tecnológicamente la gestión de los riesgos Las herramientas de análisis y modelado de datos pueden ayudarnos a avanzar hacia estos enfoques más dinámicos y a conseguir la integración de los riesgos en la toma de decisiones en nuestra compañía. Asimismo, la explotación de los datos puede darnos una visibilidad mayor de cara a entender los impactos históricos y futuros de ciertos riesgos.

. (PricewaterhouseCoopers Auditores, 2019)

Ante una recesión económica o alguna situación excepcional que se vive, el papel que desempeñan las empresas es fundamental. Como actores clave de la economía, llevar a cabo una excelente gestión y saber cómo afrontar el peor escenario les servirá para garantizar la seguridad de todos los involucrados.

En este momento, las organizaciones combaten con diversos riesgos estratégicos y operativos como: el retraso de suministros, cambios en la demanda de los clientes, incremento de costos, entre otros. Lograr afrontar esta crisis no es una tarea fácil, por lo que te compartimos siete medidas para afrontar la situación actual

Una vez que se definen los roles de quienes se encargan de la emergencia, la forma en cómo se comunica, mantener el cuidado del personal y establecer un plan basado en uno o varios protocolos se lleva al nivel de acción.

Esto se define con diferentes líneas accionarias generales, como:

- Medidas técnicas y de organización para la protección de empleados y mantener la información actualizada para evitar la crisis laboral.
- Asegurar los suministros en la cadena de valor del negocio, tanto con clientes y proveedores.
- Asegurar las materias primas o servicios esenciales para su creación, expedición y recepción.
- Suspender actividades no esenciales y no relacionadas directamente a los asuntos anteriores. Por ejemplo, reuniones o proyectos que no se hayan cerrado y generen deuda.

Aunado a ello y en caso de emergencia de salud, las acciones recomendables a tomar en cuenta son:

- No compartir vehículos entre empleados de trabajo.
- Escalonar descansos o trabajo remoto. Esto dependerá si es esencial su presencia para las actividades del negocio o no.
- Flexibilizar horarios y entradas si es posible.
- Colocar dispensadores de jabón en todas las zonas comunes; baños, vestuarios, etc.
- Desarrollar un plan de contingencia en caso de que la salud de los empleados esté en riesgo.
- Contención y optimización de recursos materiales para evitar exposiciones.
- Seguir las recomendaciones de salud puestas por el sector salud y con base en la ley vigente.

- Tener un seguimiento oportuno de paneles de información y lugares estratégicos de desinfección e higiene. (IBÁÑEZ, 2020)

3.4 crecimiento en las empresas turísticas

Un replanteamiento de la política turística que se venía aplicando en las últimas décadas, “con medidas que pueden no gustar en un principio, porque trastocan algunos intereses o simplemente por la resistencia al cambio”.

La actual administración federal el trabajo de la Secretaría de Turismo (Sectur) se ha centrado en crear estrategias fundamentadas en el posicionamiento alcanzado y en el importante potencial turístico del país, en el cual residen las bases para la construcción de un turismo más próspero, más equilibrado y con una visión de desarrollo para todos.

Durante el primer semestre del presente año la captación de divisas creció 13.9 por ciento, al registrar una derrama económica de 11 mil 915 millones de dólares, producto de la llegada de 22.1 millones de turistas internacionales, siete por ciento más que en el mismo lapso de 2018.

Asimismo, el gasto medio de estos turistas que ingresaron al país por vía aérea y terrestre alcanzó los 927.8 dólares, superior en 12.3 por ciento que el año pasado; en tanto que la Balanza Turística muestra un saldo positivo 34.3 por ciento mayor.

De la misma manera, y con base en información de la Unidad de Política Migratoria de la Secretaría de Gobernación, el titular de Sectur precisó que en los seis principales aeropuertos del país, en los que se concentra el 92.4 por ciento del arribo de turistas internacionales, se observa un crecimiento constante en la llegada de viajeros extranjeros: Cancún registró un ligero incremento del 0.5 por ciento; la Ciudad de México, del 4 por ciento; Los Cabos, del 3.37 por ciento;

Puerto Vallarta, 1.8 por ciento; Guadalajara, 4.3 por ciento y Monterrey, del 3.3 por ciento.

Además, en este mismo periodo de enero a junio de 2019, los turistas fronterizos sumaron 9 millones 884 mil, con un crecimiento de 14.8 por ciento, con relación al mismo lapso del 2018, quienes gastaron 617.2 millones de dólares, 17.5 por ciento por arriba del año previo, en tanto que su gasto promedio fue de 62.4 dólares, que representa un alza de 2.4 por ciento.

En materia de hotelería, al cierre de este año se habrán construido alrededor de 22 mil nuevas habitaciones, que incrementarán el inventario a 833 mil 900 cuartos, 2.5 por ciento más que en 2018. La cantidad de establecimiento de hospedaje llegará a los 22 mil 230, 1.9 por ciento más, lo que ubicará a México en la séptima posición mundial en infraestructura hotelera. (sectur,2019)

En el proyecto turístico de la presente administración federal se seguirá cultivando a nuestros principales mercados: Estados Unidos y Canadá, a lo que se sumará la exploración de nuevos mercados, a través del programa “Operación Toca Puertas”, sobre todo de aquellos con viajeros de alto gasto per cápita, “porque uno de los objetivos de la Secretaría de Turismo es incrementar la captación de divisas, y hacia esta meta encausamos nuestra labor, para ubicarnos, al final del sexenio, entre los diez primeros lugares a nivel mundial en recepción de divisas”.

Se han realizado acciones que permitan mantener un crecimiento constante, como el esfuerzo conjunto con la Secretaría de Relaciones Exteriores para promover próximamente al destino “México” en el mercado internacional, a través de las embajadas y consulados, en estricto apego a la instrucción del presidente López Obrador, de hacer más eficiente la estructura del Gobierno de México y sus capacidades institucionales.

Acciones, también, como el Tianguis Turístico, que el año pasado, en Mazatlán, tuvo un costo de 70 millones de pesos y una comitiva de 69 funcionarios, mientras

que, en este año, en Acapulco, sólo representó para la Sectur una erogación de 82 mil pesos, únicamente por concepto de viáticos de diez funcionarios.

Agregó que también este año se celebrará en Pachuca el nuevo Tianguis de Pueblos Mágicos, para el fortalecimiento del turismo interno; además de que en las 121 localidades que ostentan este distintivo está próximo a iniciarse el ambicioso programa “Barrido y Pintado”.

“Igualmente, seguiremos participando en las principales ferias turísticas internacionales, aunque ahora sin costo para el presupuesto del Gobierno federal”, dijo.

A estas acciones se suma también la permanencia de la Fórmula 1 en la Ciudad de México, “pero sin afectar los recursos públicos, gracias al entusiasmo y compromiso de empresarios que se adaptan a los nuevos tiempos”.

“En resumen, la promoción continuará, porque no se puede vender lo que no se muestra. Con una labor promocional más focalizada, efectiva y sin derroche de recursos, reafirmaremos a México entre las principales potencias turísticas del mundo”, (Secretaría de Turismo, 2019)

Que no se debe olvidar al turismo doméstico, mercado vital para la industria turística, ya que representa el 80 por ciento del consumo turístico nacional, con un volumen de 252 millones de viajeros en 2018, de los cuales 99.5 millones se hospedaron en hotel, generando una derrama de 240 mil millones de pesos.

“Por otra parte, si bien es cierto que destacamos la importancia de esta industria como fuente generadora de inversión, divisas y empleo, también lo es que hoy adquiere un significado distinto, con una dimensión más social. Por esta razón, en la Sectur estamos enfocados a garantizar que los beneficios de la actividad turística permeen en la población local y no queden únicamente en resultados macroeconómicos”, puntualizó.

En esta administración el turismo es concebido como una valiosa herramienta de reconciliación social, capaz de generar condiciones de bienestar para los habitantes de los centros turísticos.

Con esta idea es que la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, en coordinación con la Secretaría de Turismo, está dotando de infraestructura de servicios básicos a la población de catorce plazas de vocación turística, mediante una inversión de 8 mil millones de pesos, acción que se replicará en 2020 en otros 18 destinos, “ayudando así a su consolidación y a evitar los dramáticos contrastes entre paraísos turísticos e infiernos de marginación”, (Secretaría de Turismo, 2019)

El camino para recuperar el turismo perdido por la pandemia aún es largo, pero las previsiones para este año son más alentadoras. Los indicadores de llegada de turistas y de ingresos apuntan a una desaceleración respecto a los desplomes registrados el año pasado, con una mayor expectativa del turismo doméstico.

De acuerdo con un estudio presentado por el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac, la llegada de turistas internacionales ascenderá este año a alrededor de 27 millones de viajeros, una cifra que, pese a ser 40% inferior a los niveles de 2019, representaría un crecimiento de 10.9% respecto a 2020.

Respecto al turismo nacional, la demanda –medida como llegadas a cuartos de hotel– sería de 33.5 millones de visitantes, que representaría una caída de 46.2% respecto a 2019, aunque estaría 27.6% por arriba de las llegadas de 2020.

“El escenario es de enorme incertidumbre. Incluso podría, dada la experiencia de 2020, modificarse sustancialmente en cualquier momento”,

En cuanto a la captación de divisas, el Centro estima que los ingresos por visitantes internacionales ascenderán a 13,700 millones de dólares, casi una

cuarta parte por arriba de lo registrado en 2020, aunque un 44.5% menor a los niveles previos a la pandemia.

Para este año, se espera un lento avance del consumo turístico interno, que crecerá apenas un 3.4% respecto a 2020, ubicándose en 2 billones de pesos, un 26.3% inferior a 2019 (expansion , 2020)

En este entorno, el ánimo de los empresarios turísticos es de recuperar los turistas previos al COVID-19 hasta 2023, cuando menos, debido a la falta de estímulos desde el gobierno federal.

Para Braulio Arsuaga, presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), la falta de estos apoyos se ha dado por la omisión para atender algunas de las propuestas que el sector emitió prácticamente al inicio de la pandemia, entre las que destacan algunas facilidades fiscales y mayor regulación a competidores que consideran como “desleales”, como las plataformas de hospedaje en línea.

Identificamos 15 iniciativas legislativas, fueron presentadas, pero no tuvieron eco, incluso se presentaron dos veces. No hay un avance de este punto, y creemos que este inventario y conceptualización que pusimos a través de estas reuniones está más en manos de legisladores. Esperamos compromiso y responsabilidad en presentarlas, pelearlas y pasarlas”, (expansion , 2020)

3.5 Ciclo de vida de las empresas turísticas

Etapa de introducción

Se considera que el inicio de la etapa de implementación del producto es el momento en que una empresa turística lo ofrece por primera vez al mercado. La característica principal de esta etapa es un ritmo lento de venta de productos y, como consecuencia, una ausencia o presencia completa de beneficios insignificantes. La empresa turística tiene grandes dificultades para introducir el

nuevo producto y la infraestructura no está suficientemente adaptada a las necesidades de la clientela seleccionada. Inevitablemente, en esta etapa de la aplicación son los altos costos

etapa de crecimiento

La fase de crecimiento se caracteriza por un rápido aumento del volumen de ventas y, en consecuencia, de los beneficios. Aunque los costos de comercialización siguen siendo bastante elevados, su participación en los costos totales de la empresa se reduce considerablemente. En la etapa de crecimiento, la compañía de viajes busca expandir la venta de sus productos y penetrar en nuevos segmentos de mercado.

La fase de crecimiento depende del nivel de competitividad de la empresa. Un rasgo característico de esta etapa es que las empresas que han comenzado a desarrollar este producto antes que otras tienen importantes ventajas en materia de competencia. Sin embargo, la principal preocupación para ellos es mejorar aún más el servicio al turista. Las empresas "tardías" se esforzarán por mejorar y seguir desarrollando el producto introducido de todas las maneras posibles, tratando de sacar a los líderes.

etapa de madurez

La etapa de madurez se caracteriza por una desaceleración del crecimiento de las ventas y su estabilización. Esto se debe a:

- Necesidades cambiantes de los clientes
- Nuevos y mejores productos que entran en el mercado
- Aumentando la competencia
- Producto sin suficiente rentabilidad

En esta etapa, el grupo de consumidores prácticamente no se ha ampliado. Puede producirse un aumento en el número de turistas debido a mayores

ingresos o una relación más favorable de los tipos de cambio, así como a los turistas que tienen buenas impresiones de su viaje anterior y que decidieron volver a utilizar los servicios de esta empresa turística

Las ganancias en la madurez comienzan a disminuir ligeramente, aunque siguen siendo suficientemente altas. Una empresa turística (como en la etapa de crecimiento) está interesada en maximizar la etapa de madurez. Los principales esfuerzos se dirigen a mantener su cuota de mercado mejorando este producto. Si esto no sucede, el producto puede perder su posición en el mercado y encontrarse en la fase de declive.

etapa de declinación

La etapa de declinación significa que el mercado turístico está saturado de este producto. Hay una caída en los volúmenes de ventas y una disminución de las ganancias. La transición de un producto turístico a una etapa de decadencia puede ser causada por la aparición de nuevos productos en el mercado, la desaparición de la necesidad de este producto, etc. Sin embargo, esta fase puede durar bastante tiempo. En ausencia de competencia, la empresa turística elimina la necesidad de los altos costos, y en algunos casos incluso permite subir los precios. Sin embargo, esto no indica la rentabilidad de este producto para la empresa, ya que el volumen de ventas en la etapa de disminución se vuelve bajo. Este fenómeno demuestra la necesidad de una reorientación oportuna hacia nuevas necesidades.

Este análisis permite establecer claramente las tareas y definir las principales direcciones y opciones para su solución. Como resultado, se desarrolla la especialización de las empresas turísticas, los productos básicos se vuelven más originales y menos intercambiables. Gracias a esto, es más fácil retener una clientela específica. (CEUPE, 2019)

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS Y RESULTADOS

4.1 Selección de la muestra

Se entrevistará a 3 personas en edades comprendidas entre los 30 y 55 años de edad, que desempeñan ocupaciones gerenciales o son propietarios de empresas del ramo turístico, con antigüedad mayor a 2 años en ese puesto con la finalidad de identificar las variables del crecimiento o decrecimiento de dichas organizaciones en el municipio de Comitán de Domínguez Chiapas.

4.2 Características de la población

Las características de nuestra unidad de análisis, consiste en grupo de 3 personas, siendo estas 3 mujeres y un hombre, con edad entre 30 y 55 años, con escolaridad promedio de licenciatura

Se utilizó la herramienta tradicional, de entrevista cara a cara, en el cual se tomó tiempo y se utilizó la herramienta de Word para realizarla.

4.3 Diseño de la técnica de investigación aplicada

Entrevista

Tiempo:

Comitán de Domínguez, Chiapas, México

ENTREVISTADOR: Carlos Manuel Aguilar Hidalgo

ENTREVISTADO:

INTRODUCCIÓN.

Qué factores sanitarios y gubernamentales influyeron en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020

NOMBRE:

EMPRESA:

CARGO QUE DESEMPEÑA:

EDAD:

1. ¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2019, previo al inicio de pandemia? ¿por qué?
2. ¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2020 durante la pandemia? ¿por qué?
3. ¿tuvo cierres forzosos o ceses de actividades debido a la pandemia? ¿Por qué?
4. ¿recibió información sanitaria para desarrollo de sus actividades, de parte de instituciones gubernamentales?
5. ¿Qué medida sanitaria utiliza para el funcionamiento de su negocio?
6. ¿tuvo que despedir o realizar recortes salariales a su personal?
7. ¿recibió algún apoyo o subsidio de parte del gobierno municipal, estatal o federal?
8. ¿considero el cierre definitivo de su empresa? ¿por qué?
9. ¿Qué factores sanitarios o políticos-gubernamentales considera que afectaron más a su empresa?
10. ¿Qué estrategia propondría para lograr una óptima reactivación económica y crecimiento en años posteriores en el ramo turístico local?

4.4 Resultados

1. ¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2019, previo al inicio de pandemia? ¿porqué?

Respuesta 1. hotel corazón de café: regular, hubo poca ocupación y malos resultados financieros, vacaciones se lleno

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: bueno, excelentes ventas en días especiales y temporadas vacacionales hubo incremento de comensales

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos): positivo, fue notable el crecimiento del negocio en cuanto reservaciones y ganancias

Interpretación y análisis

De los tres prestadores de servicios todos coincidieron que fue de regular a positivo indicando que tuvieron ganancias y que su empresa continuaba en un proceso constante de crecimiento. diciendo así que el 2019 fue como tal un año próspero para las empresas turísticas de la localidad.

2. ¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2020 durante la pandemia? ¿porqué?

Respuesta 1. hotel corazón de café: ? REGULAR, aunque la pandemia nos forzó a cerrar, la afluencia de huéspedes aumento mucho en vacaciones

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: pésima, por cierres forzosos, baja capacidad de recibir a comensales y bajo nivel de consumo local y de visitantes

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):mala, se tuvo que cancelar reservas y devolver dinero

Interpretación y análisis

Los encargados de estos prestadores de servicios consideraron el año 2020 de regular a malo, en cuanto su crecimiento y sus finanzas, ya que indicaron que tuvieron que cerrar sus negocios, recibieron pocos clientes y que hubo muy pocas reservas en cuanto los hoteles y agencias de servicios turísticos todo debido a la pandemia de covid-19 que inició a principios del 2020.

3. ¿tuvo cierres forzosos o ceses de actividades debido a la pandemia? ¿Por qué?

Respuesta 1. hotel corazón de café: si, por riesgo a contagios, por algunos meses

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: si, Por riesgo sanitario alrededor de 2 meses

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):si, al ser una empresa intermediaria de los servicios turísticos, tuvo cierre forzoso alrededor de marzo de 2020 a diciembre de este mismo año

Interpretación y análisis

todos coincidieron que se tuvo que cerrar sus negocios, no todos coincidieron en el tiempo que estuvieron cerradas, quedando en constancia que los restaurantes tuvieron un cierre menor a los hoteles y el resto de servicios turísticos .En el caso de las agencias de servicios turísticos no tuvieron un cierre forzoso como tal pero debido a que se dedican a ofrecer actividades y hoteles etc. siendo este un intermediario ,ya que estos se encontraron cerrados obligando así a esta igual a no ofrecer sus servicios

4. ¿recibió información sanitaria para desarrollo de sus actividades, de parte de instituciones gubernamentales?

Respuesta 1. hotel corazón de café: si, poca, pero nada especialmente para cada una de nuestras actividades

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: no, de ningún orden de gobierno

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):no, las entidades locales no enviaron información precisa para el manejo y reducción de contagios por pandemia

Interpretación y análisis

Los empresarios siendo los dueños del restaurant y la agencia de viajes contestaron que no recibieron ningún tipo de información sanitaria para desarrollar cada una de sus actividades. Contestando únicamente que sí, el dueño del hotel, pero definiéndola como información muy básica e insuficiente. dejando en descubierto que las empresas turísticas en la localidad no recibieron ningún tipo de orientación sanitaria de cómo realizar cada una de sus actividades con protocolos o con información relevante para cuidar tanto a los empresarios, trabajadores y clientes

5. ¿Qué medida sanitaria utiliza para el funcionamiento de su negocio?

Respuesta 1. hotel corazón de café: todas las necesarias para mejor seguridad hacia nuestros huéspedes

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: Uso de termómetro, antibacterial, desinfección en área de comedor, sana distancia, cubrebocas

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos): ya que son ventas en línea, solo se necesitó aplicar recomendaciones para nuestros clientes de uso de cubrebocas y gel de manos en sus actividades reservadas.

Interpretación y análisis

Los prestadores de servicios coincidieron que sí, tuvieron que tomar medidas sanitarias para poder retomar sus actividades siendo la más básica el uso de cubrebocas como en tanto trabajadores y clientes ,uso de toma de temperatura y desinfección es en áreas de cocina y comedor en los restaurantes y en las habitaciones de los hoteles, Pero recalando, que los demás tipos de protección al cliente fueron improvisados o agregados por parte de ellos .En cuanto a las agencias de servicios turísticos, recalcaron que no tomaron ninguna medida Sanitaria para poder reabrir y que solo utilizaron medidas de recomendación de usar cubrebocas y gel antibacterial para poder realizar sus actividades turísticas programadas y para poder ingresar a los hoteles.

6. ¿tuvo que despedir o realizar recortes salariales a su personal?

Respuesta 1. hotel corazón de café: si, recorte de personal

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: si, ambos

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):si hubo recorte de personal y recorte en gatos de todo tipo en la empresa

Interpretación y análisis

Los tres prestadores de servicios concluyeron que sí, tuvieron que despedir personas al igual que tuvieron que hacer un recorte en sus salarios, ya que al momento del cierre el empresario o dueño, no tenían para sostener el salario de todos los empleados. durante mucho tiempo así que optaron por hacer recortes y despidos para que la empresa pudiera sobrevivir la pandemia.

7. ¿recibió algún apoyo o subsidio de parte del gobierno municipal, estatal o federal?

Respuesta 1. hotel corazón de café: No

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: ninguno

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos): ninguno, no hubo apoyos tangibles

Interpretación y análisis

Los prestadores de servicios turísticos concluyeron que no, recibieron ningún apoyo o subsidio de parte de ninguna instancia de gobierno. Dando como hecho que en la estrategia de reactivación económica no se contemplaron apoyos a ninguna organización turística en el municipio

8. ¿considero el cierre definitivo de su empresa? ¿por qué?

Respuesta 1. hotel corazón de café: NO, aunque no se han logrado los objetivos previstos seguimos, empeñados que se puede convertir este en un gran hotel

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: No, porque, aunque los resultados no han sido buenos, ha sido una fuente de ingresos importante para mi y por el gran cariño que le tengo al negocio como tal

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):si, al no tener una certeza que la pandemia permitiera una estabilidad turística, y que pobladores de algunas localidades no permitieron al ingreso a turistas, aunque el gobierno ya lo haya aprobado

Interpretación y análisis

Dos prestadores de servicios turísticos confirmaron que no, a pesar de que sus empresas no tuvieran ganancias e incluso tuvieron pérdidas. Concluyeron que no abandonarían su sueño de consolidar una empresa durante años, que tenían mucho amor a la empresa y que tenían mucha esperanza en que la pandemia terminará pronto y aunque la reactivación fue lenta desde principio al fin, no pensaron en cerrar definitivamente.

En cuanto a la agencia de servicios turísticos dijo que si, ya que el de él no dependía cuando podría reactivar su negocio, ya que dependía de decisiones muy externas de su empresa ya al ser un intermediario. Pero con el paso de la pandemia espero y no cerro y que puso de su bolsillo para que la empresa pudiera seguir sosteniéndose y continuar abierta. Las empresas como tal perdieron ingresos, tuvieron números negativos, pero a pesar de todo se mantuvieron firmes y con una esperanza de poder tener el crecimiento, que tenían antes de la pandemia y que poco a poco pudieron tener un balance económico con ella y poder recontractar a algunos empleados.

9. ¿Qué factores sanitarios o políticos-gubernamentales considera que afectaron más a su empresa?

Respuesta 1. hotel corazón de café: falta de interés hacia el turismo por parte del gobierno

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: Falta de información, capacitación, apoyo y monitoreo

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos): como sanitario, la mala gestión de la pandemia, la mala información del impacto real y tener contagios masivos, y en el gubernamental, la clara falta de apoyos y poco impulso a la actividad turística

Interpretación y análisis

Concluyeron como el factor que más afectó fue, la falta interés del mismo gobierno sobre decisiones sanitarias, por falta de apoyos de cualquier tipo y malas estrategias que les causaron pérdidas incalculables. Siendo como respuesta los problemas políticos- gubernamentales como la principal causa del desaceleramiento económico de las empresas turísticas en el municipio de Comitán.

10. ¿Qué estrategia propondría para lograr una óptima reactivación económica y crecimiento en años posteriores en el ramo turístico local?

Respuesta 1. hotel corazón de café: eventos culturales, andadores turísticos y apertura de museos mínimo en temporadas vacacionales

Respuesta 2. cafetería lagos de Montebello colonial: La correcta difusión y regulación de actividades. Apoyo, certificación y capacitación a empresas y empleados. Acuerdos con empresas de turismo estatal para presentar a la ciudad como un destino principal.

Respuesta 3. SAT, JA (agencia de servicios turísticos):la capacitación especializada y creación de cadenas y redes de valor que logren consolidar

productos turísticos comercializables a mercados de alto consumo. Así como una promoción turista privada o gubernamental del destino turístico

Interpretación y análisis

Los prestadores de servicios como tales recalcaron que una de las principales estrategias para una buena reactivación económica de las empresas turísticas en Comitán. Serían más interés por parte del gobierno de todo tipo, ya sea en la promoción turística, en ayuda de capacitación y certificación de las mismas de parte de éste y que, por parte de los empresarios sería mejor consolidar mejores estrategias para prevenir grandes pérdidas en situaciones cómo está llevándolas a cabo con profesionalizar más éstas organizaciones y del resto de prestadores de servicios turísticos del municipio.

4.5 valuación de la técnica de investigación

El ambiente de la entrevista en las tres personas entrevistadas, que se realizaron fueron confortables y sin problemas, no fue interrumpida en ninguno de los casos y en algunas de las preguntas se tuvo una profundidad mayor a la deseada. En uno de los casos la entrevista tuvo un ritmo lento, ya que analizaron profundamente su respuesta para contestar de forma fluida y veraz. A cada uno de los cuestionamientos todos los entrevistados se notaron honestos y con la facilidad de apoyar a la elaboración de esta entrevista con un ánimo cordial y de amistad, no se tuvieron ninguna molestia de parte de los entrevistados. Se notaron emocionados por querer expresar su opinión y dar a conocer la situación que viven sus negocios, no se manejaron con prisa y trataron de disponer del más tiempo posible con el que contaban. En la entrevista solamente participaron su entrevistador y entrevistado.

SUGERENCIAS Y PROPUESTAS

El uso de la siguiente investigación se recomienda para aquellos estudiantes o profesionales en las carreras de administración y turismo, para identificar las variables y el comportamiento que tienen las empresas turísticas dentro de un municipio. cuando se enfrenta una pandemia, al desaceleramiento económico a los cambios y los entornos internos e externos de las empresas que afectan o ayudan al mal funcionamiento de una organización.

Esta investigación se puede aplicar para conocer los factores sanitarios político - gubernamental que pueden afectar el funcionamiento de las empresas turísticas y puede funcionar como un parteaguas para una elaboración de propuestas para solucionar los problemas que derivaron de los factores sanitarios político-gubernamentales y , Para dar conocimientos a empresarios del ramo turístico a conocer los principios de un desaceleramiento en la industria por características de esta índole y así poder corregir el rumbo en una situación similar en un futuro.

Proponiendo que esta investigación sea leída por organismos políticos actuales y de un futuro del municipio de Comitán para poder hacer modificaciones importantes que necesita el turismo local y empresarios.

CONCLUSIONES

La investigación dio como resultado que los factores que afectaron el desaceleramiento del crecimiento de las empresas turísticas en Comitán fueron: los sanitarios y los políticos-gubernamentales, en cuanto a los sanitarios se recalcó que el principal factor fue la pandemia de COVID-19 el uso de medidas sanitarias para poder reabrir sus negocios cómo fue el uso de cubrebocas, gel de manos y sanitización y desinfección de áreas comunes o de alta concurrencia de personas.

Al mismo tiempo en cuanto a los factores políticos gubernamentales reconocieron que fueron. la falta de apoyo económico, falta de interés sobre la capacitación para adaptar a las empresas turísticas a una nueva normalidad después de la pandemia, falta de información y sobre todo alargar la reapertura de los mismos sin dar opciones a los empresarios provocándole pérdidas y causando al mismo tiempo desempleo y recortes de todo tipo dentro de las organizaciones.

Los principales afectados por este de desaceleramiento fueron los dueños y los empleados de estas empresas turísticas en la localidad , todo esto siendo arrojado gracias a las encuestas aplicadas a los tres principales prestadores de servicios turísticos del municipio que son los hoteles, restaurantes y agencia de viajes o de servicios turísticos ,dando como resultado opciones de cómo pueden hacer las empresas en el ramo turístico de Comitán para tener el crecimiento económico como el que tenían posterior el 2020 y mantener a este ramo económico siga creciendo año con año ,los cuales fueron: que el gobierno federal, estatal y municipal tuvieran más interacción con los prestadores de servicios turísticos y que promocionaran más a la entidad para tener mejores resultados en materia económica y de empleo en la ciudad de Comitán. Al igual haciendo un llamado a la secretaría de turismo para impulsar proyectos para el mejoramiento de la imagen urbana de la ciudad y a la conservación y apertura de nuevos atractivos turísticos para el municipio.

BIBLIOGRAFIA

- PricewaterhouseCoopers Auditores. (2019). *Riesgos de la desaceleración económica* . PricewaterhouseCoopers International Limited.
- BN, R. (1990). *Medicina social y salud pública* . Habana: Pueblo y educación.
- CEUPE. (2019). Ciclo de vida de los productos turísticos. *CEUPE*.
- Chiavenato, i. (2001). *administracion ,teoria,proceso y practica* . colombia: mgcgraw.
- Coordinación de Asesores del Secretario de Turismo. (2018). *Nuestro Turismo*. Ciudad de mexico : D. R.© 2018, Secretaría de Turismo.
- Coordinación de Innovación Tecnológica de la Dirección de Proyección Municipal. (2019). *turismo comitan*. Obtenido de <https://www.turismocomitan.com/gastronomia.html>
- Durán, L. (2021). La crisis del Turismo. *Forbes* .
- expansion . (2020). Las empresas más grandes de México crecen cada vez menos. *expansion* .
- H. Ayuntamiento de Comítan de Domínguez. (2020). *turismo comitan* . Obtenido de <https://www.turismocomitan.com/hoteles.html>
- heraldo de chiapas . (julio de 2020). heraldo de chiapas . *crisis turística en la frontera* , págs. 11-11.
- IBÁÑEZ, H. (27 de abril de 2020). *IZA BUSINESS CENTERS*. Obtenido de <https://blog.izabc.com.mx/>
- Lalonde. (1974). *A new perspective on the health of Canadians*. Ottawa: Government of Canada.

organizacion mundial de la salud . (10 de noviembre de 2020). *organizacion mundial de la salud* . Obtenido de who.int:
<https://www.who.int/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/>

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO . (2019). Obtenido de
<https://www.unwto.org/es>

Organización Mundial del Turismo . (2008). Obtenido de
<https://www.unwto.org/es>

raffino, m. e. (2009). *metodos de investigacion* . mexico .

Secretaria de salud . (12 de diciembre de 2018). *gobierno de mexico* . Obtenido de
<https://www.gob.mx/salud>

secretaria de turismo . (2019). *secretaria de turismo de chiapas* . Obtenido de
<http://www.turismochiapas.gob.mx/institucional/index.php>

Secretaría de Turismo. (15 de agosto de 2019). *gobierno de mexico*. Obtenido de
<https://www.gob.mx/sectur.com>

Secretaría de Turismo. (11 de diciembre de 2020). *Secretaría de Turismo*. Obtenido de Secretaría de Turismo:
<http://www.turismochiapas.gob.mx/institucional/index.php>

Serrano, T. S. (2018). *La Política Económica en la Gestión*. UTMACH.

turismo.blogspot. (2014). *La empresa turistica* . Obtenido de <https://apuntes-turismo.blogspot.com/2014/09/la-empresa-turistica.html>

ANEXOS

Tiempo: 15 minutos

Comitán de Domínguez, Chiapas a 5 de julio de 2021

Entrevistador: Carlos Manuel Aguilar Hidalgo

Entrevistado: Karla Guillen Bolaños

Introducción.

qué factores sanitarios y gubernamentales influyeron en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020

nombre: Karla Guillen Bolaños

empresa: CORAZON DEL CAFE HOTEL BOUTIQUE S.A DE C.V

cargo que desempeña: Gerente

1.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2019, previo al inicio de pandemia? ¿porque? regular, hubo poca ocupación y malos resultados financieros, vacaciones se lleno

2.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2020 durante la pandemia? ¿porque? REGULAR, aunque la pandemia nos forzó a cerrar, la afluencia de huéspedes aumento mucho en vacaciones

3.-¿Tuvo cierres forzosos o ceses de actividades debido a la pandemia? SI, CIERRE ¿Por qué?, por riesgo a contagios, por algunos meses

4.-¿Recibió información sanitaria para desarrollo de sus actividades, de parte de instituciones gubernamentales? : si, poca, pero nada especialmente para cada una de nuestras actividades

5.-¿Qué medida sanitaria utiliza para el funcionamiento de su negocio? TODAS LAS NECESARIAS PARA MEJOR SEGURIDAD HACIA NUESTROS HUESPEDES

6.-¿Tuvo que despedir o realizar recortes salariales a su personal? SI, RECORTE DE PERSONAL

7.-¿Recibió algún apoyo o subsidio de parte del gobierno municipal, estatal o federal? NO

8.-¿Consideró el cierre definitivo de su empresa? ¿porque? NO, aunque no se han logrado los objetivos previstos seguimos, empeñados que se puede convertir este en un gran hotel

9.-¿Qué factores sanitarios o políticos-gubernamentales considera que afectaron más a su empresa? falta de interés hacia el turismo por parte del gobierno

10.-¿Qué estrategia propondría para lograr una óptima reactivación económica y crecimiento en años posteriores en el ramo turístico local? eventos culturales, andadores turísticos y apertura de museos mínimo en temporadas vacacionales

Tiempo:23 minutos

Comitán de Domínguez, Chiapas a 6 de julio

Entrevistador: Carlos Manuel Aguilar Hidalgo

Entrevistado: Alma Delia Gastelum Rocha

Introducción.

qué factores sanitarios y gubernamentales influyeron en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020

Nombre: Alma Delia Gastélum Rocha

Empresa: cafetería S.A DE C.V

Cargo que desempeña: propietario

1.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2019, previo al inicio de pandemia? ¿porque? bueno, excelentes ventas en días especiales y temporadas vacacionales hubo incremento de comensales

2.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2020 durante la pandemia? ¿porque? pésima, por cierres forzosos, baja capacidad de recibir a comensales y bajo nivel de consumo local y de visitantes

3.-¿Tuvo cierres forzosos o ceses de actividades debido a la pandemia? Si ¿Por qué? Por riesgo sanitario alrededor de 2 meses

4.-¿Recibió información sanitaria para desarrollo de sus actividades, de parte de instituciones gubernamentales? no, de ningún orden de gobierno

5.-¿Qué medida sanitaria utiliza para el funcionamiento de su negocio? Uso de termómetro, antibacterial, desinfección en área de comedor, sana distancia, cubrebocas.

6.-¿Tuvo que despedir o realizar recortes salariales a su personal? si, ambos

7.-¿Recibió algún apoyo o subsidio de parte del gobierno municipal, estatal o federal?

Ninguno

8.-¿Consideró el cierre definitivo de su empresa? ¿porque? : No, porque, aunque los resultados no han sido buenos, ha sido una fuente de ingresos importante para mi y por el gran cariño que le tengo al negocio como tal

9.-¿Qué factores sanitarios o políticos-gubernamentales considera que afectaron más a su empresa?

Falta de información, capacitación, apoyo y monitoreo.

10.-¿Qué estrategia propondría para lograr una óptima reactivación económica y crecimiento en años posteriores en el ramo turístico local?

La correcta difusión y regulación de actividades.

Apoyo, certificación y capacitación a empresas y empleados.

Acuerdos con empresas de turismo estatal para presentar a la ciudad como un destino principal.

Tiempo:28 minutos

Comitán de Domínguez, Chiapas a 6 de julio

Entrevistador: Carlos Manuel Aguilar Hidalgo

Entrevistado: Carlos Daniel Hernández Guillen

Introducción.

qué factores sanitarios y gubernamentales influyeron en la desaceleración del crecimiento de empresas turísticas en Comitán en el periodo 2019-2020

nombre: Carlos Daniel Hernández Guillen

empresa: SAT JA´S.A DE C.V

cargo que desempeña: propietario

1.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2019, previo al inicio de pandemia? ¿porque? positivo, fue notable el crecimiento del negocio en cuanto reservaciones y ganancias

2.-¿Cómo calificaría el crecimiento de su empresa en el año 2020 durante la pandemia? ¿porque? mala, se tuvo que cancelar reservas y devolver dinero

3.-¿Tuvo cierres forzosos o ceses de actividades debido a la pandemia? ¿Por qué? si, al ser una empresa intermediaria de los servicios turísticos, tuve cierre forzoso alrededor de marzo de 2020 a diciembre de este mismo año

4.-¿Recibió información sanitaria para desarrollo de sus actividades, de parte de instituciones gubernamentales? no, las entidades locales no enviaron información precisa para el manejo y reducción de contagios por pandemia

5.-¿Qué medida sanitaria utiliza para el funcionamiento de su negocio? ya que son ventas en línea, solo se necesitó aplicar recomendaciones para nuestros clientes de uso de cubrebocas y gel de manos en sus actividades reservadas.

6.-¿Tuvo que despedir o realizar recortes salariales a su personal? si hubo recorte de personal y recorte en gatos de todo tipo en la empresa

7.-¿Recibió algún apoyo o subsidio de parte del gobierno municipal, estatal o federal? ninguno, no hubo apoyos tangibles

8.-¿Consideró el cierre definitivo de su empresa? ¿porque? si, al no tener una certeza que la pandemia permitiera una estabilidad turística, y que pobladores de algunas localidades no permitieron al ingreso a turistas, aunque el gobierno ya lo haya aprobado

9.-¿Qué factores sanitarios o políticos-gubernamentales considera que afectaron más a su empresa? como sanitario, la mala gestión de la pandemia, la mala información del impacto real y tener contagios masivos, y en el gubernamental, la clara falta de apoyos y poco impulso a la actividad turística

10.-¿Qué estrategia propondría para lograr una óptima reactivación económica y crecimiento en años posteriores en el ramo turístico local? la capacitación especializada y creación de cadenas y redes de valor que logren consolidar productos turísticos comercializables a mercados de alto consumo. Así como una promoción turista privada o gubernamental del destino turístico.