



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Ruta turística sierra-mar y el turismo en el sur de Sonora

Autor: Dra. Laila Guadalupe Atrip Káram

<https://orcid.org/0000-0002-0283-2447>

M.A. Emma Cecilia Corral Morales

<https://orcid.org/0000-0002-0486-117X>

M.A. Griselda Leyva Valenzuela

<https://orcid.org/0000-0002-3945-2528>

Jesús Roberto López Alamea (alumno)

Autor de la ponencia: Dra. Laila Guadalupe Atrip Káram

<https://orcid.org/0000-0002-6033-2651>

Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Huatabampo

Resumen

La presente investigación busca describir la realidad turística actual de la Ruta Sierra Mar del Sur de Sonora. El objetivo principal de este diagnóstico es diseñar estrategias para promuevan sus atractivos turísticos en general, y así, incentivar y mejorar la actividad turística. La implementación de un diagnóstico de la actividad turística contribuirá al crecimiento de la ruta en el ámbito social y económico, causando que el proyecto tenga mayor impacto en la población del sur de Sonora. Se recogió información a través de un cuestionario (entrevista estructurada) que se aplicó a los turistas. Este fue diseñado para conocer la apreciación turística de la ruta mediante las expectativas y percepciones de los turistas en base a las dimensiones de oferta, esparcimiento, atractivos, establecimientos y otros sitios turísticos. Los resultados indican que la percepción general sobre la Ruta Sierra Mar se encuentra en modo regular, y se considera que necesita mejorar tres cuestiones importantes: el turismo tradicional, cultural y natural.

Palabras clave: Turismo, Plan Estratégico, Marketing,



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Introducción.

En la presente investigación se toma la iniciativa de realizar un diagnóstico que permita detectar y fomentar los atractivos turísticos de la ruta sierra mar, la cual surge por ser considerada como una ruta turística ubicada en el punto de encuentro de Sierra y Costa. Por lo tanto, el motivo final de este proyecto es dar a conocer la ruta a nivel nacional y reactivas su potencial turístico, obteniendo así un crecimiento sostenido de turistas que aumente y mejore la situación económica de la comunidad en general.

El enfoque en que se ha diseñado el diagnóstico de la actividad turística no es el de una empresa individual, porque el tema del turismo no concierne a una entidad solamente, sino que presenta un beneficio a toda una región. Más bien el diagnóstico involucra tanto a empresas privadas que se relacionan con el rubro turístico como a instituciones gubernamentales que velan por el desarrollo del mismo. Además, se toma muy en cuenta la participación y el aporte de la misma comunidad, quien es la que más se beneficiaría al desarrollar la actividad turística de una manera adecuada y organizada.

A simple vista se pueden detectar algunas necesidades en la actividad turística de la región. En primer lugar, la carencia de una infraestructura adecuada, ya que la mayoría de lugares investigados no cuentan con facilidades de alojamiento, restaurantes, entre otros, para atender de una manera adecuada al turista. Otro factor que afecta el desarrollo del turismo es la falta de señalización de las carreteras, así como la falta de mantenimiento de las mismas. Es importante señalar que la seguridad es determinante si se quiere fomentar el turismo en cualquiera de sus formas.

El objetivo más importante que persigue este estudio es identificar y analizar el nivel de aceptación e intereses que tienen los turistas hacia los atractivos de la Ruta Sierra Mar, conocer la frecuencia de visitantes a los destinos turísticos y determinar cuáles son los medios de comunicación que promueven estos destinos.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Planteamiento del problema

El turismo es una actividad de servicio que requiere la participación de todos los sectores productivo, además es un instrumento de integración nacional, de fortalecimiento de una cultura nacionalista y de mayor conocimiento de las ricas y variadas culturas regionales (Anda, 2001). Para Neyra (2004) el turismo alternativo se refiere a que existen otras formas de hacer las cosas. Esto incluye nuestras actividades de esparcimiento. Por ejemplo, el viajar y conocer lugares (turismo alternativo), no está exento de alternativas nuevas. En los últimos años ha surgido una corriente mundial de personas que intentan promover y practicar, así como ofrecer servicios relacionados con una manera distinta de hacer turismo. En este concepto lo más importante es el contacto con la naturaleza y las culturas autóctonas, es decir empaparse de lo propio de la región a visitar. La finalidad del turismo alternativo tiene que ver con el desarrollo físico, mental, social, cultural y espiritual del ser humano, sin embargo, dado que es importante obtener recursos, es importante el material del proyecto, sobre todo para sostener los gastos de mantenimiento de un centro de desarrollo, además de crear empleos y propiciar un turismo comprometido con el desarrollo sustentable y sostenible, utilizando tecnologías alternativas apropiadas.

Para poder desarrollar el rubro turístico, es necesario tener una coordinación adecuada entre todas las entidades que se relacionan con el mismo, aunque si existe cierta coordinación, se considera que no es la adecuada.

La mejor coordinación que puede lograrse se basa en la identificación de las actividades que se necesitan para desarrollar el rubro turístico en la región, que son las siguientes: promover el turismo interno y externo, invertir en el rubro turístico, y coordinar el apoyo de la comunidad y de los proveedores de servicios turísticos. Se puede considerar



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

que las entidades relacionadas con el turismo, deben clasificarse en tres grupos, de acuerdo a su función:

El primer grupo tiene como función principal promover y promocionar el turismo, tanto dentro como fuera del país. Entre las entidades que se encuentran en este grupo esta secretaria de turismo, operadores de turismo, agencias de viajes y operadores de turismo en el exterior. El encargado de coordinar las actividades dentro de este grupo es la Dirección del turismo.

El segundo grupo tiene por objetivo coordinar y llevar a cabo actividades de inversión en el rubro turístico. Están integrado por el Programa Nacional de Competitividad, la Secretaria de Economía, los diferentes clústeres de turismo, los inversionistas nacionales y extranjeros, empresa privada y dirección de Obras Pública.

El último grupo de entidades se encarga de coordinar e incentivar el apoyo de la comunidad y de los proveedores de servicios turísticos que se encuentren en los lugares con potencial turístico. Está integrado por: las Alcaldías Municipales, Casas de la Cultura, escuelas e iglesias, proveedores de servicios turísticos y la comunidad. Las cabeceras municipales serán las encargadas de coordinar las actividades de este grupo.

En éste trabajo se identifican como elementos del problema:

Los efectos que tiene el proceso y aplicación del marketing turístico en la región del Sur de Sonora, la presencia del marketing turístico en la región, así como su seguimiento. Partiendo del diagnóstico de la actividad turística en los municipios de Álamos Navojoa, Etchojoa y Huatabampo y haciendo hincapié en las siguientes interrogantes: ¿Qué tan importante es el desarrollo del marketing turístico en la región? ¿Cuáles son los beneficios



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

de la aplicación del marketing turístico en la región? ¿Qué tendencias sociales y culturales tendrá la aplicación del Marketing Turístico en la región?

Antecedentes.

La actividad turística es una fuente principal de ingreso económico de México; ofrece a los turistas nacionales y extranjeros un abanico de posibilidades para disfrutar la naturaleza y la cultura: desde los vestigios de civilizaciones milenarias y ciudades coloniales, hasta playas o montañas. Es decir, una riqueza natural y cultural envidiable. Según la SECTUR, el turismo representa la tercera fuente de ingresos para el país; el 9% del PIB y genera 2.7 millones de trabajos directos y siete millones indirectos. México tiene 29 sitios Patrimonio de la Humanidad (Entre ellos la RBMM); 62 etnias; más de 30 mil zonas arqueológicas; la estrategia a seguir por el Gobierno Federal trata de abrir espacios hacia el turismo no convencional, dando oportunidad de crecer al turismo alternativo. En México, la pobreza se encuentra principalmente acentuada en las zonas rurales, estas conforman una cuarta parte de la población y en ellas, cerca de dos terceras partes de sus habitantes se encuentre en situación de pobreza extrema. Datos de 2005 indican que, el 28 % de los habitantes en zonas rurales se encontraba en niveles de pobreza extrema y el 57 % en situación de pobreza moderada; datos de 2008, señalan que el 50% de la población rural se encuentra en condiciones de pobreza de patrimonio (Chiapa, 2009)

A nivel global, la actividad económica generada por los viajes y el turismo representaba alrededor del 5% del producto interno bruta (PIB) y entre el 6 % y el 7% de los empleados del mundo. Considerando que la mitad de los turistas internacionales visitan todo tipo de humedales, aunque especialmente los de las zonas costeras, la inversión del turismo vinculado a los humedales puede ser considerable (Convenio de Ramsar., 2012)



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Sonora es el segundo estado más grande de la republica gracias a su privilegiada ubicación es un destino turístico seguro y único que espera al visitante con ciudades tapizadas de leyenda e historia, como es el caso de Álamos, hermosas playas enmarcadas de color, riqueza y un desierto que se une a la sierra.

Al Sur de Sonora se encuentran los municipios de la Ruta Sierra Mar, siendo el primero de sur a norte Huatabampo, que cuenta con una superficie de 1,169.92 kilómetros cuadrados, 110 kilómetros de litoral de los cuales un 70% son playas con buenas condiciones topográficas ideales para el impulso turístico. Seguido por Etchojoa Con una superficie de 950.523 km cuadrados, con una actividad turística poco desarrollada. La más importante tiene lugar durante la semana mayor en la playa de El Siari, a donde acuden poco más de 21 mil visitantes. La playa, con una longitud de 5 mil kilómetros, representa el principal recurso turístico del municipio, así como las fiestas tradicionales de los pueblos Yoremes, el festival de aniversario de la radiofusora indígena, las fiestas de la Santa Cruz, entre otras Otro municipio de la misma ruta es Navojoa, cuenta con 2,809 m2 de superficie. La actividad económica del municipio ha estado sustentada en la producción agropecuaria, el comercio y los servicios, siendo las actividades principales la agricultura y ganadería. Ofrece excelentes atractivos turísticos a los visitantes nacionales y extranjeros, como son: pesca deportiva, caza de venado, paloma y pato que son especies liberadas en la región y en ranchos cinegéticos; así como recorridos ecológicos por la sierra, playas y el Río Mayo..

Justificación.

Un diagnóstico turístico ha de contener información descriptiva de la situación actual de la actividad turística y de los factores que en ella influyen, especialmente de las características de la oferta y sobre el comportamiento y las tendencias de la demanda turística (Díaz Varela, 2004) Con una planificación de los recursos con los que cuentan los municipios



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

del sur de Sonora, se podrán detectar las áreas fuertes de la región, con el fin de utilizarlas en el fomento del desarrollo de actividades turísticas con el medio ambiente, rescatando las principales áreas culturales que se han ido olvidando con el paso del tiempo.

Este proyecto surge de la necesidad de reorientar los esfuerzos individuales de cada una de las entidades públicas y privadas que se relacionan con el rubro turístico hacia un mismo fin. La estructura del plan se basa principalmente en los resultados de la investigación de campo realizada, así como en la situación actual en que se encuentra la región.

El enfoque en que se ha diseñado el plan estratégico no es el de una empresa individual, porque el tema del turismo no concierne a una entidad solamente, sino que presenta un beneficio a toda una región. Más bien, el plan involucra tanto a empresas privadas que se relacionan con el rubro turístico como a instituciones gubernamentales que velan por el desarrollo del mismo. Además, se toma muy en cuenta la participación y el aporte de la misma comunidad, quien es la que más se beneficiaría al desarrollar de una manera adecuada y organizada el turismo.

Los municipios de la ruta Sierra Mar serán los principales beneficiarios de la realización de éste diagnóstico, al tener identificados los recursos con los que se cuenta la región y será más sencillo darle una promoción adecuada en la cual se incrementen las llegadas de turistas, dando como resultado un incremento en la economía, así como también en la creación de empleos.

El que no se realice un diagnóstico y plan de marketing, ocasiona que los municipios pierdan la oportunidad de crecer, ya que el turismo podría ser para ellos una actividad económica predominante.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Objetivos.

Analizar e identificar el nivel de aceptación que tienen los turistas hacia los atractivos de la ruta sierra mar, conocer la frecuencia de visitantes a los destinos turísticos y así determinar cuáles son los medios de comunicación a través de los cuales promueven estos destinos.

Objetivos específicos.

Impulsar al turismo cultural para que éste cumpla su función de generador de divisas para la economía, incentivando la inversión en el rubro.

Involucrar a las comunidades, entidades y organizaciones relacionadas con el turismo cultural para que combinen esfuerzos y logren obtener mayores beneficios del mismo.

Estimular a la iniciativa pública y privada con miras a satisfacer las crecientes demandas del mercado turístico en cuanto a mejores servicios y a métodos de operación actualizados.

Crear conciencia en los municipios, empresas privadas, instituciones gubernamentales y en la comunidad misma de la enorme importancia de la conservación y valorización del patrimonio histórico, arqueológico tradicional y cultural.

Presentar una oferta turística atractiva, tanto para el viajante interno como para el extranjero, que logre complementar los aspectos culturales con otros tipos de turismo.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Referencias teóricas

Ventajas que presenta el marketing turístico en la región

Sonora, uno de los estados más grandes del país por su extensión territorial y ubicación geográfica (debido a su cercanía con Estados Unidos), constituye uno de los mejores destinos para hacer buenos negocios. ¿Qué ofrece a los emprendedores? Ventajas competitivas como mano de obra calificada, infraestructura comercial, salarios por encima del mínimo, apertura rápida de empresas e incentivos para cada sector. Según el Banco Mundial (BM), Sonora es la cuarta entidad mexicana donde invertir es más sencillo.

Datos de la Secretaría de Economía (SE) del estado señalan que 99% del total de las unidades económicas que operan en este territorio son micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), las cuales generan 72% de los empleos y aportan 46% del PIB estatal. Por otra parte, la Dirección General de Inversión Extranjera (DGIE) sostiene que, entre enero de 1999 y septiembre de 2006, las compañías con participación extranjera invirtieron en la entidad, un total de US\$1,762.8 millones. El acceso al financiamiento para las MiPymes es una realidad que contribuye a su crecimiento.

Análisis del Entorno

En la Ruta Sierra Mar actualmente existe oferta de Turismo Cultural, aunque ésta difícilmente pueda considerarse formal y estructurada, debido en gran parte a que las entidades relacionadas con el rubro turístico no cuentan con una planificación turística integral, en la que se consideren tanto los aspectos tradicionales de la planificación, como los de mercadeo, económicos, financieros, técnicos y de ordenamiento de territorio.

La carencia de una infraestructura adecuada es uno de los principales problemas que impiden el desarrollo del turismo cultural. La mayoría de lugares investigados no cuentan con facilidades de alojamiento, restaurantes, entre otros, para atender de una manera adecuada al



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

turista. Otro factor que afecta el desarrollo del turismo es la falta de señalización de las carreteras, así como la falta de mantenimiento de las mismas. Es importante señalar que la seguridad es determinante si se quiere fomentar el turismo en cualquiera de sus formas.

Los recursos con que cuenta cada lugar no son suficientes como para considerarlos como destinos turísticos aislados, por lo que será necesario combinar fuerzas y crear estrategias que permitan explotarlos adecuadamente, en donde la comunidad participe activamente formando pequeñas asociaciones de empresarios que se apoyan mutuamente e incluso conseguir apoyo de entidades extranjeras.

Metodología

El método aplicado en la investigación es el científico, del cual se mantiene un orden lógico a lo largo del estudio, partiendo del planteamiento del problema, y formulación de objetivos. Al llevar a cabo el estudio, se desarrollarán recomendaciones con el fin de solventar el problema en cuestión.

El segundo método a utilizar será el Analítico, ya que se trata de una investigación de tipo social en la que se separan los elementos que conforman el turismo cultural para estudiar cada uno individualmente, así como las relaciones entre sí.

Las técnicas utilizadas en la investigación son la encuesta y la entrevista. Para recolectar, procesar y analizar información, dentro de la población turística se aplica la técnica encuesta, mientras que para la población constituida por los alcaldes o representantes de las alcaldías de los municipios a evaluar, se aplica la técnica de la entrevista para recolectar los datos. Esta misma técnica fue aplicada para la población de representantes de 4 entidades relacionadas con el rubro turístico.

Técnicas de campo.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Al momento de realizar la encuesta, se realizó la visita a cada uno de los operadores de turismo contemplados en la investigación con el fin de completar un cuestionario para cada una. Se cuenta con la formulación de la entrevista la cual tiene como aplicación en los organismos gubernamentales, quienes se encargan del fomento turístico de la región.

Población

Selección del Universo

Éste proyecto de investigación cuenta con una población que está representada por cada una de las personas habitantes de los municipios seleccionados que están en busca de esparcimientos turísticos en la ruta Sierra mar. Para la realización de la encuesta se ha elegido los puntos centrales de cada municipio ya que son puntos de cuenta de encuentro y convivencia turística.

Se tienen la muestra de cuatro poblaciones para la investigación, las cuales son:

Población del municipio de Álamos. 25 ,694 Habitantes

Población del municipio de Navojoa. 163,650 Habitantes

Población del municipio de Etchojoa. 63,216 Habitantes

Población del municipio de Huatabampo. 80524 Habitantes (Fuente: INEGI, 2019)

Calculo del tamaño de la muestra

Muestra del Municipio de Álamos

A través de la información facilitada por el Instituto Nacional de estadística y geografía INEGI donde se registra la cantidad de 25,694 habitantes en el municipio de Álamos población que se tomara para el cálculo de la muestra determinada por la siguiente formula:

Variables Estadísticas:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza del 95%= (1.96)



(Julio – Diciembre 2020)



Año 13.
Núm. 33

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

P= Probabilidad de ocurrencia 60%=(0.60)

Q= Probabilidad de no ocurrencia= (1-p)= (1-0.6)= 0.4

N= Población= 25,694

e= Nivel de insignificancia= 5%

$\frac{Z^2(N)(P)(Q)}{e^2(N - 1) + Z^2(P)(Q)}$
$\frac{(1.96)^2(25694)(0.60)(0.40)}{(0.0025)(25694 - 1) + 3.8416(0.60)(0.40)}$
$\frac{22732.41}{64.2325 + 0.921984}$
$\frac{22732.41}{64.154484}$
354.38816

Se toma un Nivel de Confianza Sobre la Muestra del 30% equivalente a 90 Encuestas por aplicar en el Municipio

Muestra del Municipio de Navojoa

A través de la información facilitada por el Instituto Nacional de estadística y geografía INEGI donde se registra la cantidad de 163,650 habitantes en el municipio de Navojoa población que se tomara para el cálculo de la muestra determinada por la siguiente formula:

Variables Estadísticas

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza del 95%= (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia 60%=(0.60)

Q= Probabilidad de no ocurrencia= (1-p)= (1-0.6)= 0.4

N= Población= 163,650



(Julio – Diciembre 2020)



Año 13.
Núm. 33

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

e= Nivel de insignificancia= 5%

$$\frac{Z^2(N)(P)(Q)}{e^2(N-1) + Z^2(P)(Q)}$$

$$\frac{(1.96)^2(163650)(0.60)(0.40)}{(0.0025)(163650-1) + 3.8416(0.60)(0.40)}$$

$$\frac{144787.0464}{409.1225 + 0.921984}$$

$$\frac{144787.0464}{410.044484}$$

$$= (353.10083)$$

Se toma un Nivel de Confianza Sobre la Muestra del 30% equivalente a 90 Encuestas por aplicar en el Municipio

Muestra del Municipio de Etchojoa

A través de la información facilitada por el Instituto Nacional de estadística y geografía INEGI donde se registra la cantidad de 63,216 habitantes en el municipio de Etchojoa población que se tomara para el cálculo de la muestra determinada por la siguiente formula:

Variables Estadísticas:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza del 95%= (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia 60%=(0.60)

Q= Probabilidad de no ocurrencia= (1-p)= (1-0.6)= 0.4

N= Población= 63,216

e= Nivel de insignificancia= 5%



(Julio – Diciembre 2020)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

Año 13.
Núm. 33

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

$\frac{Z^2(N)(P)(Q)}{e^2(N - 1) + Z^2(P)(Q)}$ $\frac{(1.96)^2(63216)(0.60)(0.40)}{(0.0025)(63216 - 1) + 3.8416(0.60)(0.40)}$ $\frac{54442.540544}{158.0375 + 0.921984}$ $\frac{54442.540544}{158.959484}$

Se toma un Nivel de Confianza Sobre la Muestra del 30% equivalente a 90 Encuestas por aplicar en el Municipio

Muestra del Municipio de Huatabampo

A través de la información facilitada por el Instituto Nacional de estadística y geografía INEGI donde se registra la cantidad de 80,524 habitantes en el municipio de Huatabampo población que se tomara para el cálculo de la muestra determinada por la siguiente formula:

Variables Estadísticas:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza del 95%= (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia 60%=(0.60)

Q= Probabilidad de no ocurrencia= (1-p)= (1-0.6)= 0.4

N= Población= 80,524

e= Nivel de insignificancia= 5%



(Julio – Diciembre 2020)



Año 13.
Núm. 33

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

$$\frac{Z^2(N)(P)(Q)}{e^2(N - 1) + Z^2(P)(Q)}$$

$$\frac{(1.96)^2(80524)(0.60)(0.40)}{(0.0025)(805424 - 1) + 3.8416(0.60)(0.40)}$$

$$\frac{74242.7616}{201.3075 + 0.921984}$$

$$\frac{74242.7616}{202.299484}$$

Resultados

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a personas que buscan esparcimiento turístico demuestran los siguiente:

1.- ¿En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad realiza

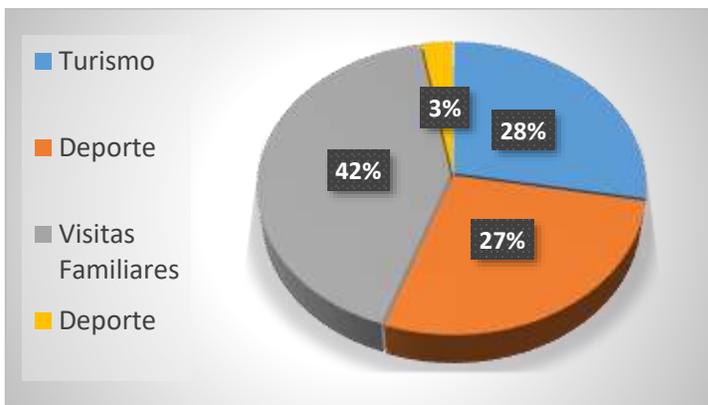


Grafico 1: tipo de actividad que realiza en vacaciones

En el grafico n° 1 como resultado se demuestra un 42% de personas que en sus vacaciones o mementos libres realiza viajes por visitas familiares, y el 28% por turismo, el 27% se dedica el deporte y finalmente el 3% ocupa su tiempo en cualquier otra actividad.



(Julio – Diciembre 2020)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera

ISSN: 2007-8870

Año 13.
Núm. 33

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

2.- ¿Qué zonas del estado de Sonora visita usted?

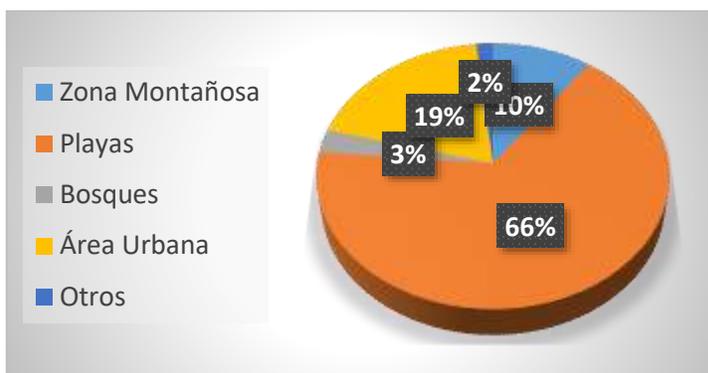


Grafico 2. Zonas de Sonora

Como se advierte en el grafico anterior, el 66% de las personas encuestadas prefiere visitar las playas, el 19% opta por el área urbana, un 10% visita las zonas montañosas, el 3% los bosques y el 2% visita otras zonas

3.- ¿Con qué frecuencia realiza viajes por turismo?



Grafico 3. Frecuencia de viajes por turismo



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

En éste grafico encontramos que el 38% de las personas encuestadas realiza viajes por turismo cada año, mientras que la opción 2 veces al año cubre un 32% de los encuestados, un 21% cada mes, un 6% cada semana y, finalmente, el 3% de las personas encuestadas viaja por diferentes motivos

4.- ¿Qué tipo de turismo prefiere usted?

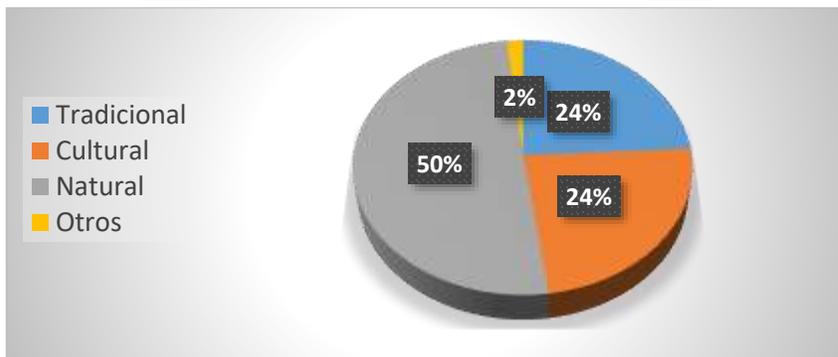


Gráfico 4. Tipos de turismo

En el gráfico 4 se pueden identificar las preferencias de un 24% de los encuestados por el turismo tradicional, el 24% por turismo cultural, el 50% eligió el turismo natural y el 2% se inclinó por otro tipo de turismo.



Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

5.- ¿Usted generalmente con quién acostumbra viajar?

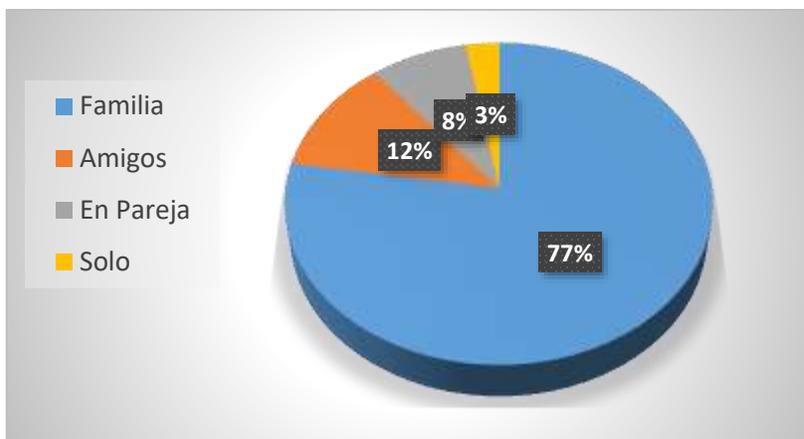


Grafico 5. Costumbre de viaje y/o compañía para viajar

Se puede observar en el grafico anterior que un 77% de los encuestados indica que acostumbra viajar en familia, un 12% viaja con amigos, el 8% viaja en pareja y el 3% viaja solo.

6.- ¿Sabe usted que en el sur de Sonora existen zonas turísticas?

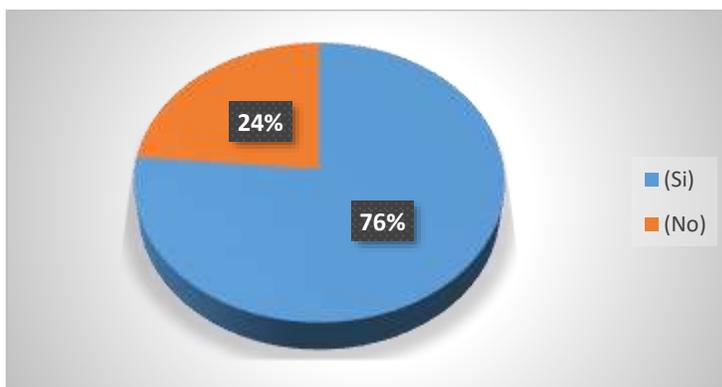


Grafico 6. Conocimiento de zonas turísticas.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**

ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

El grafico 6 se presenta un 76% de las personas encuestadas, respondió que si conoce zonas turísticas en el Sur de Sonora, mientras el 24% respondió que no.

7.- ¿Considera la ruta sierra mar como un destino turístico?

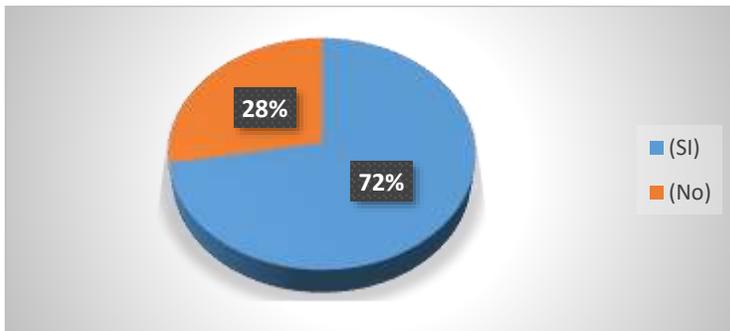


Grafico 7. Ruta sierra mar turístico

A la pregunta anterior el 72% de las personas encuestadas respondió que sí considera la Ruta Sierra Mar como un destino turístico, mientras que solo un 28% dio una respuesta negativa.

8.- ¿Por cuál de las siguientes razones usted visitaría la Ruta Sierra Mar

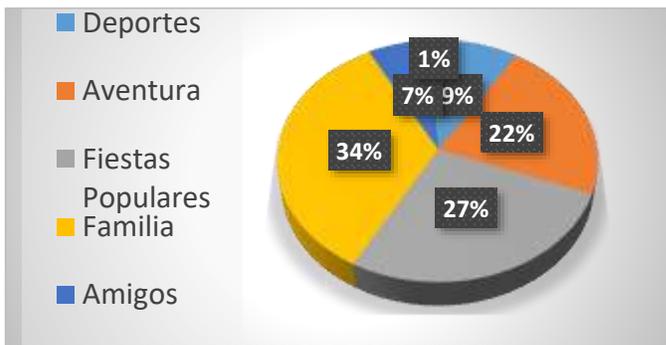


Grafico 8. Razones de visita a la ruta Sierra Mar.



Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Los resultados del gráfico indican que el 34% de las personas encuestadas visita por razones de familia, el 27% por las fiestas populares, el 22% por la aventura, y el 9% por deportes, el 7% por amigos y el 1% restante por otras razones

9.- ¿Qué lugares prefiere visitar en la Ruta?



Grafico 9. Lugares que prefiere visitar en la Ruta Sierra Mar

A esta pregunta el 49% respondió que la zona turística es una de los lugares más visitados, el 34% visita los sitios naturales, el 16% las instalaciones deportivas y el 1% otras opciones

10.- ¿Cómo se enteró usted de los lugares turísticos en dicha zona?

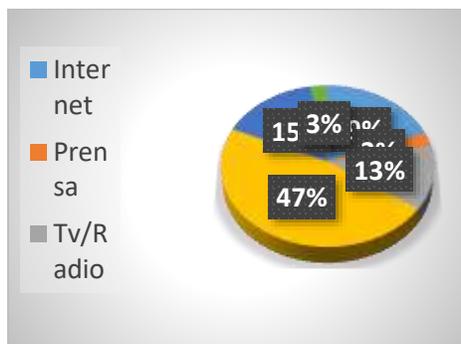


Grafico 10. Medios de comunicación por el cual se enteró de la Ruta Sierra Mar



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Aquí es posible observar que la difusión de los lugares turísticos de la ruta Sierra Mar no se debe a grandes campañas publicitarias ya que un 47% de los encuestados se enteró por medio de la familia, un 19% por internet, el 15% por amigos, el 13% por televisión y radio, un 3% por la prensa escrita y el 3% restante por otros medios.

11.- ¿Cómo le parece la infraestructura turística en los municipios mencionados?

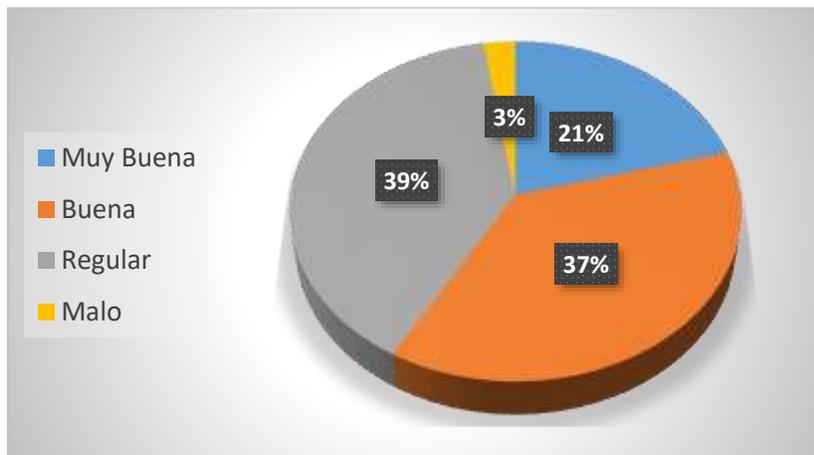


Gráfico 11. Infraestructura turística de la Ruta Sierra Mar

En el gráfico anterior se observa que el 21% consideró que la infraestructura de la ruta sierra mar es muy buena, el 37% buena, el 39% regular mientras que el 3% dice que es mala.

12.- ¿Ha visitado algún establecimiento turístico en la ruta?

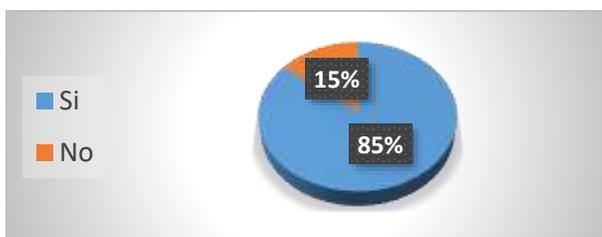


Gráfico 12. Visita a establecimiento turístico



Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Ante esta cuestión se observa que el 85% de las personas encuestadas respondió que si a visitado establecimientos turísticos de la ruta sierra mar, mientras que el 15% no ha visitado ninguno.

13.- Califique la atención brindada en el establecimiento turístico

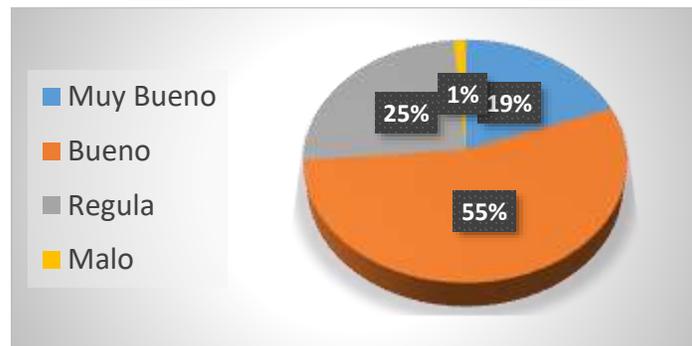


Gráfico 13.- Atención del establecimiento turístico.

El grafico anterior presenta que un 19% de las personas encuestadas respondió positivamente, diciendo que la atención es muy buena. Un 55% dijo que buena, el 25% regular y el 1% respondió que es mala.

14.- ¿Cómo define actualmente el turismo en la ruta?

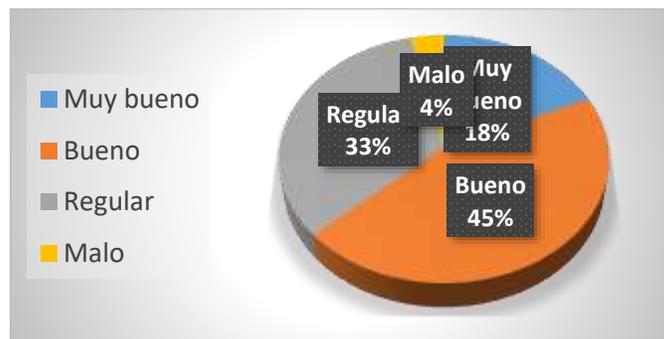


Gráfico 14. Percepción del turismo actualmente



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Por último, el gráfico 14 muestra que el 18% de las personas encuestadas perciben que el turismo de la ruta actualmente es muy bueno, el 45% dicen que es bueno, el 33% regular y un 4% dice que es malo.

Conclusiones y propuestas

Para cerrar el presente diagnóstico del desempeño turístico de la Ruta Sierra Mar se puede decir que esta posee los atractivos turísticos naturales y culturales indispensables para la captación de turistas. Mediante la investigación de campo realizada se pudo demostrar que la Ruta Sierra Mar es realmente conocida, sin embargo, el desconocimiento por parte de los turistas sobre los atractivos turísticos que posee ha ocasionado que no sea muy considerada al momento de emprender un viaje.

Con la investigación realizada se verificó que la falta de promoción turística ha afectado el progreso de los municipios que comprenden la Ruta, debido a que no se conoce a fondo y, por esta causa, un plan estratégico de marketing contribuirá a la afluencia de turistas, por lo que se propone su desarrollo para investigaciones futuras.

Se considera que, con la aplicación de un plan estratégico de marketing para promover la Ruta Sierra Mar, se podría aprovechar y explotar mejor la actividad turística que posee el sur de Sonora.

Referencias

The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Health (con Somkid Jatusripitak, Suvit Maesincee). Free Press, 1997.

Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts (con Joanne Scheff). Harvard Business School Press, 1997.

High Visibility: The Making and Marketing of Professionals into Celebrities (con Irving Rein y Martin Stoller). Ntc Business Books, 1997.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Directorio Institucional

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras

Rector

Dr. Ramón Enrique Robles Zepeda

Secretario General Académico

Dra. Rosa María Montesinos Cisneros

Secretaria General Administrativa

Dr. Rodolfo Basurto Álvarez

Director de Vinculación y Difusión

Dra. Adriana Leticia Navarro Verdugo

Vicerrectora de la Unidad Regional Sur

Dr. Ernesto Clark Valenzuela

Director de la División de Ciencias Económicas y Sociales

Dr. Francisco Espinoza Morales

Secretario de la División de Ciencias Económico y Sociales

Dra. Leticia María González Velásquez

Jefe del Departamento de Ciencias Económico Administrativas

Dra. Lidia Amalia Zallas Esquer

Jefe de Departamento de Ciencias Sociales



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Comité Directivo

Editor Responsable

Dr. Francisco Espinoza Morales

Directora

Dra. Leticia María González Velásquez

Subdirector

Dr. Javier Carreón Guillen

Editor Científico

Dr. Cruz García Lirios

Master Gráfico

M.T.I. Francisco Alan Espinoza Zallas

Nos complace anunciar que su diario, "Academic Research Journal Withoutborders" (ISSN/EISSN 2007-8870) fue evaluado positivamente en la indexación Citefactor, ahora la página de la revista está disponible en línea, en caso de cualquier problema.

[Journals Master | International Innovative Journal Impact Factor \(IJIF\)](#)

Red Latinoamericana de revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades





"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Comité editorial

Dra. Angélica María Rascón Larios
Universidad de Sonora. México

Dra. María del Rosario Molina González
Universidad de Sonora

Dra. Francisca Elena Rochin Wong
Universidad de Sonora. México

Dra. Lidia Amalia Zallas Esquer
Universidad de Sonora. México

Dra. Beatriz Llamas Arechiga
Universidad de Sonora. México

Dr. Rogelio Barba Álvarez
Universidad de Guadalajara. México

Dra. Rosa María Rincón Ornelas
Universidad de Sonora. México

Dr. Juan Flores Preciado
Universidad de Colima. México

Dr. Amado Olivares Leal. Universidad de Sonora
Universidad de Sonora. México

Dr. Guillermo Velázquez Valadez.
Instituto Politécnico Nacional (IPN) México

Dr. Hugo Nefstalí Padilla Torres.
Universidad Estatal de Sonora. México

Dr. Luis Ramón Moreno Moreno.
Universidad Autónoma de Baja California. México

Dr. Miguel Ángel Vázquez Ruiz.
Universidad de Sonora. México



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

Año 13.
Núm. 33

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Dra. Lorena Vélez García.

Universidad Autónoma de Baja California. México

Dra. Pabla Peralta Miranda.

Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia

Mtro. Roberto Espíritu Olmos

Universidad de Colima (FCA Tecomán) Colima

Dr. Héctor Priego Huertas.

Universidad de Colima (FCA Tecomán) Colima

Mtra. María Guadalupe Alvarado Ibarra.

Universidad de Sonora. México.

MSc. Celso Germán Sánchez Zayas

Universidad de Camagüey, Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba

Dra. María Luisa Quintero Soto

Universidad Autónoma del Estado de México

Dr. Eyder Bolivar Mojica

Universidad Católica, Luis Amigó, Medellín, Colombia

Revisores de Textos en Inglés

Mtro. Renato Encinas

Mtra. Cecilia Guadalupe Martínez Solano

Comité científico

Dr. Rosendo Martínez Jiménez. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.

Dr. Hugo Neftalí Padilla. Universidad Estatal de Sonora

Dra. María Teresa Gaxiola Sánchez. Universidad de Sonora.

Dr. José Cesar Kaplan. Universidad Estatal de Sonora.

Dr. Alfredo Islas Rodríguez. Universidad de Sonora

Frecuencia de publicación: semestral / 2 números por año.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.

Revista de Investigación Académica sin Frontera (RIASF) con (ISSN: 2007-8870) es un interlocutor internacional de acceso abierto revisado diario en línea en el ámbito del de las Ciencias Económicas Administrativas y Sociales. Su objetivo principal es dar a los trabajos de investigación de calidad. Cubre todas las sub-campos de los campos anteriormente mencionados. Proporciona la plataforma a académicos, estudiantes y profesionales. Sólo publica trabajos de investigación y artículos de revisión inicial. Documento presentado debe cumplir con algunos criterios como, debe ser original, inédita y no estén sometidos a ninguna otra revista.

RIASF es una revista arbitrada / Revisión por pares International. Publicamos documentos sobre una variedad de temas, contextos y estrategias de análisis que examinan la relación entre la rápida evolución para la Sociedad y la tecnología del conocimiento.

REVISTA DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA SIN FRONTERA, Año 13, No. 33, Julio – diciembre 2020, es una publicación semestral de investigación científica, editada por la Universidad de Sonora, a través de las División de Ciencias Económicas y Sociales, de la Unidad Regional Sur, Blvd. Lázaro Cárdenas No. 100, Col. Francisco Villa, Navjoa, Sonora, Sonora, México, C.P. 85880. Tel. (642) 425-99-54.

<http://www.revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/>, revistaacademicasinfrontera@unison.mx.

Editor responsable: Francisco Espinoza Morales. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: **04-2013-121811323700-203** e ISSN: **2007-8870**, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor. Inscrita en el Directorio de LATINDEX, con Núm. De folio 20014, folio único 14590. Responsable de la última actualización de este Número, Unidad Informática de la Universidad de Sonora, fecha de la última modificación, 30 de diciembre 2020, indexada a Cite Factor Academic Scientific Journal y Journals Master (IJIF) y Red Latinoamericana de Revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades, (Latín Rev). Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes en la presente publicación siempre y cuando se cuente con la autorización del editor y se cite plenamente la fuente.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

**Año 13.
Núm. 33**

(Julio – Diciembre 2020)



**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 25 de octubre de 2020. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 7 de diciembre de 2020.



Nos complace anunciar que su diario, "Academic Research Journal Withoutborders" (ISSN/EISSN 2007-8870) fue evaluado positivamente en la indexación Citefactor, ahora la página de la revista está disponible en línea, en caso de cualquier problema.

[Journals Master | International Innovative Journal Impact Factor \(IIJIF\)](#)

Red Latinoamericana de revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades



<https://www.neliti.com>

