



TESIS:

“ESTRATEGIAS PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO
EN SANTA ELENA, YUCATÁN, CON BASE EN SUS FORTALEZAS
SOCIOECONOMICAS”

PARA OPTAR AL GRADO DE:
MAESTRO EN PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS Y DESARROLLO
REGIONAL

PRESENTA:

SÁNCHEZ PERALTA ELDA GISSELLE

ASESOR:

DR. RAÚL ALBERTO SANTOS VALENCIA

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO

13 de diciembre de 2022



DEPENDENCIA: DIV. DE EST. DE POSG. E INV.
No. DE OFICIO: 213-/21
Mérida, Yucatán, 03/agosto/2021

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

**C. ELDA GISSELLE SANCHEZ PERALTA
PASANTE DE LA MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
DE EMPRESAS Y DESARROLLO REGIONAL
PRESENTE.**

De acuerdo al fallo emitido por su director **Raúl Alberto Santos Valencia** y la comisión revisora integrada por Ana Maria Canto Esquivel, Hermila Andrea Ulibarri Benítez y Andrés Miguel Pereyra Chan, considerando que cubre los requisitos establecidos en el Reglamento de Titulación de los Institutos Tecnológicos le autorizamos la impresión de su trabajo profesional con la TESIS:

"ESTRATEGIAS PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN SANTA ELENA, YUCATÁN CON BASE EN SUS FORTALEZAS SOCIOECONOMICAS"

ATENTAMENTE
Excelencia en Educación Tecnológica

**HERMILA ANDREA ULIBARRI BENÍTEZ
JEFA DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

C.p. Archivo
HAUB/AMPC/zac



Agradecimientos

A Dios, por la oportunidad de poder realizar esta maestría en un área de mi interés.

A mi familia, quien aún a la distancia siempre su apoyo estuvo presente.

A la institución por la oportunidad de cursar esta maestría.

A la Dra. Mayanin Sosa por su apoyo, cariño y aprecio en todo momento, así como al Dr. Raúl Santos asesor de este proyecto por su espera y apoyo.

A mis amigas María José Alcocer y Gabriela Reyes por su gran apoyo en cada semestre y aún después de terminar el curso.

A todo el cuerpo académico de la maestría por los conocimientos transmitidos, en especial a la Dra. Ana María Canto pues las habilidades obtenidas en sus clases fueron de importante relevancia al incorporarme de nuevo a la actividad laboral.

A mi futuro esposo, Carlos Casanova, motivador principal de la última etapa de este proceso.

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar y encontrar estrategias que puedan implementar un Desarrollo Turístico en Santa Elena, municipio que alberga uno de los sitios arqueológicos más sobresalientes de Yucatán: Uxmal. Para llegar a estas estrategias, se utilizaron las fortalezas socio económicas encontradas en la comunidad, a fin de promover en sus habitantes un mejor nivel socio económico y una conexión con las unidades económicas del municipio y las autoridades municipales.

Durante la etapa de investigación, se obtuvo una respuesta favorable del 65% de los actores principales, permitiendo así, el desarrollo de la misma. Resultado de la participación, se obtuvieron las siguientes propuestas: a) Organización de una agenda cultural por mes, b) Creación de sitios electrónicos que publiciten el municipio, c) Vinculación entre empresarios y gobierno municipal, donde ambas partes se vean beneficiados y, d) Apertura de la ruta de los oratorios de manera formal con horarios establecidos y personal capacitado.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze and find strategies that could implement a Tourist Development in Santa Elena, a municipality that houses one of the most outstanding archaeological sites in Yucatan: Uxmal. To find at these strategies, the socioeconomic strengths found in the community were used, in order to promote in its inhabitants a better socioeconomic level and a connection with the economic units of the municipality and the municipal authorities.

During the research stage, a favourable response was obtained from 65% of the main actors, thus allowing the development of the same. As a result of the participation, the following proposals were obtained: a) Organization of a cultural agenda per month, b) Creation of electronic sites that publicize the municipality, c) Linkage between entrepreneurs and municipal government, where both parties are benefited and, d) Opening of the oratory route in a formal manner with established schedules and trained staff.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1: Introducción.....	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Planteamiento del problema.....	15
1.3 Definición del problema.....	21
1.4 Preguntas de investigación:	21
1.4.1 <i>Pregunta general:</i>	21
1.4.2 <i>Preguntas específicas:</i>	21
1.5 Objetivos de la investigación.....	22
1.5.1 <i>Objetivo general:</i>	22
1.5.2 <i>Objetivos específicos:</i>	22
1.6 Justificación	22
1.7 Delimitación	22
Capítulo 2: Marco Teórico.....	24
2.1 Introducción	24
2.2 Evolución del turismo	24
2.3 Importancia del turismo.....	25
2.4 Concepto de turismo	28
2.5 Desarrollo turístico.....	28
2.6 Elementos de la oferta	29
2.6.1 Atractivos	30
2.6.2 Transporte	31
2.6.3 Alojamiento.....	32
2.6.4 Servicios auxiliares.....	34
2.6.5 Infraestructura	35
2.7 Agentes del desarrollo.....	35
2.8 Tipologías del desarrollo.....	36
2.9 Definición de fortaleza.....	37
2.10 Indicadores socioeconómicos.....	37
2.11 Conclusiones.....	38

Capítulo 3: Marco Contextual	40
3.1 Turismo internacional	40
3.2 Turismo en México	44
3.3 Turismo en Yucatán	46
3.3.1 Ruta Flamingo.....	47
3.3.2 Ruta Costa Esmeralda.....	47
3.3.3 Ruta de los cenotes.....	47
3.3.4 Ruta de los Itzáes	47
3.3.5 Ruta Centro	48
3.3.6 Ruta de los conventos.....	48
3.3.7 Ruta Puuc	48
3.4 Recursos turísticos de Santa Elena	50
3.5 Conclusiones	55
Capítulo 4: Metodología	56
4.1 Enfoque.....	56
4.2 Alcance de la investigación	56
4.3 Población y muestra	58
4.4 Factores de análisis.....	60
4.5 Instrumento de medición.....	60
4.6 Validez.....	62
4.7 Diseño	63
Capítulo 5: Análisis y discusión de los resultados	66
5.1 Muestra alcanzada	66
5.2 Identificar las principales actividades socioeconómicas con las que cuenta Santa Elena	66
5.3 Identificar las principales fortalezas y debilidades socioeconómicas de Santa Elena (análisis FODA).	67
5.4 Análisis y discusión de los resultados.....	70
5.4.1 Sección económica y de servicios	70
5.4.2 Sección de atractivos	71
5.4.3 Sección de transporte	72
5.4.4 Servicios auxiliares.....	73
5.4.5 Infraestructura	73
5.4.6 Sección de naturaleza.....	73

5.5 Estrategias que permitan un desarrollo turístico en Santa Elena	74
5.6 Establecer un orden de estrategias que impulsen el desarrollo turístico, socioeconómico en Santa Elena.	77
Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones.....	79
6.1 Conclusiones	79
6.2 Recomendaciones	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Principales destinos turísticos 2017	13
Figura 1.2 Actividad económica del país 2016	16
Figura 1.3 Mapa de la ruta Tren maya.....	17
Figura 1.4 Mapa de la ruta Tren maya 2018.....	20
Figura 2.1 Destinos turísticos del mundo más visitados 2016 vs 2017	27
Figura 2.2 Esquema del transporte y su relación con el turismo.....	31
Figura 2.3: Desarrollo de tiendas y servicios en un centro turístico según Defert, 1966.....	34
Figura 3.1 Llegadas de turistas internacionales 1990-2017	40
Figura 3.2 Mapa de llegada de turistas internacionales (millones) e ingresos por turismo internacional (miles de millones de USD)	42
Figura 3.3 Resultados del turismo por regiones	42
Figura 3.4 Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales 2018	43
Figura 3.5 Resultados de porcentaje de crecimiento en Las Américas.	44
Figura 3.6 Visitantes extranjeros vía aérea por nacionalidad y país de residencia	45
Figura 3.7 Principales puertos	46
Figura 3.8 Don Hernán, Sacerdote Maya	51
Figura 3.9 Museo de las momias Santa Elena	52
Figura 3.10 Templo de Santa Elena.	53
Figura 3.11 Oratorio en Santa Elena	53
Figura 3.12 Ruinas arqueológicas locales	54
Figura 3.13 Sitio arqueológico Uxmal	55
Figura 4.1 Tipos de muestra	58
Figura 5.1 Análisis FODA en Santa Elena.....	68
Figura 5.2 Sueldo promedio de empleados	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Visitantes a museos 2016	18
Tabla 1.2 Medición de la pobreza en Yucatán 2010 – 2015	20
Tabla 2.1: Ejemplos de atractivos turísticos según su categoría	30
Tabla 2.2 Categorías de alojamiento	33
Tabla 2.3 Tipologías del desarrollo turístico	37
Tabla 4.1 Tipos de alcance en la investigación.	57
Tabla 4.2 Clafisifación de las unidades económicas de muestra	59
Tabla 4.3 Clasificación de temas de la entrevista.....	62
Tabla 4.4 Unidades económicas utilizadas en el estudio	65
Tabla 5.1 Identificación de los elementos de la oferta.....	67
Tabla 5.2 Presupuesto aproximado	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Medición de la pobreza Yucatán 2010-2015.	87
Anexo 2: Instrumento iniciativa privada	88
Anexo 3: Instrumento gobierno municipal.....	94

Capítulo 1: Introducción

1.1 Antecedentes

Aunque no existe como tal un momento exacto con la cual se puede identificar el inicio de la historia del turismo, sí hay hechos significativos que indiquen el inicio de las actividades que permitieron la movilización de las personas con fines de ocio, negocios, entre otros. Desde la antigua Babilonia, existen evidencias de los viajes que empezaron a realizarse por negociación; así también los griegos que realizaban viajes de carácter político - religioso de donde surgen los juegos olímpicos, hasta llegar a los romanos quienes fueron los que dieron apertura a los viajes por ocio al asistir a festividades y baños termales además visitar templos y santuarios. Y aunque no eran reconocidas esas actividades como “turismo” como lo conocemos ahora, son ellas las que pusieron las bases sólidas para el desarrollo y consolidación del turismo (Acerenza, 2006).

Es durante los siglos XVI al XIX donde se establecen las bases del turismo contemporáneo, se introduce el término turismo y se desarrollan centros vacacionales. Los jóvenes de la nobleza son quienes se aventuran a realizar los primeros viajes al continente, y por la longitud de su estancia (3 años), logran denominarlos ‘grand tour’, proveyendo así, a principios del XVII literatura que permitía conocer recomendaciones para poder viajar de manera provechosa; esto permitió también poder realizar algunos mapas que permitían también orientación de las rutas a aquellos nuevos ‘turistas’ (Acerenza, 2006).

La transformación económica y social ocurrida como consecuencia de la Revolución Industrial, y el consiguiente surgimiento de una clase media grande y próspera con nuevos gustos y necesidades, en especial en cuanto a vacaciones y favorecida, además, por las rápidas mejoras ocurridas en los transportes, hizo que aumentara el número de personas que viajaban por placer. (Acerenza, 2006, p.73)

El turismo ha sido, a lo largo de la historia, motor de la transformación, económica, social y en alguna parte de la historia, también espiritual. Motivando así la creación e innovación tanto en el servicio al cliente, como en infraestructura (carreteras,

caminos, telecomunicaciones, agua potable, luz eléctrica, entre otros) así como también en el sector del transporte.

En América, la mayor expresión del turismo se dio en 1824 con el inicio de labores de Atlantic City, el primer centro turístico creado específicamente como centro vacacional, de playa planificado exclusivamente para el turismo. En América Latina, es a mediados del siglo XIX cuando comienzan a nacer los primeros centros vacacionales en Sudamérica. Pero es el año 1874 el que marca el parteaguas en la historia, en donde se aperturan balnearios y un fraccionamiento (en Chile) que posteriormente se convertirían en centros vacacionales en Argentina, Chile y Uruguay (Acerenza, 2006).

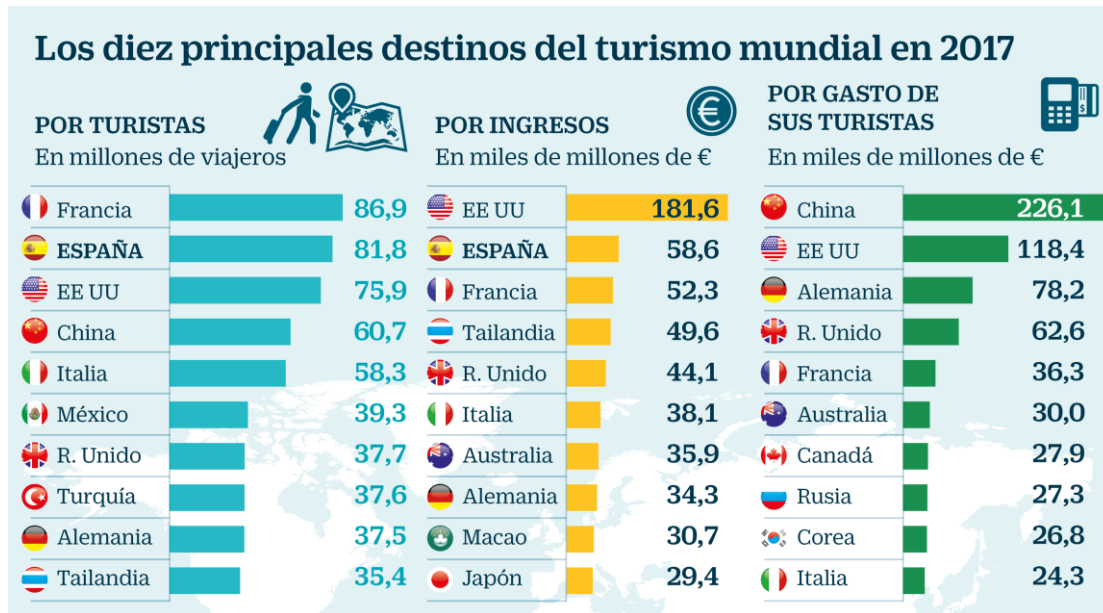
El inicio de la actividad turística en México, se remonta a 1933 (pocos años antes de la Segunda Guerra Mundial) con la Apertura de Acapulco como centro turístico (Acerenza, 2006). Pero es hasta 1950 cuando México logra posicionarse dentro de los países más visitados del mundo ocupando en ese momento el puesto número 13 de los países más visitados del mundo (Aguirre, 2016).

Actualmente, según el ranking por concepto de arribo de turistas internacionales de la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante el 2017, México logró posicionarse en el lugar número seis (figura 1.1), desplazando a los países del Reino Unido y Alemania con respecto a los años anteriores. En consecuencia, ha tenido un gran crecimiento en el turismo, lo que le ha permitido mejorar su posicionamiento entre los países más visitados por turistas (SRE, 2018).

El turismo en México es una actividad que ha ido en aumento a lo largo de la historia del país; ha logrado posicionarse como un motor fundamental para el crecimiento de la economía mexicana, abriendo oportunidades de trabajo para muchos mexicanos hoy día. Es reconocido en todo el mundo por la hospitalidad, calidez y alegría de su gente, lo que hacen que cada visita a nuestro país sea excepcional e inolvidable dejando en el corazón de cada visitante, el deseo de regresar. Con una

superficie de 1,973 de kilómetros cuadrados, México está integrado por un catálogo amplio de aventuras, diversión, lujo, playas, cultura y naturaleza,

Figura 1.1 Principales destinos turísticos 2017



Fuente: El país (2018).

El turismo es parte de las actividades del sector terciario que permiten el desarrollo de México. Según los resultados de la cuenta satélite del Turismo en México, durante el 2018, el turismo representó el 8.7% de la aportación al PIB nacional y generó 2.3 millones de empleos que corresponde al 6% del total de empleos generados en el país (DATATUR, 2020).

Entre su diversidad cultural, existen diferentes estados que destacan debido a la cantidad de visitantes que reciben cada año visitados tanto por turistas nacionales e internacionales. En los últimos años, el ranking de los estados más visitados según las estadísticas por llegadas de pasajeros por aeropuerto, son: Ciudad de México, Quintana Roo, Jalisco, Nuevo León, Baja California, Baja California Sur, Yucatán y Guanajuato (DATATUR, 2020).

Yucatán, de acuerdo a las llegadas de pasajeros al aeropuerto internacional que se encuentra en la ciudad de Mérida, se ha posicionado durante los últimos años en el puesto número 8 de los estados más visitados (DATATUR, 2020). Por su privilegiada posición geográfica y la disponibilidad de recursos naturales, culturales y sociales, Yucatán ha sido grandemente favorecida a lo largo de los años por el flujo de visitantes nacionales e internacionales que no sólo visitan la entidad sino que también la recomiendan como excelente destino turístico.

Durante los últimos 10 años, la actividad turística en Yucatán ha ido en aumento, permitiendo, a través de esta actividad, la creación de nuevas fuentes de empleos (directos e indirectos), así como el surgimiento de empresas y emprendedores. Por su variedad de ofertas turísticas que van desde los lugares de playas, hasta los llamados destinos aventura, Yucatán cuenta con los suficientes atractivos turísticos para ser considerado un sitio multidesino (Diario de Yucatán, 2017).

De acuerdo a las características de uso de suelo, la cobertura, la especialización de su producción agropecuaria, la distribución y el crecimiento reciente de la población, Yucatán se encuentra dividido en 18 subregiones, agrupadas en 7 regiones (metropolitana, costera, ganadera, henequenera, sur, maicera y occidental), las cuales presentan cierta homogeneidad en sus procesos de ocupación del territorio, dinámica demográfica y especialización productiva agropecuaria que coinciden de manera particular sobre la biodiversidad natural (García y Córdoba, 2010).

Dentro de la región occidental, se encuentra la Ruta Puuc, circuito turístico que incluye, además de Uxmal, a los sitios arqueológicos de Kabah, Sayil, Xlapak, Labná y las Grutas de Loltún. En los últimos diez años, se anexaron el sitio arqueológico de Oxkintok, y las Grutas de Calcehtok (Ligorred y Godillo, s.f), concentrando en esta ruta la mitad de las zonas arqueológicas abiertas al público administradas por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en el estado de Yucatán (INAH, 2011).

Es el sitio arqueológico de Uxmal quien caracteriza a esta región, ya que es uno de los asentamientos más importantes de la cultura maya por la grandeza de sus monumentos y la riqueza de su arquitectura y que desde hace más de dos décadas, fue declarada como Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (INAH, 2016). En un recuento de Enero a Septiembre de 2018, Uxmal llevaba más del 70% de visitantes con respecto al total recibidos durante año 2017 (Observatorio Turístico de Yucatán, 2018), y es de los sitios arqueológicos más visitados de la Ruta Puuc tanto por turistas nacionales como internacionales (INEGI, 2017).

1.2 Planteamiento del problema

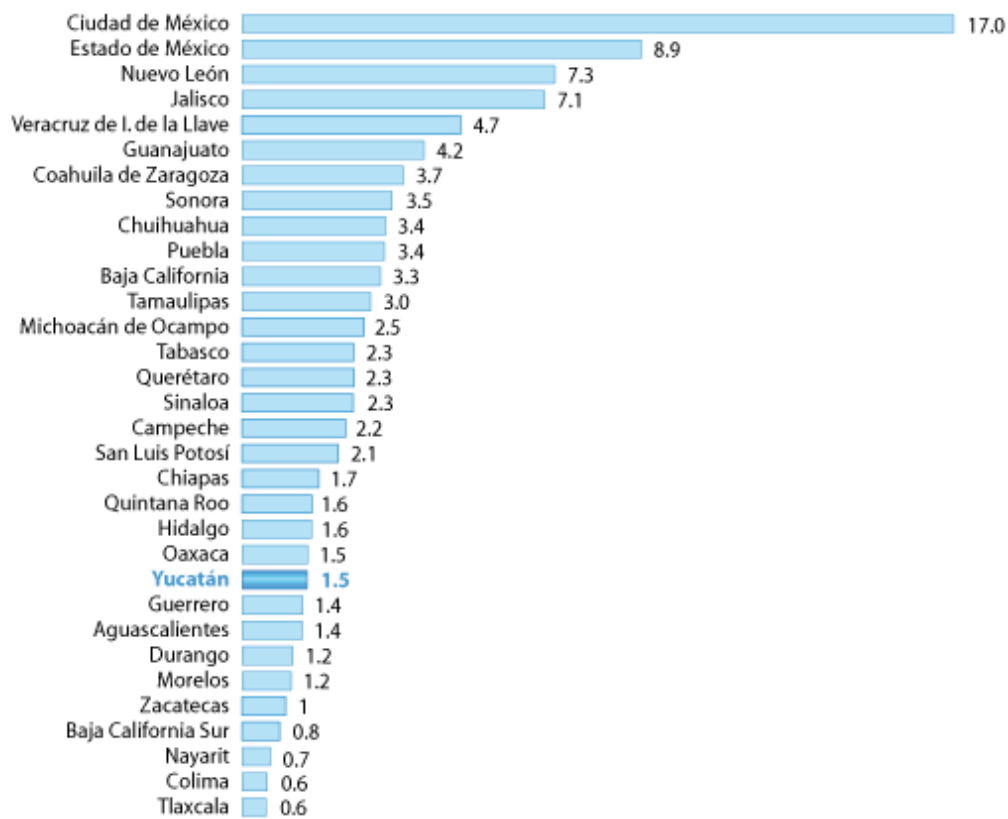
Datos del 2018, reflejan un porcentaje considerable de la contribución del turismo en el PIB nacional representado por un 8.7% (figura 1.2) (DATATUR, 2018). En el ámbito estatal, durante el 2016, Yucatán aportó al PIB nacional 1.5% (INEGI, 2016) y la actividad turística, junto con las demás actividades del sector terciario del estado, aportaron 67.3% al PIB estatal (INEGI, 2016). La actividad turística en Yucatán es de gran importancia pues una cantidad considerable de personas del comercio informal, dependen del turismo para comercializar sus productos o servicios. Es así como, se visualiza al turismo como un área en potencia para ser explotada al máximo para el aporte de la economía de nuestro estado.

El Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Andrés Manuel López Obrador, a fin de impulsar el crecimiento socioeconómico en el país, se ha propuesto proyectos de infraestructura, entre los cuales se encuentra el proyecto “Tren Maya”, cuyo fin es detonar el desarrollo económico y turístico en el sureste mexicano. “El proyecto consiste en un nuevo servicio de transporte férreo que interconecta las principales ciudades y zonas turísticas de la península de Yucatán” y tiene como objetivos (López Obrador,2018):

- Impulsar el desarrollo socioeconómico de la región y las comunidades locales.
- Fomentar la inclusión social.

- Creación del empleo.
- Promover y resguardar las culturas indígenas locales.
- Proteger y rehabilitar las áreas naturales protegidas en la Península.
- Fortalecer la industria turística en México.
- Fortalecer el ordenamiento territorial de la Península.

Figura 1.2 Actividad económica del país 2016



Fuente: INEGI (2016).

Se utilizará una locomotora biodiesel, híbrida, cuya velocidad máxima permitida será de 160km/h (velocidad media). La ruta tendrá 15 estaciones (figura 1.3) ubicadas en Palenque, Tenosique, Escárcega, Calakmul, Bacalar, Felipe Carrillo Puerto, Tulum, Playa del Carmen, Puerto Morelos, Cancún, Valladolid, Chichen Itzá, Izamal, Mérida y Campeche con un total de 1,525km de recorrido divididos en: 426km para el tramo selva, 446km para el tramo caribe y 653km para el tramo del golfo. Se

estima que los pasajeros del tren usarán la ruta para turismo, negocios, asuntos familiares, así como también para servicio de carga (LÓPEZ OBRADOR, 2018).

Figura 1.3 Mapa de la ruta Tren maya



Fuente: López Obrador (2018).

La Ruta Puuc, nombre que significa cerro o colina, abarca el sur del estado de Yucatán y el norte de Campeche y es una cordillera de cerros bajos y colinas. En Yucatán, esta ruta va desde Oxkutzcab a Kabah, a lo largo de 41 km, conectando también los interesantes sitios mayas de Labná, Xlapak, Sayil y Kabah. La mayoría de las estructuras de estos sitios arqueológicos datan de los años 800 al 1000 d.C. y representan una variante del periodo post clásico Maya (estilo Puuc) (EcuRed, s.f.).

Además de los sitios arqueológicos; ésta ruta cuenta con grutas, ecomuseo del cacao, y sitios donde se puede realizar ecoturismo como la cooperativa Ich Ha, eco hospedaje San Agustín y Codornejos, que proveen de hospedaje y una diversidad

gastronómica de manera que satisfacen los diferentes gustos de los visitantes (SEFOTUR, 2018).

A pesar de la riqueza natural y cultural, la Ruta Puuc no es visitada con frecuencia pues de acuerdo a los datos del anuario 2017, el sitio arqueológico más visitado de la Ruta Puuc es Uxmal (Tabla 1.1), e inclusive, los otros sitios arqueológicos que se encuentran dentro de la zona, no son visitados en la misma frecuencia que Uxmal. El turismo que frecuenta esta ruta son mayormente excursionistas, es decir,

Tabla 1.1 Visitantes a museos 2016

Visitantes a museos y zonas arqueológicas administrados por el INAH
por sitio visitado según residencia del turista
2016 Cuadr

Concepto	Total	Residentes en el país	No residentes en e
Visitantes a museos	112 104	104 444	
Museo Regional de Yucatán "Palacio Cantón"	110 734	103 115	
Pinacoteca del Estado "Juan Gamboa Guzmán"	1 370	1 329	
Visitantes a zonas arqueológicas	2 854 924	1 004 546	1 85
Acanceh	8 121	7 503	
Aké	10 216	9 307	
Balamcanché	4 434	3 889	
Chacmultún	2 390	2 292	
Chiché Itza	2 107 410	552 141	1 55
Dzibilchaltún con museo del Pueblo Maya	132 843	95 586	3
Ekbalam	164 589	57 248	10
Izamal	13 306	12 901	
Kabah	43 540	24 946	1
Labná	18 096	13 664	
Loltún	38 394	33 338	
Mayapán	20 219	16 269	
Oxkintok	7 846	7 113	
Sayil	19 228	13 187	
Uxmal con museo de sitio	229 224	133 107	9
Xcambó	25 182	15 239	
Xlapak	9 886	6 816	

Nota: La información comprende tanto a los visitantes con boleto pagado, como aquellos que corresponden a grupos de cortesía.
Fuente: INAH. www.estadisticas.inah.gob.mx (8 de marzo de 2017).

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017).

visitantes de un día, por lo que la ruta no ha logrado un auge que le permita a sus visitantes pernoctar (DATATUR, 2017), limitando el crecimiento económico.

Esta limitante se refleja en los municipios que integran la Ruta Puuc y circunvecinos, ya que se encuentran en la lista de los municipios más pobres del estado, caracterizados con una población en situación de pobreza con un porcentaje mayor al 50%. Santa Elena, cabecera del sitio arqueológico de Uxmal, es el municipio más pobre de la zona con un porcentaje del 80.1 durante el 2015 según los datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de desarrollo Social (CONEVAL) correspondiente al año 2015 (Tabla 1.2) ocupando el vigésimo tercer lugar de 106 municipios del estado.

Esto a su vez genera rezago educativo, enfermedades derivadas de la falta de alimentos, servicios médicos, servicios públicos (agua potable, luz eléctrica, drenaje y gas) y viviendas de baja calidad; lo anterior sin tomar en cuenta los efectos psicológicos (como violencia intrafamiliar, delincuencia, depresión, etc.) que se puede generar en la población derivado de las carencias ya mencionadas (Anexo 1.1).

Siendo que en sus inicios, dentro de las estaciones para el proyecto se encontraba el municipio de Maxcanú (figura 1.4), esta investigación se planteó para impulsar el desarrollo turístico en esa localidad derivado del proyecto tren maya. Sin embargo, la estación fue removida a principios de 2019. Por la cercanía a la estación removida y a la estación que aún permanece en la ciudad de Mérida, así como el aumento de visitantes que se espera recibir en la ruta Puuc derivado de esta actividad, esta investigación fue replanteada y se centró en el municipio de Santa Elena, corazón

Tabla 1.2 Medición de la pobreza en Yucatán 2010 – 2015



Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social

Medición de la pobreza, Yucatán, 2010-2015

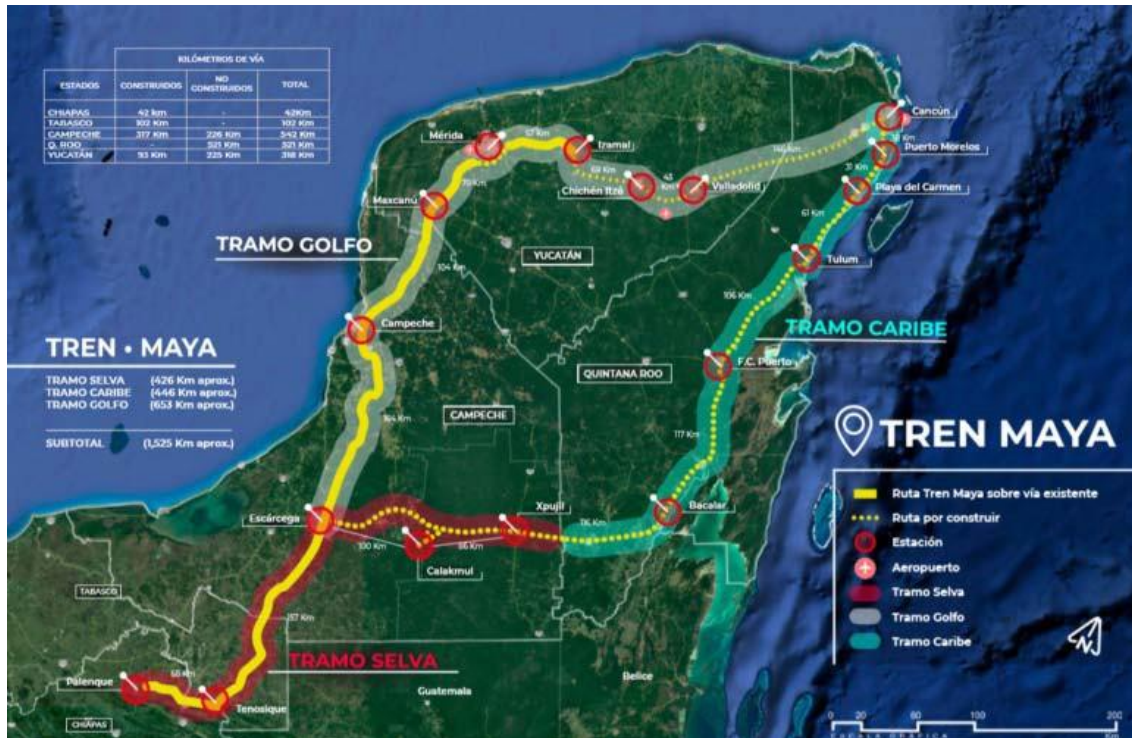
Indicadores de pobreza por municipio

Clave de entidad	Entidad federativa	Clave de municipio	Municipio	Población 2010* (leer nota al final del cuadro)	Población 2015* (leer nota al final del cuadro)	Pobreza					
						Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Personas 2010	Personas 2015	Carencias promedio 2010	Carencias promedio 2015
31	Yucatán	31066	Santa Elena	3,804	4,108	86.0	80.1	3,270	3,291	2.7	2.7
31	Yucatán	31055	Opichén	5,874	6,892	81.0	75.1	4,760	5,173	3.5	2.7
31	Yucatán	31056	Oxkutzcab	27,513	21,227	72.6	64.3	19,962	13,647	2.6	2.8
31	Yucatán	31053	Muna	10,351	11,494	71.4	61.5	7,392	7,073	2.9	2.8
31	Yucatán	31089	Ticul	47,425	39,171	60.5	57.2	28,701	22,399	2.7	2.7
31	Yucatán	31048	Maxcanú	23,022	39,099	51.9	41.7	11,941	16,317	3.2	2.8

Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH y la Encuesta Intercensal 2015.
 Notas: La población presentada en estos cuadros tiene un propósito exclusivamente estadístico: está calibrada para que, en las estimaciones de pobreza, la suma de la población municipal sea igual a la población de cada entidad federativa reportada con base en la información del MCS-ENIGH 2010 o del MEC 2015 del MCS-ENIGH publicados.
 Por lo anterior, estas cifras de población podrían diferir de las reportadas por el INEGI y CONAPO a nivel municipal.
 Las estimaciones municipales de pobreza han sido ajustadas a la información reportada a nivel estatal en el MCS-ENIGH 2010 (cifras 2010) o en el MEC 2015 del MCS-ENIGH (cifras 2015).
 Algunas cifras pueden variar por cuestiones de redondeo.
 La información relacionada con la medición de pobreza municipal 2010 se actualiza con fecha 18 de diciembre de 2017, toda vez que en la construcción de la carencia por acceso a los servicios básicos de la vivienda se considera el combustible que se utiliza para cocinar. Lo anterior ya se hizo del conocimiento de los usuarios de la información para fines presupuestales y de planeación que se llevarán a cabo a partir de 2018.

Fuente: CONEVAL (2017)

Figura 1.4 Mapa de la ruta Tren maya 2018



Fuente: López Obrador (2018).

Se infiere, que el proyecto tren maya impulse el desarrollo turístico en el estado, de manera especial en la Ruta Puuc, por lo que se espera que, al tener una mayor afluencia de visitantes derivado de las estaciones de tren que están visualizadas para el proyecto tren maya en Yucatán, se incremente el porcentaje de pernocta en el estado y se busquen más alternativas de visitas, por lo que se estima el aumento de visitantes en la la Ruta Puuc permitiendo una derrama económica en las localidades y pueblos circunvecinos a fin de generar crecimiento y desarrollo no sólo turístico sino también socioeconómico.

1.3 Definición del problema

Se estima que este proyecto permitirá un incremento en la afluencia de visitantes a la Ruta Puuc derivado de las estaciones de tren propuestas para el estado de Yucatán; impulsando así el desarrollo turístico y provocando una derrama económica para la zona; por lo que se percibe que no existen servicios que puedan satisfacer las necesidades de los turistas que visiten la Ruta Puuc.

1.4 Preguntas de investigación:

La investigación se basa en las siguientes preguntas:

1.4.1 *Pregunta general:*

¿Cuáles serían las principales estrategias para el desarrollo turístico de Santa Elena con base en las fortalezas socioeconómicas?

1.4.2 *Preguntas específicas:*

- ¿Cuáles son las actividades socioeconómicas con las que cuentan Santa Elena?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades socioeconómicas que dispone Santa Elena?
- ¿Cuáles serían las estrategias que pueden impulsar el desarrollo turístico, socioeconómico y sustentable de Santa Elena?
- ¿En qué orden se deben establecer las estrategias que impulsen el desarrollo turístico en Santa Elena?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 *Objetivo general:*

Proponer estrategias prioritarias para el desarrollo turístico de Santa Elena, con base en sus fortalezas sociales y económicas.

1.5.2 *Objetivos específicos:*

- Identificar las principales actividades socioeconómicas con las que cuenta Santa Elena.
- Identificar las principales fortalezas y debilidades socioeconómicas de Santa Elena.
- Determinar estrategias que permitan un desarrollo turístico en Santa Elena.
- Recomendar un orden de estrategias que impulsen el desarrollo turístico, socioeconómico en Santa Elena.

1.6 Justificación

Esta investigación pretende:

- Conocer el impacto socioeconómico que se derive del proyecto "Tren Maya" en la Zona Uxmal,
- Proponer las estrategias, de manera que permita visualizar a la iniciativa pública y privada, las oportunidades de dinamismo turístico en Santa Elena.
- Colaborar con información puntual para empresas involucradas en el sector turístico, que les permitan un apoyo en la toma de decisiones para la implementación de inversiones económicas.

1.7 Delimitación

En la ruta del proyecto "Tren Maya" se han planeado cuatro estaciones del tren localizadas en: Mérida, Izamal, Chichén Itzá y Valladolid. Esta investigación se enfocará en Santa Elena, corazón de la Ruta Puuc y quien alberga "Uxmal" la zona turística más visitada del estado y que se encuentra a 1 hora de la ciudad de Mérida.

La población objeto de estudio serán los comercios, hoteles y restaurantes (en sus diferentes categorías), supermercados y tiendas de conveniencia, ventas de artesanías, clínicas o lugares de asistencia médica, sitios ecoturísticos (visitas a cenotes, grutas, entre otros) que permitan la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Entre los beneficios que se esperan obtener como resultado del proyecto tren maya en la Ruta Puuc se encuentran:

- Mayor afluencia de visitantes en los sitios arqueológicos y ecoturísticos de la zona.
- Incremento de turistas que pernoctan en la zona Uxmal.
- Creación de empleos derivado de la instalación de nuevos servicios de alojamiento, servicios clínicos o diferentes tipos de comercios que proporcionen a los turistas servicios básicos.
- Creación de espacios para empresarios con inversión.
- Incremento de ventas de las empresas ya existentes.
- Mejoramiento del nivel de vida de la población derivado de la actividad económica (creación de empleos e incremento de ventas).
- Mejores instalaciones y servicios que permitan a los turistas una estancia agradable y la oportunidad de pernoctar en la zona.
- Reducción de los índices de pobreza.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1 Introducción

Este capítulo tiene como objetivo la comprensión de los conceptos necesarios para lograr el desarrollo turístico en diferentes escenarios. La mayor parte de este capítulo está sustentado en el trabajo de Pearce (1991), sin embargo, se han tomado también otros autores para ampliar algunos conceptos.

2.2 Evolución del turismo

Desde sus orígenes, el hombre ha tenido que trasladarse por distintas razones, entre ellas, la caza, religión, comercio, guerras, ocio, entre otras. Sólo las personas de clase alta eran quienes, en un principio, podían realizar cualquier tipo de viaje o traslado. Los romanos, por ejemplo, 'viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades. En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales'. Estos viajes llegaron a ser conocidos con el nombre de *Grand Tour* (Sancho, 2001).

En los países desarrollados, durante los años treinta, el surgimiento del "Estado de bienestar", permitió un crecimiento en los salarios a manera que no sólo generó un mejor nivel de vida en los ciudadanos, sino que también obtuvieron la oportunidad de dedicar tiempo libre a nuevas formas de ocio (Gutiérrez & González, 2010). Pero fue hasta la mitad del siglo XX que 'el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores', entre los más significativos están: 'la aparición del avión de pasaje al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados', surgiendo así el turismo de masas (Sancho, 2001).

Un factor más que fue determinante para llegar a las nuevas y más lejanas regiones fue el desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte, que, junto con el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales, contribuyeron al incremento del turismo internacional

provocando un aumento de los desplazamientos. Es así como iniciaron los desplazamientos por motivos de negocios o estudios profesionales. Esto favoreció la estandarización en la parte de la oferta, basada en paquetes turísticos que permiten, hasta nuestros días, gestionar la demanda de un elevado número de turistas de acuerdo a sus intereses y necesidades (Sancho, 2001).

Es así, como desde los años 50's, hasta la actualidad, el turismo internacional ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido, aún a pesar de los períodos de recesión, pues han presentado crecimiento moderado en esas etapas así como una recuperación rápida después de las crisis económicas. Se puede concluir que, "la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico" (Sancho, 2001) lo que ha permitido que algunos autores la consideren como la segunda actividad más importante del mundo después de la industria del petróleo y sus sectores derivados.

En el ámbito nacional, fue la facilidad de obtención del automóvil y demás medios de transporte, lo que favoreció al turismo e impulsó la oportunidad de nacimientos de destinos turísticos (atractivos), servicios y diferentes tipos de alojamiento para los turistas (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991), así como también la oportunidad de que los gobiernos invirtieran en infraestructuras básicas de las ciudades a fin de mejorar los desplazamientos, beneficiando así no sólo a los viajeros sino también a los residentes (Sancho, 2001).

2.3 Importancia del turismo

"La industria turística, por su gran complejidad, es caracterizada no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se están involucrados en su desarrollo" (Sancho, 2001, pág. 16). La actividad turística aporta diversos beneficios a la sociedad: favorece la creación de empleo, aporta divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos y fomenta la actividad empresarial produciendo así el denominado *efecto multiplicador*, que se resume en 'un aumento en la demanda de los bienes o servicios producidos por un sector genera, a su vez, un incremento en la demanda

de bienes o servicios procedentes de otros sectores, que son necesarios para la producción de los anteriores'. Es decir, que a medida que en las empresas de la industria turística reponen sus *stocks*, renuevan sus materiales o mobiliario, pagan a proveedores, pagan salarios, impuestos, tasas, facturas de gas, luz, agua, seguros, etc., permite el movimiento de la economía local, produciendo un claro reparto de la renta beneficiando en una parte a la economía local y en otra, a la frontera (Sancho, 2001).

La Organización Mundial del Turismo, en el informe mundial 'Panorama OMT del turismo internacional' del 2017, menciona que, durante ese año, el turismo generó 1 de cada 10 empleos, el 10% del PIB mundial (directo, indirecto o inducido), 7% de las exportaciones mundiales, 30% de exportaciones en servicios, entre otros (OMT, 2017).

En cada región del mundo, el turismo toma una importancia diferente, debido al tiempo en el que tarda en desarrollarse esta actividad no ha seguido el mismo ritmo. Sancho (2001) menciona que, el grado de desarrollo y crecimiento económico, la renta disponible de la población, el tiempo de ocio, los aspectos demográficos, el entorno político, las costumbres y creencias religiosas, el nivel general de educación, el grado de desarrollo tecnológico, entre otros, son factores que permiten la interacción del turismo en la economía de cada país.

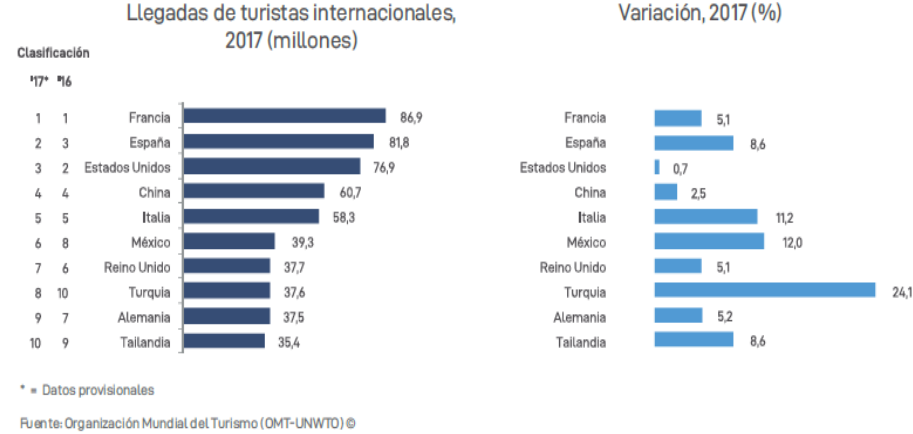
De acuerdo con Sancho (2001), se considera que los flujos turísticos se han desarrollado, principalmente, en los países desarrollados:

Muchos de estos factores, están claramente interrelacionados, así por ejemplo, cuanto mayor sea el desarrollo económico de una región, mayor será su desarrollo tecnológico, la renta disponible del ciudadano medio, su nivel de educación, su tiempo de ocio, etc., favoreciendo todo ello al crecimiento del turismo. (p.22)

Para clasificar los principales destinos turísticos del mundo, la OMT considera dos aspectos importantes: llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo.

Cada año compila y difunde estadísticas de turismo a través de diversas publicaciones. Una de sus herramientas es el barómetro del turismo mundial donde se muestran los diez principales destinos de cada año para ambos aspectos. Durante el 2017, México obtuvo la posición número 6 (figura 2.1) en la clasificación de llegadas de turistas internacionales, desplazando a los países del Reino Unido y Alemania con respecto al año 2016 (OMT, 2017). Esta información permite visualizar que, en los países **en desarrollo**, aún a pesar de no contar con un desarrollo y crecimiento económico como en los países desarrollados, también se pueden generar flujos turísticos que influyan de manera importante en su economía.

Figura 2.1 Destinos turísticos del mundo más visitados 2016 vs 2017



Fuente: OMT (2018)

2.4 Concepto de turismo

En los inicios del movimiento turístico, el turismo fue definido como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942 citado en Sancho, 2001). Actualmente, la OMT define al turismo de la siguiente manera:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, 2001, pág. 46).

A esta definición, diversos autores han aportado para el enriquecimiento de esta. Pearce (1991) propone seis amplias áreas de tópicos que integran los componentes más importantes del turismo:

1. Los patrones de distribución espacial de la oferta.
2. Los patrones de distribución espacial de la demanda.
3. La geografía de los centros vacacionales.
4. Los movimientos y flujos turísticos.
5. El impacto del turismo
6. Los modelos de desarrollo del espacio turístico.

Estos componentes, Pearce (1991) los engloba en una sola área conocida como “Desarrollo turístico” pero ocupándose primordialmente de la oferta, la localización y el impacto del turismo.

2.5 Desarrollo turístico

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión o el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, también puede

incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991, p.14).

El desarrollo turístico se presenta en diferentes formas. Entre los ejemplos más relevantes se encuentran centros vacacionales costeros, termales o alpinos y ciudades grandes (ya sea por sus rasgos naturales o infraestructura como Tokio, Londres y París). También puede presentarse como el fenómeno de la segunda residencia, éste puede darse forma de casas de campo transformadas o de construcción masiva de condominios; así como parques temáticos, parques nacionales que promueven la construcción de hoteles, restaurantes, aeropuertos, autopistas así como de plantas eléctricas o de tratamientos de agua (entre otros), permitiendo de esta manera el desarrollo total o parcial a fin de servir al público viajero (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

No existe un único tipo o modelo de desarrollo turístico. Siendo que el desarrollo turístico puede asumir cualquier forma. La manera en que se puede propiciar en la localidad, dependerá del contexto local (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991). Basado en el modelo Miossec, Pearce (1991) define los papeles y funciones de los diversos agentes del desarrollo turístico, que varía según el tipo de turismo y que está compuesto de diferentes factores que influyen en la infraestructura así como también generan impactos económicos, ambientales y sociales a fin de proporcionar elementos para una apreciación general para posteriormente enfocarse en problemas particulares desde los elementos de la oferta.

2.6 Elementos de la oferta

El desarrollo turístico abarca la provisión de una amplia gama de instalaciones y servicios. Esta gama buscada por el turista, Pearce (1991) las agrupa en cinco grandes sectores:

1. Atractivos: Inducen a los turistas a visitar el lugar.
2. Transporte: Permiten que los turistas lleguen a los atractivos.

3. Alojamiento: Proporciona el bienestar al visitante durante su estancia.
4. Servicios auxiliares: Proporciona el bienestar al visitante durante su estancia.
5. Infraestructura: Garantiza el funcionamiento esencial de todos los elementos anteriores.

2.6.1 Atractivos

Los atractivos han sido clasificados de varias formas. *Swarbrooke* (2010) los clasifica en: característicos del entorno natural, contruidos por el hombre **sin** fines turísticos, contruidos por el hombre **con** fines turísticos y eventos especiales. Algunos ejemplos de atractivos se muestran en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1: Ejemplos de atractivos turísticos según su categoría

Entorno natural	Construido sin fines turísticos	Construido con fines turísticos	Eventos especiales
Playas	Catedrales e Iglesias	Parques de diversiones	Eventos deportivos
Cuevas	Casas históricas	Parques temáticos	Festivales de arte
Formaciones rocosas	Sitios arqueológicos	Museos al aire libre	Mercados y ferias
Ríos y Lagos	Monumentos antiguos	Centros culturales	Usos y costumbres
Vida silvestre (flora y fauna) de los diferentes ecosistemas	Jardines históricos	Parque acuático	Eventos culturales
	Ferrocarriles de vapor	Galerías de arte	Aniversarios históricos
	Pantanos, cenotes	Jardines	Eventos religiosos
		Mercados de artesanías	
		Plazas comerciales	
		Granjas turísticas	
		Zoológicos	
		Casinos	
		Aguas termales	
		Desarrollos frente al mar	

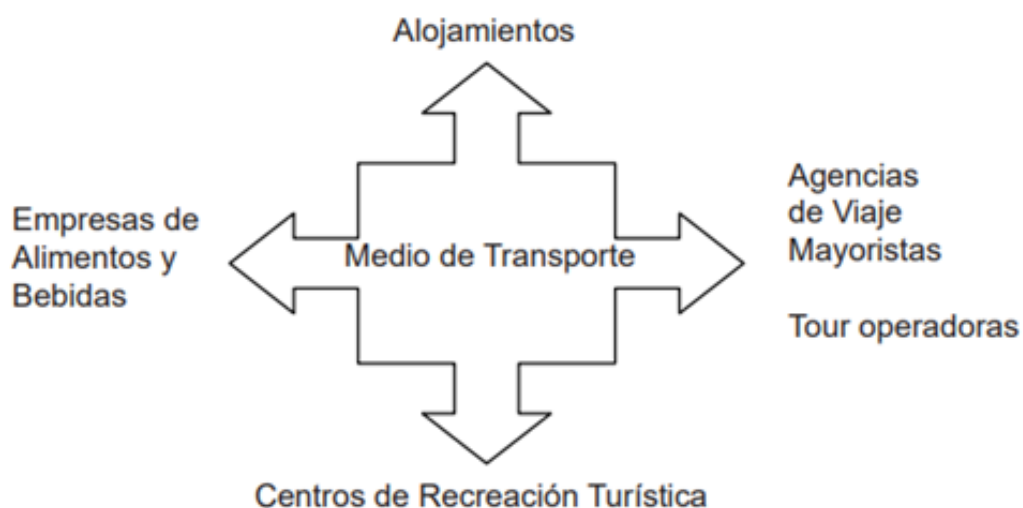
Fuente: Swarbrooke, 2010 Traducido por autor

2.6.2 Transporte

El transporte, en sus diversas líneas (terrestres, acuáticos, aéreos), forman parte de la actividad turística y es un factor determinante del producto turístico. Son el medio para llegar al destino, y en un número reducido de casos, son la atracción o actividad turística (Cooper, 2007, citado en Viloría, 2012) un ejemplo de ello son los cruceros.

La relación del transporte con el turismo es de alta importancia pues no sólo permite la transportación a los turistas, sino también, permite el intercambio de bienes y servicios para los diferentes elementos que componen el turismo y además, es por este medio como los diferentes tipos de alojamiento pueden recibir sus insumos para satisfacer las necesidades de los turistas, entre otros (Viloría Cedeño, 2012). En la figura 2.2 se puede apreciar un esquema con las diferentes relaciones entre turismo y el transporte.

Figura 2.2 Esquema del transporte y su relación con el turismo



Fuente: Viloría Cedeño (2012)

2.6.3 Alojamiento

No existe una clasificación unánime de los tipos de alojamiento, sino que varía según la ley turística que gobierne en cada país. La Escola Universitaria Mediterrani, sugiere las siguientes categorías de alojamiento cuya información se ha parafraseada de acuerdo a las condiciones mexicanas en la Tabla 2.2 (EU Mediterrani, 2018):

En México, aún en el medio rural existen hoteles. Pueden estar presentes con la misma infraestructura que si se encontraran en una ciudad grande pero también hay los que se adaptan al entorno rural para aprovechar al máximo los recursos naturales a su disposición. Los que son adaptados como son centros vacacionales, suelen ser muy costosos; un ejemplo de ello es el Club Méditerranée (Morín, 1980). Es preciso mencionar, que las viviendas particulares que hospedan a familiares o amigos mientras éstos realizan actividades de ocio y/o negocio (u otras actividades) también son consideradas como un tipo de alojamiento, tanto en el medio rural como en las grandes ciudades (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

2.6.3.1 Nuevos tipos de alojamiento

El fortalecimiento de los portales web y el creciente desarrollo del turismo en las grandes ciudades ha permitido el origen de los llamados **P2P** (de persona a persona). A través de páginas web de referencia, los propietarios de viviendas ofrecen en régimen de alquiler por días a otros turistas (la más conocida actualmente Airb&b). Por último, existe entre familiares y amigos un intercambio o **couchsurfing**, en donde reciben personas de forma gratuita en viviendas propias a cambio de que éstas, en sus lugares de origen, hagan lo mismo con otros usuarios e inclusive a quienes les han proporcionado este servicio (EU Mediterrani, 2018).

Tabla 2.2 Categorías de alojamiento

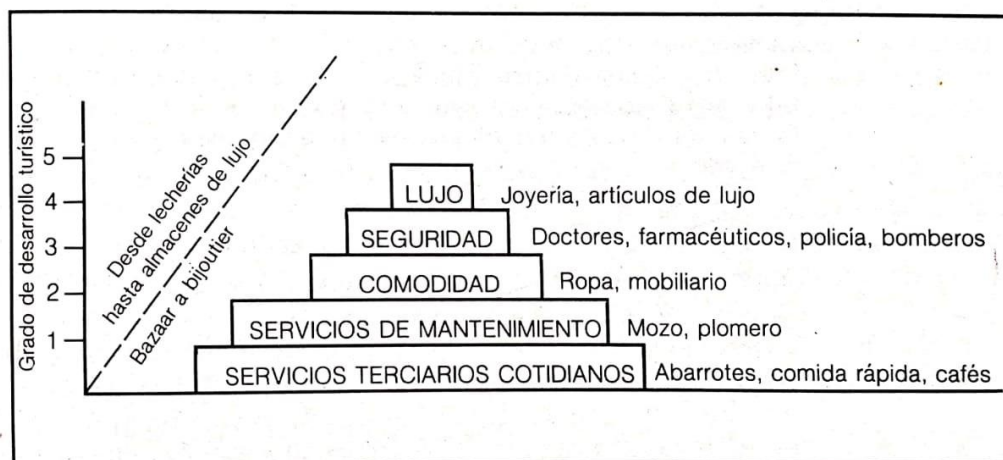
	Características	Tipos de alojamiento
Hostal	De bajo coste, habitaciones, cocinas y salones son de uso compartido con otros huéspedes y los usuarios limpian lo usado, etc.	Relacionado con ciudades y grandes destinos turísticos (predominan en ciudades y destinos sol y playa)
Hoteles	Ofrecen habitación con baño en la misma estancia o planta y servicio de recepción de clientes.	Relacionado con ciudades y grandes destinos turísticos (predominan en ciudades y destinos sol y playa)
Apartahoteles	Similar al hotel pero se le agrega cocina y sala en la misma habitación y en algunas ocasiones servicio de parking y lavandería.	Relacionado con ciudades y grandes destinos turísticos (predominan en ciudades y destinos sol y playa)
Viviendas vacacionales	Similar al apartahoteles pero puede incluir más de una habitación, piscina y terraza. Éstas pueden ser alquiladas por semanas o meses.	Relacionado con ciudades y grandes destinos turísticos (predominan en ciudades y destinos sol y playa)
Casas rurales (hoteles rurales)	Construcciones de arquitectura tradicional rehabilitadas. Puede haber una recepción o unos servicios mínimos ofrecidos por los gestores de la casa rural.	Relacionado al mundo rural
Campings	Zonas o parcelas para acampar al aire libre para tiendas de campaña o autocaravanas.	Relacionado al mundo rural

Fuente: Elaboración propia basado en EU Mediterrani (2018).

2.6.4 Servicios auxiliares

Pearce (1991) establece que los turistas necesitarán una gama muy amplia de servicios auxiliares (como tiendas de souvenirs, farmacias, restaurantes, centros médicos, entre otros) a fin de tener una mejor experiencia en el lugar que se visita. Muchos de estos servicios e instalaciones auxiliares se encuentran en las localidades proveyendo a sus residentes. La disponibilidad de los servicios varía según la frecuencia con la que son usados, tanto por residentes como por visitantes (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991). Defert (1966) propuso un modelo jerárquico para el desarrollo de estos servicios (figura 2.3):

Figura 2.3: Desarrollo de tiendas y servicios en un centro turístico según Defert, 1966



Fuente: Pearce (1991)

Aquellos que son utilizados diariamente, como tiendas de conveniencia, de abarrotes, restaurantes, entre otros, tendrán mayor presencia, y en caso de ser un nuevo lugar turístico, serán los primeros en establecerse. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el desarrollo de los centros turísticos pudiera ser tan rápido que algunos servicios de lujo se puedan ofertar desde el principio (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

2.6.5 Infraestructura

Además de la infraestructura de transporte con que cuente la localidad (carreteras y estacionamientos, aeropuertos y puertos), en esta categoría se encuentran también servicios públicos, como la electricidad y el drenaje (y actualmente también las telecomunicaciones: internet y señal telefónica) que son necesarios para el desarrollo de los servicios turísticos. Aunque esta infraestructura puede ser diseñada para atender las necesidades de la población residente, también puede ser desarrollada o ampliada expresamente para el turista (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

Entre las razones por las cuales esta categoría tarda en realizarse es debido a que la infraestructura es que es una carga para el desarrollo ya que no genera directamente ingresos por sí misma (salvo algunas excepciones como las carreteras de cuota) y requiere de desembolsos cuantiosos para su creación y/o mejoramiento. Por ello, es importante mantener una combinación equilibrada entre la infraestructura y el desarrollo turístico ya que difícilmente un alojamiento excelente no será atractivo en un lugar con atractivo(s) mediocre(s) (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

2.7 Agentes del desarrollo

Para que los componentes mencionados anteriormente puedan ser aprovechados de la mejor manera, existen diferentes agentes que pueden ser impulsados dependiendo el contexto histórico, político, económico, cultural y geográfico. Estos agentes pueden clasificarse en dos categorías: sector público y sector privado (Pearce, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas, 1991).

La capacidad de estos agentes de desarrollo aumentará con su tamaño, y los proyectos mayores requerirán más recursos, tanto técnicos como financieros. Los empresarios turísticos nacionales o internacionales tendrán más recursos a su disposición que las empresas menores de carácter regional o local (Pearce, 1991, p. 27).



2.8 Tipologías del desarrollo

Las tipologías que han sido propuestas sirven a la útil finalidad de subrayar el hecho de que pueden ocurrir, y en realidad ocurren, diferentes procesos de desarrollo turístico. De mayor importancia es que los criterios usados para deducir esas tipologías pueden brindar un medio valioso para analizar el turismo en otras situaciones... Aunque estos criterios varían, las tipologías generalmente tienen en cuenta las características de los empresarios turísticos y el recurso por ser desarrollado, la forma de desarrollar el recurso, el contexto del desarrollo y su organización espacial (Pearce, 1991, p. 29).

Pearce (1978), propone una clasificación generalizada: Desarrollo integrado y desarrollo catalítico, cuya diferencia radica en quién lleva la responsabilidad en el proceso de desarrollo. El desarrollo integrado es llevado a cabo por un solo promotor. De manera particular, la participación local queda excluida en gran medida del proceso de desarrollo, “aunque algunos lugareños pueden encontrar trabajo en la construcción y en la subsecuente operación del centro turístico” (Pearce, 1991, p.33). El desarrollo catalítico, por su parte, “ocurre cuando las actividades iniciales de un responsable principal generan otros desarrollos complementarios a cargo de otras compañías o individuos” (Pearce, 1991, p. 34).

A continuación, en la Tabla 2.3, se presentan las características de las tipologías mencionadas por Pearce (Pearce, 1976a):

Tabla 2.3 Tipologías del desarrollo turístico

Desarrollo catalítico	Desarrollo integrado
 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Impulsado por un promotor único (mayormente compañía externa). <input type="checkbox"/> Posterior al inicio, se genera una nueva demanda que fomenta instalaciones complementarias de recreación, alojamiento y tiendas creadas por diferentes promotores locales o externos. <input type="checkbox"/> La expansión se da cuando el promotor principal y los responsables secundarios operen un sistema de mercado libre que satisfaga la demanda. 	 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Desarrollado por un sólo promotor o compañía, dejando excluida la participación local. <input type="checkbox"/> Al ser un sólo ente, planifica un desarrollo equilibrado tanto técnica como financieramente que permiten ganancias a corto plazo. <input type="checkbox"/> Esta planificación genera una forma funcional de la integración entre el vacacionista, su habitat y sus instalaciones. <input type="checkbox"/> Es necesario el aislamiento para desarrollar estos centros turísticos que permitan no sólo una integración funcional sino también una infraestructura de primer nivel. <input type="checkbox"/> Son costosos debido a las instalaciones de primera clase que se ofrecen

Fuente: Elaboración propia basado en Pearce (1991).

2.9 Definición de fortaleza

“Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que poseen, actividades que se desarrollan positivamente. Son factores, cualidades o características positivas endógenas o particulares que favorecen o contribuyen a la puesta en marcha de un proceso de desarrollo. Distintos autores denominan a las fortalezas como “puntos fuertes” de un territorio” (EcuRed, s.f.).

2.10 Indicadores socioeconómicos

“Los indicadores (...) son estadísticas, serie estadística o cualquier forma de pronóstico que nos facilita estudiar dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos con respecto a determinados objetivos y metas, así como evaluar programas específicos y determinar su impacto” (Horn, 1993, citado en López & Gentile, s.f)

Siendo que una sociedad puede desarrollarse económicamente pero no en los aspectos sociales, Lopez y Gentile (s.f) proponen la construcción de un sistema de indicadores económico-sociales que permitan medir y comparar el desarrollo social

con el desarrollo económico como herramienta que ayude evaluar y predecir la situación en una región o localidad. Como indicadores sociales proponen las siguientes temáticas (López & Gentile):

1. Población
2. Hogares
3. Educación
4. Salud
5. Vivienda
6. Trabajo
7. Pobreza
8. Cohesión social

En cuanto a los indicadores económicos relacionados al turismo se encuentran: las actividades del transporte, almacenamiento y comunicaciones. Lopez y Gentile (s.f.) enfatizan que el monitoreo o estudio de estos indicadores deben ser desde el lado de la oferta y no de la demanda ya que el impacto que pueda generar la calidad de estos indicadores es una prioridad de la sociedad civil.

El desarrollo turístico se ve influenciado por diversos factores económicos, sociales, geográficos, culturales, políticos, e históricos, por lo que es importante tener definidas las bases para lograrlo pues el producto turístico no puede ser almacenado y vendido en fecha posterior. Es decir, no existe un mercado donde se pueda comercializar una habitación de hotel que no se vendió la noche anterior o para el asiento de avión (o cualquier tipo de transporte) que no fue ocupado ayer.

2.11 Conclusiones

La elección de la teoría expresada en este capítulo es la base de esta investigación. Pearce (1991) es utilizado como autor base debido a que es el único que establece categorías que permiten identificar y evaluar el desarrollo turístico, la clasificación de cómo puede surgir, así como aquellos agentes que intervienen para lograrlo. Aunque se toman autores adicionales que complementan cada categoría, es

importante señalar que sólo Pearce (1991), al utilizar el modelo de Deffert (1966), es el único autor que incluye la categoría de servicios auxiliares.

Por último, se toman también otros autores que permitan identificar y evaluar los conceptos de fortaleza, así como de aquellos indicadores socioeconómicos de una localidad, a fin de que permitan alcanzar al objetivo general de esta investigación, que es proponer estrategias prioritarias que permitan o inicien el desarrollo turístico en el municipio de Santa Elena basado en sus fortalezas socio-económicas.

Capítulo 3: Marco Contextual

3.1 Turismo internacional

El turismo internacional, es una actividad económica rentable, pues durante los últimos años ha mostrado una peculiar capacidad de recuperación y dinamismo aún a pesar de los diferentes escenarios que a escala global, regional y local se han registrado; entre ellos, diferentes desastres naturales, actos terroristas, inestabilidad política, disturbios civiles, alertas sanitarias, así como varios episodios de volatilidad en los tipos de cambio e incertidumbre económica que han afectado a muchos países <Figura 3.1> (Secretaría de Turismo, 2018).

Figura 3.1 Llegadas de turistas internacionales 1990-2017



Fuente: Secretaría de Turismo (2018)

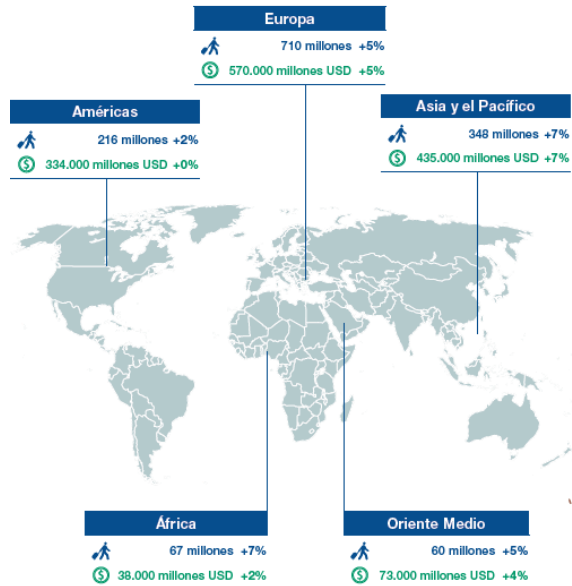
De acuerdo al barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante el 2019, la estimación de crecimiento del turismo en todo el mundo fue del 5%, (en la mayor tasa obtenida fue en el 2017 con el 7%). Este crecimiento fue impulsado por una economía mundial relativamente fuerte, el crecimiento en las economías de clase media en los mercados emergentes, avances tecnológicos, modelos nuevos

de negocio, la accesibilidad en costos para los viajes y la simplificación del régimen de visados (UNWTO, 2019).

El crecimiento ha beneficiado tanto a la oferta como la demanda de diversas maneras: variaciones moderadas en los tipos de cambio, tipos de interés bajos, lo que permitió que el turismo aportara 3.6% al PIB mundial; precios estables en los combustibles, la duplicidad en la interconexión aérea de diversas ciudades lo que provocó un aumento del 6% en el tráfico de pasajeros aéreos (pasajero-kilómetro de pago); la facilidad del uso y acceso a las tecnologías digitales lo que ha permitido la medición del turismo en tiempo real para gestionar mejor los flujos de visitantes; por último, la simplificación del régimen de los visados que permite que ahora el 53% de la población mundial no necesita un visado así como los visados electrónicos (UNWTO, 2019).

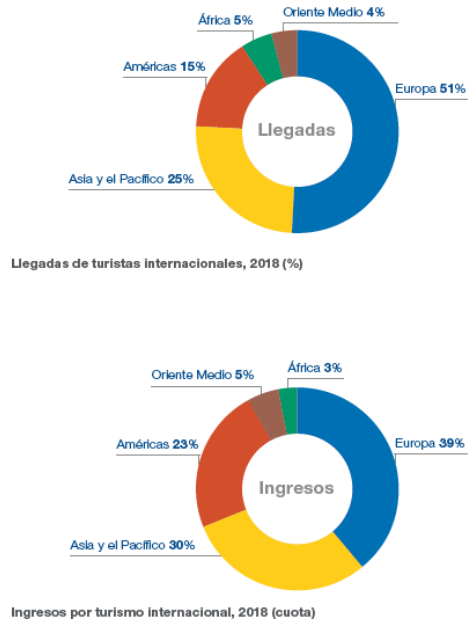
Asia y el Pacífico lideraron, durante el 2019, el crecimiento tanto de llegadas como de ingresos (7%), seguidos de Europa (5%), posteriormente el medio oriente con el 5% de incremento en llegadas y 4% de incremento en ingresos, África con el 7% en llegadas y 2% en ingresos y por último están las Américas, con 2% de incremento en llegadas y sin crecimiento en ingresos (figura 3.2). Sin embargo, a pesar de los porcentajes registrados, es Europa quien recibe la mitad de las llegadas internacionales del mundo, seguida de Asia y Pacífico y las Américas, así como también liderea el porcentaje de ingresos por turismo internacional, seguido por Asia y Pacífico y las Américas (figura 3.3). Aunque hay diversos motivos y medios para viajar, el ocio, entretenimiento, vacaciones y el transporte aéreo son quienes predominaron en las estadísticas del 2019 (UNWTO, 2019).

Figura 3.2 Mapa de llegada de turistas internacionales (millones) e ingresos por turismo internacional (miles de millones de USD)



Fuente: World Tourism Organization (2019)

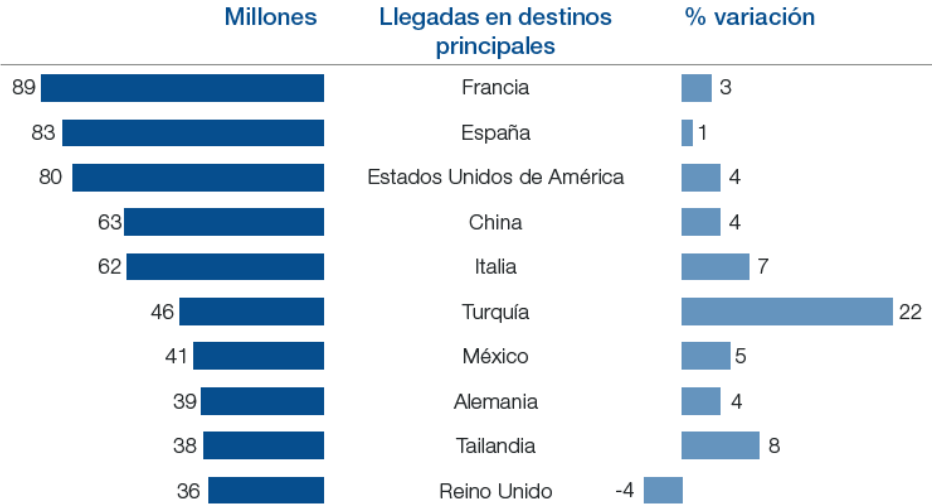
Figura 3.3 Resultados del turismo por regiones



Fuente: World Tourism Organization (2019).

Son los Estados Unidos de América y México los países de Las América quienes reciben dos tercios del total de llegadas a la región y quienes se encuentran dentro del ranking de los 10 principales destinos turísticos por llegadas de turistas internacionales durante el 2019 (figura 3.4). En América del Sur destacan Colombia, Ecuador y Perú y Argentina (aún a pesar de la debilidad del peso argentino) como los países que permiten el crecimiento del turismo en esa zona; Belice, El Salvador y Guatemala como impulsores del crecimiento de ingreso por turismo en Centroamérica a pesar del decremento que se presentó en esa región por llegadas de turistas (UNWTO, 2019).

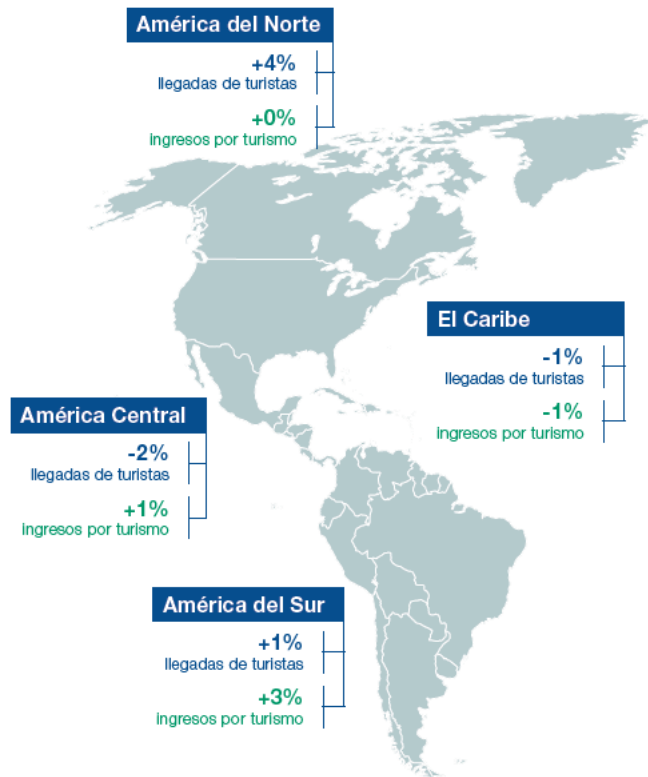
Figura 3.4 Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales 2018



Fuente: World Tourism Organization (2019)

Sin embargo, aunque República Dominicana y Jamaica el crecimiento fue sólido, para el resto del caribe arrojó resultados negativos en cuanto a crecimiento pues aún se tienen estragos de los fuertes desastres naturales ocurridos durante el 2017, presentando un desigual del 1% (figura 3.5) tanto para el crecimiento por llegadas como por turismo (UNWTO, 2019).

Figura 3.5 Resultados de porcentaje de crecimiento en Las Américas.



Fuente: World Tourism Organization (2019)

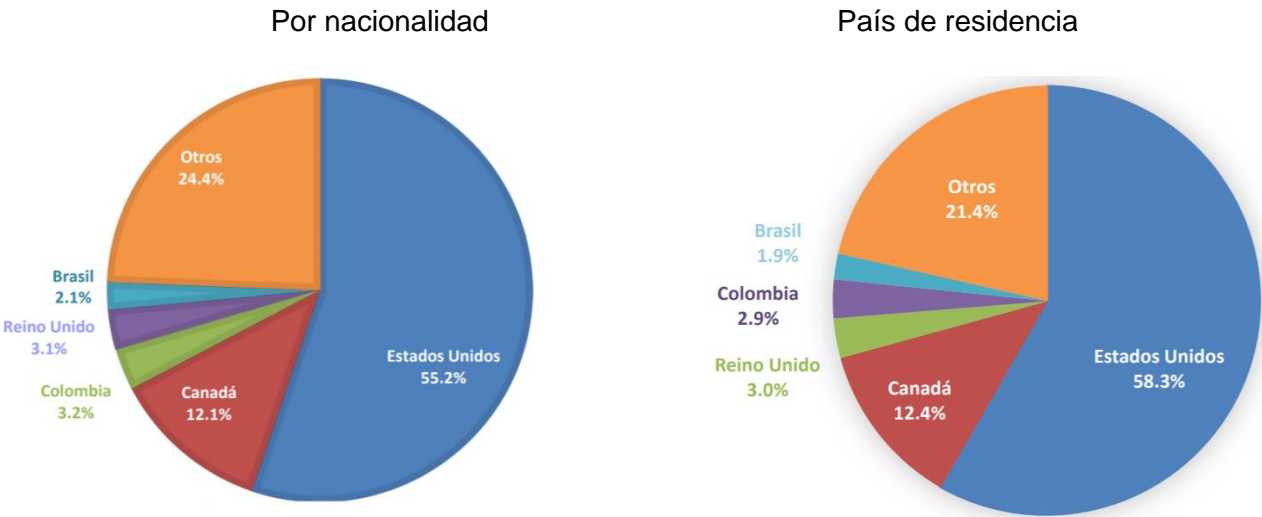
3.2 Turismo en México

Durante el 2018, México logró posicionarse en el lugar número 7 en el Ranking de la OMT de los países con mayores llegadas de turistas internacionales en el mundo, una posición abajo con respecto a obtenida en el 2017 (DATATUR, 2019). A pesar de ello, durante el 2019, se obtuvo un incremento del 9% en la llegada de turistas y divisas por visitantes internacionales y “la balanza por concepto de viajeros internacionales registró un superávit de 14 mil 715 millones de dólares, nivel superior en 30.3% al observado en el periodo enero-diciembre de 2018” (DATATUR, 2019).

En cuanto a la llegada de turistas vía aérea, de acuerdo a su nacionalidad y lugar de residencia, poco más del 50% de los turistas que México recibe son procedentes

de Estados Unidos en ambos rubros (figura 3.6); y en su mayoría, arribaron por los aeropuertos de Ciudad de México y Cancún tanto para turistas con nacionalidad americana como para los residentes americanos. Entre los aeropuertos que recibieron mayor número de visitantes extranjeros se encuentran los de Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Silao y Cozumel, siendo el aeropuerto de Cancún el que mayor presenta visitantes extranjeros (DATATUR, 2019).

Figura 3.6 Visitantes extranjeros vía aérea por nacionalidad y país de residencia



Fuente: DATATUR (2019)

Adicional a los aeropuertos, los puertos también se han visto beneficiados por el turismo. Entre los puertos que recibieron mayor número de pasajeros en crucero se encuentran Cozumel, Majahual, Ensenada, Cabo San Lucas, Progreso y Vallarta. Es en estos puertos donde desembarcaron el 93.5% de los turistas que utilizan la vía marítima. Del porcentaje total que se recibieron durante el 2019 en los principales puertos, el 75% de arribos y casi el 80% de pasajeros (figura 3.7) se concentraron en la península de Yucatán (DATATUR, 2019).

Figura 3.7 Principales puertos



Ensenada, B.C.			Cabo San Lucas, B.C.S.			Progresq Yuc.			Majahual, Q. Roo			Cozumel, Q. Roo			Puerto Vallarta		
arribos pasajeros			arribos pasajeros			arribos pasajeros			arribos pasajeros			arribos pasajeros			arribos pasajeros		
2018	266	665,799	2018	176	434,489	2018	147	443,352	2018	377	1,227,695	2018	1,298	4,299,871	2018	137	360,812
2019	269	674,469	2019	204	540,459	2019	146	471,853	2019	481	1,604,435	2019	1,366	4,569,853	2019	181	482,335
var	1.1%	1.3%	var	15.9%	24.4%	var	-0.7%	6.4%	var	27.6%	30.7%	var	5.2%	6.3%	var	32.1%	33.7%

Fuente: DATATUR (2019)

3.3 Turismo en Yucatán

Aunque los principales destinos turísticos en México son Cancún, Riviera Maya, Los Cabos, Puerto Vallarta y Ciudad de México; Mérida, capital del estado de Yucatán, ocupó el tercer lugar dentro de las ciudades más visitadas al interior del país (durante el 2019), de acuerdo a los resultados preliminares de la ocupación de cuartos (DATATUR, 2019).

De acuerdo con el directorio turístico de Yucatán (basado en los destinos de naturaleza), se cuenta con 8 rutas turísticas. Sin embargo, el catálogo de ventas (basado en la diversidad de destinos que permiten apreciar de manera global la civilización maya) promovido por el gobernador Rolando Zapata Bello distingue 7 rutas turísticas <clasificación que se tomará para esta investigación> (SEFOTUR, 2012).

3.3.1 Ruta Flamingo

Aunque su destino principal es el puerto de Celestún donde conviven las especies más exóticas de la geografía yucateca (como el flamenco rosa) (SEFOTUR, 2012), la ruta flamingo ofrece al turista la oportunidad de visitar los manglares de Dzinitún, parques ecoturísticos (Jaltún y Sihunchen, Nichilí) que permiten diversas actividades al aire libre y campismo, así como cenotes y la reserva de río lagartos (SEFOTUR, 2018).

3.3.2 Ruta Costa Esmeralda

Se extiende a lo largo de la costa yucateca donde además de disfrutar las hermosas playas (Chuburná, Chelem, Uaymintún, Chicxulub, Telchac, San Crisanto, Chahiba y Santa Clara), se pueden practicar deportes acuáticos, pesca, ecoturismo, paseos en los manglares así como también visitar la zona arqueológica de Dzibilchaltun que cuenta también con un cenote para nadar (SEFOTUR, 2018).

3.3.3 Ruta de los cenotes

“Los cenotes son profundos pozos naturales. Constituyen quizá, el fenómeno natural más interesante de Yucatán. Sin ellos el antiguo pueblo maya hubiera carecido de agua suficiente, pues no hay ríos ni lagos de importancia en Yucatán. Estos pozos fueron llamados ts’onot por los mayas, y su significado literal es hoyo o agujero en el suelo” (Gobierno del estado de Yucatán, 2018).

En esta ruta se pueden disfrutar una variedad de cenotes, destacando los de Cuzamá y Homún. Además se puede encontrar campamentos ecoturísticos, biciruta, zonas arqueológicas, ciudades coloniales y grutas (SEFOTUR, 2018).

3.3.4 Ruta de los Itzáes

“La llamada ruta turística de los itzáes, incluye un incomparable recorrido que combina zonas arqueológicas majestuosas, grutas y reservas naturales” (SEFOTUR, 2012). Esta ruta adquiere su nombre por el principal atractivo el sitio arqueológico de “Chichen – Itzá” (actual maravilla del mundo moderno) que fue

poblada por los “Itzáes”. Sefotur (2018), la nombra ruta de la arqueología, donde además de los sitios arqueológicos (Chichen – Itzá, Ek Balam, Yaxuná y X-Hasil), se pueden disfrutar destinos de grutas (Aktun-Beh y Santa Rita), cenotes (11 diferentes cenotes donde inclusive podrás encontrar actividades culturales, recreativas y al aire libre) así como bio-parques, reservas y la finca San Luis (SEFOTUR, 2018).

3.3.5 Ruta Centro

La ruta centro tiene una combinación entre la ruta anillo de los cenotes y arquitectura. En ella se distinguen 4 sitios: Aké, Izamal, Tunkas y Tekal de Venegas que ofrecen un recorrido con rasgos prehispánicos, coloniales y de la época actual, así como una variedad de cenotes y haciendas (SEFOTUR, 2018).

3.3.6 Ruta de los conventos

Esta ruta tiene una combinación de la ruta de la cultura y ruta Puuc pues tiene un recorrido a lo largo de pueblos que conservan una variedad de Iglesias y conventos que datan del siglo XVI, algunos vestigios de la cultura maya y también la oportunidad de realizar campismo, nado en cenote y ciclismo (SEFOTUR, 2018).

3.3.7 Ruta Puuc

Esta región se caracteriza por contener, entre su delimitación geográfica, la ciudad prehispánica de Uxmal, uno de los asentamientos más importantes de la cultura maya por la grandeza de sus monumentos y la riqueza de su arquitectura y declarada como Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desde hace más de dos décadas, colocándose, durante el 2019, en la posición número 10 de los 20 sitios arqueológicos más visitados del país tanto por turistas nacionales como internacionales (INAH, 2020) y en la segunda posición de los sitios arqueológicos del estado (INAH, 2020).

La Ruta Puuc, cuyo nombre significa cerro o colina (EcuRed, s.f.), abarca el sur del estado de Yucatán y el norte de Campeche y es una cordillera de cerros bajos y colinas. En Yucatán, esta ruta va desde Oxkutzcab a Kabah, a lo largo de 41 km, conectando también los interesantes sitios mayas de Labná, Xlapak, Sayil Kabah y Uxmal. La mayoría de las estructuras de estos sitios arqueológicos datan de los años 600 al 1100 d.C. y representan una variante del periodo post clásico Maya (Vidal, 2019).

Además de los sitios arqueológicos; ésta ruta cuenta con:

- Grutas de Loltún: Las grutas de Loltún, son las más grandes y conocidas dentro del sistema de cavernas localizadas en la parte sur de Yucatán, y han sido acondicionadas para realizar con seguridad un recorrido de aproximadamente 1,000 metros de longitud en su interior por medio de iluminados senderos, donde el visitante puede conocer la historia natural y cultura del área maya del norte en un período que abarca más de 10,000 años, desde el Pleistoceno hasta la época contemporánea. Estas grutas se encuentran situadas a 7 km. al suroeste de Oxkutzcab y a 24 km. al noroeste de las ruinas de Labná (Gobierno del estado de Yucatán, 2018).
- Ecomuseo del cacao: Donde se descubre la historia del cacao y de los mayas, así como todo lo relacionado con el cultivo de la planta y el proceso de elaboración del chocolate. En los jardines existe una gran colección de orquídeas y se conoce la flora y fauna nativas. Se agasaja con una bebida tradicional maya, preparada al momento con cacao orgánico y especias. Al finalizar se puede disfrutar cómodamente la vista de la plantación de cacao desde la terraza de una moderna cafetería que ofrece sus servicios dentro del Ecomuseo del Cacao. Localizado en el kilómetro 20 de la Ruta Puuc, entre las ruinas de Xlapak y Labná, Yotholín y Ticul (SEFOTUR, 2012).
- Una variedad de cenotes, entre los más conocidos, San Antonio Mulix: A 40 minutos de Mérida se encuentra este destino ecoturístico. El Cenote X-Batún es ideal para realizar buceo en cuevas, al igual que nadar y disfrutar sus aguas cristalinas. En los alrededores se encuentra Dzombacal, una alberca

natural de agua transparente apta para toda la familia. Esta cooperativa además proporciona cabañas y restaurante, así como el servicio de renta de bicicletas, chalecos y visores (SEFOTUR, 2012).

- Cooperativa Ich Ha: Ubicado a las afueras del municipio de Oxkutzcab, muy cercano a las Grutas de Loltún, En este lugar se ofrecen actividades de aventura en la tirolesa y recorridos dentro de la gruta. También cuenta con los servicios como restaurante, hospedaje, sanitarios y estacionamiento (INVENTUR, 2018).
- Eco hospedaje San Agustín: Ejido organizado que se ubica en la zona Sur del Estado de Yucatán realizando un aprovechamiento sustentable de sus recursos forestales y de fauna. Actualmente ofrecen el turismo rural y turismo comunitario. Los servicios son restaurante, sanitarios, estacionamiento y actividades recreativas como senderismo y manejo en bicicleta tipo montaña (INVENTUR, 2018).
- Agroturismo codornejos: Situado en la carretera Akil-Oxkutzcab, se ofrecen recorridos a la granja donde se concentran las codornices, conejos además del recorrido en las plantaciones de Mamey. De igual forma, se ofrece los servicios de restaurante, sanitarios, piscina y estacionamiento. Los recorridos son efectuados por guías certificados (INVENTUR, 2018).
- Así como una variedad iglesias con estilo colonial y lugares para acampar (SEFOTUR, 2018).

3.4 Recursos turísticos de Santa Elena

El municipio de Santa Elena, ubicado hacia la región sur-poniente del estado, ocupa una superficie de 482.28 Km². Limita al norte con Muna, al sur con Oxkutzcab, al este con Ticul, al oeste con Halacho, y al sur con estado de Campeche. Con un territorio clasificado como llanura de barrera (suelo rocoso), un clima cálido-sub húmedo, con vegetación (flora y fauna) caracterizada de la selva baja y la calidez de su gente, Santa Elena goza de grandes recursos turísticos, entre ellos: (INAFED, s.f.).

- Sacerdote maya y culebrero: En la comunidad, don Hernán es un sacerdote maya que actualmente recibe a turistas en su casa donde tiene 4 actividades: primero, les explica a los turistas cómo se construye una vivienda típica maya y puede ser observada ya que es ahí donde son recibidos; posteriormente (en el patio) les muestra cómo se obtiene el henequén (esta demostración es interactiva pues el turista puede realizar la actividad); después, hace una demostración de un culto maya con oraciones en lengua maya; por último, el turista puede degustar de la deliciosa gastronomía yucateca cocinada en horno de tierra y con tortillas hechas a mano (Figura 3.8).

Figura 3.8 Don Hernán, Sacerdote Maya



Fuente: Fotografías propias

- Culebrero: Don Félix, llamado “el culebrero”, nombre que recibe porque en sus inicios era la única persona que podía curar de la picadura de serpiente. La actividad principal desarrollada por don Félix es ofrecer sanidad a través de hierbas y plantas. Siendo que su casa tiene una construcción típica de la cultura maya, se puede vivir una experiencia similar a la anteriormente mencionada. También se puede degustar la deliciosa gastronomía yucateca y llevar algún remedio herbolario.

- Museo de las momias: La comunidad cuenta con un pequeño museo que permite observar algunos restos de momias así como reliquias de la civilización maya. Siendo que el museo se encuentra sobre una colina, hace atractivo su recorrido (Figura 3.9).

Figura 3.9 Museo de las momias Santa Elena



Fuente: Fotos propias

- Templo católico: Como es característico en cada pueblo de Yucatán, el templo se encuentra en el centro de la comunidad y, particularmente en Santa Elena, se encuentra ubicado sobre una colina, por lo que es posible ver el templo desde que se entra al pueblo (figura 3.10).

Figura 3.10 Templo de Santa Elena.



Fuente: Fotos propias

- Oratorios: Son espacios donde las personas de antaño realizaban oraciones pidiendo protección antes de adentrarse en sus parcelas y evitar así perder el camino o ser atacados por un animal (figura 3.11).

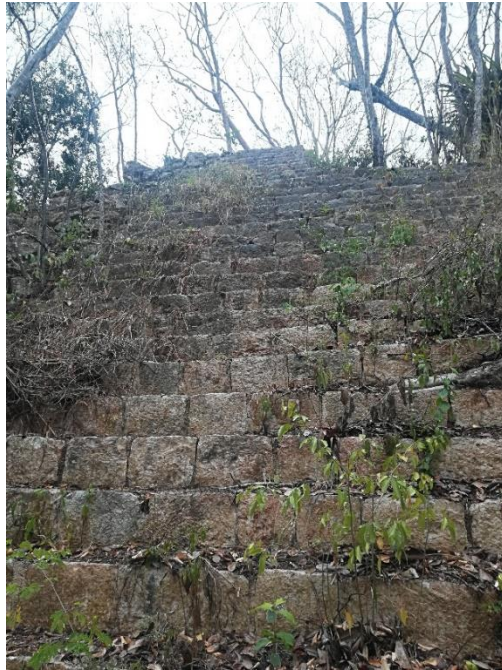
Figura 3.11 Oratorio en Santa Elena



Fuente: Macías (2019)

- Vestigios arqueológicos: A las afueras de la ciudad, se pueden encontrar dos vestigios arqueológicos que, aunque aún no son administradas por el INAH, los pobladores del lugar ya los utilizan como ruta de turismo en donde no sólo se pueden apreciar los vestigios sino también realizar observación de aves así como disfrutar de la naturaleza (figura 3.12).

Figura 3.12 Ruinas arqueológicas locales



Fuente: Fotos propias

- Sitio Arqueológico Uxmal: El sitio arqueológico más visitado de la Ruta Puuc, se encuentra situado en el municipio de Santa Elena (figura 3.13). Declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, “es una de las zonas arqueológicas de la cultura maya cuya arquitectura es de las más majestuosas de Yucatán. Su belleza se caracteriza por tener palacios bajos y horizontales, colocados alrededor de patios o cuadrángulos, los cuales son ricos en decorados de esculturas muy detalladas elaborados con miles de pequeñas piedras perfectamente pulidas y ajustadas formando mosaicos geométricos de una perfección no igualada en toda la zona maya” (Gobierno del Estado de Yucatán, 2018).

Figura 3.13 Sitio arqueológico Uxmal



Fuente: INAH (2016)

3.5 Conclusiones

La actividad turística es, sin duda, uno de los motores económicos en Yucatán. A lo largo de todo el estado, se disfruta, tanto residentes como visitantes, de los recursos naturales con que cuenta el estado, mismos que permiten ofrecer una variedad de rutas turísticas. Actualmente, varias de ellas son promovidas por el estado, entre ellas, la Ruta Puuc.

Sin embargo, a pesar de la riqueza natural y cultural que se pueden apreciar en la Ruta Puuc, no es promovida como algunas otras. Se percibe que, de ser impulsado el desarrollo en la comunidad de Santa Elena, que cuenta con potenciales recursos naturales, culturales y humanos, sea una detonante para lograr el bienestar de quienes habitan no sólo Santa Elena sino a lo largo la Ruta Puuc, y a su vez, esta activación permita la reducción del porcentaje de pobreza en esa región.

Capítulo 4: Metodología

4.1 Enfoque

Existen 3 tipos de enfoque de investigación: Cuantitativo, Cualitativo y Mixto. Cada uno con sus características específicas, pero con 5 estrategias que permiten relacionarlos entre sí. Hernández, Fernández y Baptista (2014) las enumeran de la siguiente manera:

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento,
4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

Para llegar a los objetivos planteados en esta investigación, la metodología se fundamentó en el enfoque mixto, que de acuerdo con Chen (2006) citado en Hernández, Fernández y Baptista (2014), lo define como la unión de los métodos cuantitativo y cualitativo a fin de conseguir una “fotografía” que permita visualizar el fenómeno de manera completa y conservar sus estructuras y procedimientos originales o bien, que dichos métodos puedan ser adaptados, alterados o sintetizados para lograr la investigación y lidiar con los costos de estudio (pág. 534).

Por lo que este estudio, pretende acotar la información a fin de que las variables del estudio puedan ser medibles con precisión. Aunque el estudio es mixto, tendrá una tendencia cualitativa, de manera que se pueda identificar las fortalezas sociales y económicas que permitan sugerir estrategias prioritarias que para el desarrollo turístico en Santa Elena.

4.2 Alcance de la investigación

Hernández et al. (2014) indica que hay 4 diferentes alcances: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo; así también menciona que sólo hay dos

factores que influyen para que la investigación se inicie en algún tipo de alcance: a) El conocimiento actual del tema de investigación que revele la revisión de la bibliografía y b) La perspectiva que el investigador pretenda dar a su estudio (tabla 4.1).

Esta investigación tuvo un alcance exploratorio, ya que es un tema poco estudiado y solamente abordado por la parte ambiental y/o social más no económica; y es descriptivo porque buscar describir fortalezas que puedan impulsar el desarrollo turístico pues, a pesar de encontrarse a tan solamente 14.1km de Uxmal, Santa Elena se encuentra entre los municipios más pobres del estado.

Tabla 4.1 Tipos de alcance en la investigación.

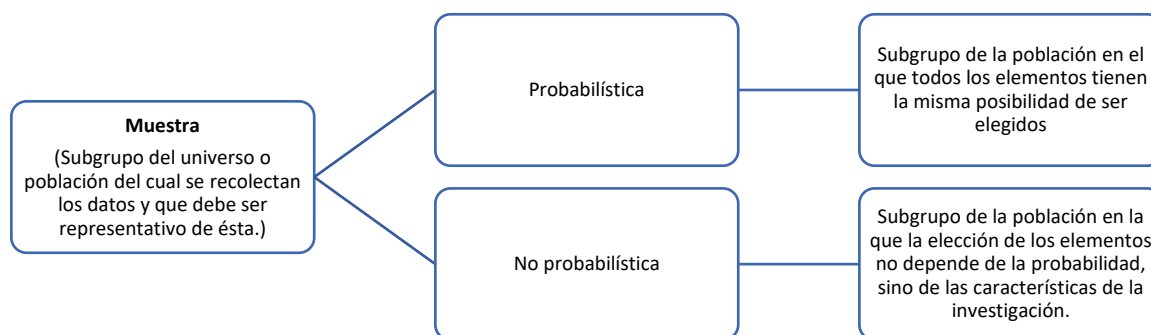
Alcance	Propósito de las investigaciones	Valor
Exploratorio	Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.	Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa en un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.
Descriptivo	Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis	Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.
Correlacional	Su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico.	En cierta medida tiene un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa.
Explicativo	Está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.	Se encuentra más estructurado que los demás alcances (de hecho implica los propósitos de éstos); además de que proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que hace referencia.

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

4.3 Población y muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014) hace mención que únicamente cuando se va a realizar un censo es cuando se deben incluir todos los casos del universo o la población. En cualquier otro caso, puede usarse una muestra que no es más que un subgrupo escogido ya sea al azar (probabilística) o por motivos específicos de la investigación (no probabilística)(figura 4.1); de manera que la muestra pueda ser representativa y permita al investigador generalizar y/o extrapolar como si se hubieran recolectado datos de toda la población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Figura 4.1 Tipos de muestra



Fuente: Elaboración propia basado en Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Por lo anterior, se tomará una muestra no probabilística de la siguiente manera. De los 245 establecimientos económicos que se encuentran en Santa Elena según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2019), por

conveniencia, se descartarán aquellas unidades que sólo benefician a la comunidad residente (como tortillerías, abarroteras, etc) y se tomarán las 17 unidades con mayor número de empleados (se incluyen las unidades económicas con mas de 6 empleados, ya que hay hoteles con 6 empleados) pues en su mayoría son hoteles en donde se infiere que se obtendrá información que permita lograr los objetivos de esta investigación (Tabla 4.2).

Tabla 4.2 Clafisificación de las unidades económicas de muestra

ID	Nombre de la Unidad Económica
6515843	SAPMY (SISTEMA DE AGUA POTABLE MUNICIPAL DE YUCATAN)
6412880	MAYALAND TOURS
4515764	CENTRO DE SALUD RURAL SANTA ELENA
6280307	FLYCATCHER INN BOUTIQUE HOTEL
6750405	HACIENDA UXMAL MAYALAND
6280308	HOTEL EL CHACMOL
6412932	HOTEL HACIENDA UXMAL
4515845	RESTAURANTE EL CHACMOL
4515831	RESTAURANTE Y HOTEL THE PICKLED ONION
4557962	RESTAURANTE YAXBE
6223598	X CHULTUN SNACK & BEER
4593271	PARADOR TURÍSTICO DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE UXMAL
4515770	COMANDANCIA MUNICIPAL DE SANTA ELENA
4515766	OFICINA DE SERVICIO DE TRANSPORTE
4515864	OFICINA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA EN UXMAL
4515769	PRESIDENCIA MUNICIPAL
8363306	SECRETARIA MUNICIPAL Y OFICINA DEL JUEZ DE PAZ

Fuente: DENU (2019).

De las 17 unidades de negocio seleccionadas en la muestra, 7 dependen del gobierno municipal, 9 son restaurantes y hoteles y por último se encuentra el parador turístico del sitio arqueológico de Uxmal.

4.4 Factores de análisis

Para esta investigación, se tomaron solamente los elementos o sectores que influyen en el desarrollo turístico en la parte de la oferta turística a manera que se puedan definir fortalezas sociales y económicas, que permitieron sugerir estrategias para el desarrollo turístico. Los elementos de la demanda, aunque también tienen influencia para impulsar un desarrollo turístico, por su amplia variación, no fueron parte de esta investigación. Los factores de análisis son:

- Las fortalezas socioeconómicas: las sociales delimitadas por la población, hogares, educación, salud, vivienda, trabajo, pobreza, cohesión social; y las económicas delimitadas por las actividades del transporte, almacenamiento y comunicaciones)
- Desarrollo turístico: delimitado por económicos, sociales, geográficos, culturales, políticos, e históricos que para efectos de esta investigación sólo se tomarán los primeros dos. Tanto las variables dependientes como independientes se han caracterizado en el marco teórico (véase capítulo 2).

4.5 Instrumento de medición

“La *entrevista cualitativa* es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa” (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010, citado en Hernández, 2014).

Hernández et al., (2014) definen la entrevista cualitativa “como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” o que también puede ser con una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura.

“Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas” (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011, citado en Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 403). Hernández et al., (2014) establecen algunas características de los tipos de las entrevistas:

- Estructuradas: El entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden).
- Semiestructuradas: Se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información.
- Abiertas: Se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (pág. 403).

El instrumento que se usó en esta investigación es una entrevista semiestructurada que abarca los elementos de la oferta (atractivos, transporte, alojamiento, servicios auxiliares e infraestructura). Para su elaboración, se revisaron instrumentos socioeconómicos que, al ser destinados para la población residente, se optó por realizar un instrumento con preguntas enfatizadas en los elementos de la oferta.

El instrumento consta de 45 preguntas, agrupadas según las categorías de los elementos de la oferta y desarrolladas según la Tabla 4.3. Por su característica semiestructurada, el entrevistador pudo realizar preguntas que no habían sido plasmadas en el instrumento pero que se consideraron necesarias para recopilar o ampliar la información.

En cuanto a la validez del instrumento, Plaza, Uriguen y Bejarano (2017) aportan que en la investigación cualitativa, el investigador es el elemento principal que proporciona la confiabilidad a partir de los distintos métodos, procedimientos y estrategias utilizadas en la investigación y establecen 3 criterios que los procedimientos deben tener para asegurar validez del instrumento: Confiabilidad (aunque subjetiva, el investigador debe ir encaminado a conseguirla), Dependencia (estabilidad de los datos), y Conformabilidad (neutralidad del investigador) (Plaza, Uriguen, & Bejarano, 2017).

Tabla 4.3 Clasificación de temas de la entrevista

Sección	Cantidad de preguntas	Clasificación	
Datos de control	8	abiertas	
Sección 1: Económica	6	5 abiertas	1 opción múltiple
Sección 2: Alojamiento	10	3 opción múltiple	7 abiertas
Sección 3: Atractivos turísticos	2	2 abiertas	2 dicotómicas
Sección 4: Transporte	4	4 abiertas	4 dicotómicas
Sección 5: Servicios auxiliares	6	6 abiertas	6 dicotómicas
Sección 6: Infraestructura	7	7 abiertas	6 dicotómicas
Sección 7: Naturaleza	2	2 abiertas	1 dicotómicas

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Validez

Escobar y Cuervo (2008) definieron la validez de contenido por juicio de expertos como "una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones" (Escobar y Cuervo, 2008, pág. 29). Por lo anterior, es de alta importancia la elección de los jueces, pues deben ser personas conocedoras de la temática por su formación académica o su experiencia laboral (Galicia, Balderrama y Edel, 2017).

El juicio de expertos presenta ventajas; Cabero y Llorente (2013) las resumen de la siguiente manera:

“... la teórica calidad de la respuesta que obtenemos de la persona, el nivel de profundización de la valoración que se nos ofrece, su facilidad de puesta en acción, la no exigencia de muchos requisitos técnicos y humanos para su ejecución, el poder utilizar en ella diferentes estrategias para recoger la información es de gran utilidad para determinar el conocimiento sobre contenidos y temáticas difíciles, complejas y novedosas o poco estudiadas, y la posibilidad de obtener información pormenorizada sobre el tema sometido a estudio” (p. 44, Cabero y Llorente, 2013 citado en (Galicia, Balderrama y Edel, 2017).

Debido a las ventajas que representa este tipo de procedimiento, su uso es ampliamente difundido y fue la validez utilizada para el instrumento utilizado en esta investigación. Los expertos que realizaron la validación fueron la Dra. Ana María Canto Esquivel y el Dr. Raúl Alberto Santos Valencia, ambos catedráticos del Instituto Tecnológico de Mérida, miembros del cuerpo docente del Departamento de Ingeniería Industrial.

4.7 Diseño

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen el diseño de la investigación como el “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 128). Clasifican el diseño en experimental y no experimental y los definen de la siguiente manera:

- Experimental: “Cuando el investigador pretende establecer el posible efecto de una causa que se manipula” (pág. 130).
- No experimental: Sse utiliza según “su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos” (pág. 154).

Son ‘transversales o transeccional’ aquellos que son utilizados en un momento específico como: analizar cuál es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado, evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o

contexto en un punto del tiempo y determinar o ubicar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento y 'longitudinales' (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 154). Es por ello que esta investigación tiene un diseño no experimental - transversal.

En resumen, este estudio tiene las siguientes características:

- Enfoque cualitativo: Mixto.
- Alcance descriptivo: Se analizarán las fortalezas socioeconómicas con el fin de conocer cuáles son las que tienen mayor potencial y que puedan permitir el desarrollo turístico en la localidad
- Diseño no experimental – transversal: No se realizará variaciones que permitan alteraciones positivas o negativas en la variable, por lo que sólo se evaluarán (las fortalezas socioeconómicas) de acuerdo con las opiniones recibidas de los microempresarios en las entrevistas. Es transversal porque sólo se aplicará una vez.
- Población: 17 unidades de negocio.
- Muestra: 11 unidades de negocio relacionadas directamente con el turismo.
- Instrumento: Entrevista semiestructura, validado por panel de expertos.
- Estructura de entrevista: Ver anexo 2.

Para realizar esta investigación, se realizó un filtrado de los 281 unidades económicas (UE) que se encuentran en el municipio de Santa Elena, quedando 45 UE que se encuentran involucradas con alguna actividad relacionada al turismo. De esos 45, por conveniencia, se tomaron 17 por la cantidad de empleados que manejan (mayor a 6 empleados), ya que se infiere que por tener mayor número de empleados promueven en mayor porcentaje la actividad económica del municipio (Tabla 4.4).

De los 17 establecimientos tomados para esta investigación podemos observar:

41% Se encuentra bajo la administración de la presidencia municipal.

35% Ofrecen alojamiento y alimentos.

12% Ofrece sólo alimentación y/o bebidas alcohólicas.

6% Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes.

6% Corresponde a la actividad realizada en la zona arqueológica de Uxmal.

Tabla 4.4 Unidades económicas utilizadas en el estudio

ID	Nombre de la Unidad Económica
6515843	SAPMY (SISTEMA DE AGUA POTABLE MUNICIPAL DE YUCATAN)
6412880	MAYALAND TOURS
4515765	PLAZA COMUNITARIA
4515764	CENTRO DE SALUD RURAL SANTA ELENA
6280307	FLYCATCHER INN BOUTIQUE HOTEL
6750405	HACIENDA UXMAL MAYALAND
6280308	HOTEL EL CHACMOL
6412932	HOTEL HACIENDA UXMAL
4515845	RESTAURANTE EL CHACMOL
4515831	RESTAURANTE Y HOTEL THE PICKLED ONION
4557962	RESTAURANTE YAXBE
6223598	X CHULTUN SNACK & BEER
4593271	PARADOR TURÍSTICO DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE UXMAL
4515770	COMANDANCIA MUNICIPAL DE SANTA ELENA
4515766	OFICINA DE SERVICIO DE TRANSPORTE
4515769	PRESIDENCIA MUNICIPAL
8363306	SECRETARIA MUNICIPAL Y OFICINA DEL JUEZ DE PAZ

Fuente: DENUÉ (2019).

Siendo que las actividades administradas por la presidencia municipal se enfocan más en la infraestructura del municipio que directamente en el servicio al turista, se concluye que las UE que ofrecen alojamiento y alimentos son las que promueven la actividad socioeconómica.

Para la obtención de la información se realizaron las entrevistas a los encargados, gerentes o dueños de las diferentes unidades de negocio en 5 visitas a la comunidad donde cada entrevista tuvo una duración aproximada de 3 horas. La gran mayoría de los entrevistados mostraron apertura e interés en la investigación, facilitando de esta manera la información necesaria para esta investigación.

Capítulo 5: Análisis y discusión de los resultados

En la primera parte de esta sección se da respuesta a los dos primeros objetivos de la investigación:

- Identificar las principales actividades socioeconómicas con las que cuenta Santa Elena
- Identificar las principales fortalezas y debilidades socioeconómicas de Santa Elena.

Así como también se realiza un análisis de la información adquirida en el trabajo de campo que permitan responder los últimos 2 objetivos de esta investigación en la parte final de este capítulo.

5.1 Muestra alcanzada

Del 100% de la muestra seleccionada, sólo se pudo tener acceso al 65%. Dentro del 35% no alcanzado se encuentra la administración de la zona arqueológica de Uxmal, el consorcio Mayaland que incluye hotel, restaurante y transporte privado y el Hotel Uxmal; por lo que, por conveniencia, se omiten en los porcentajes de los resultados que se presentan en esta investigación.

5.2 Identificar las principales actividades socioeconómicas con las que cuenta Santa Elena

De acuerdo con la investigación de campo, se identificaron los recursos turísticos del municipio de Santa Elena que permite la activación socioeconómica del municipio. Según los elementos de la oferta que ofrece Pearce (1991), Santa Elena cuenta con diferentes elementos entre los cuales se pueden diferenciar:

En Santa Elena, existen 281 comercios establecidos, según el DENUE (2015), de los cuales, se puede inferir que al menos 236 se encuentran involucrados entre los 5 elementos de la oferta señalados por Pearce (1991) y que permiten la actividad

socio económica dentro del municipio y los turistas tanto los que pernoctan como los que sólo son visitantes de un día (Tabla 5.1).

Tabla 5.1 Identificación de los elementos de la oferta

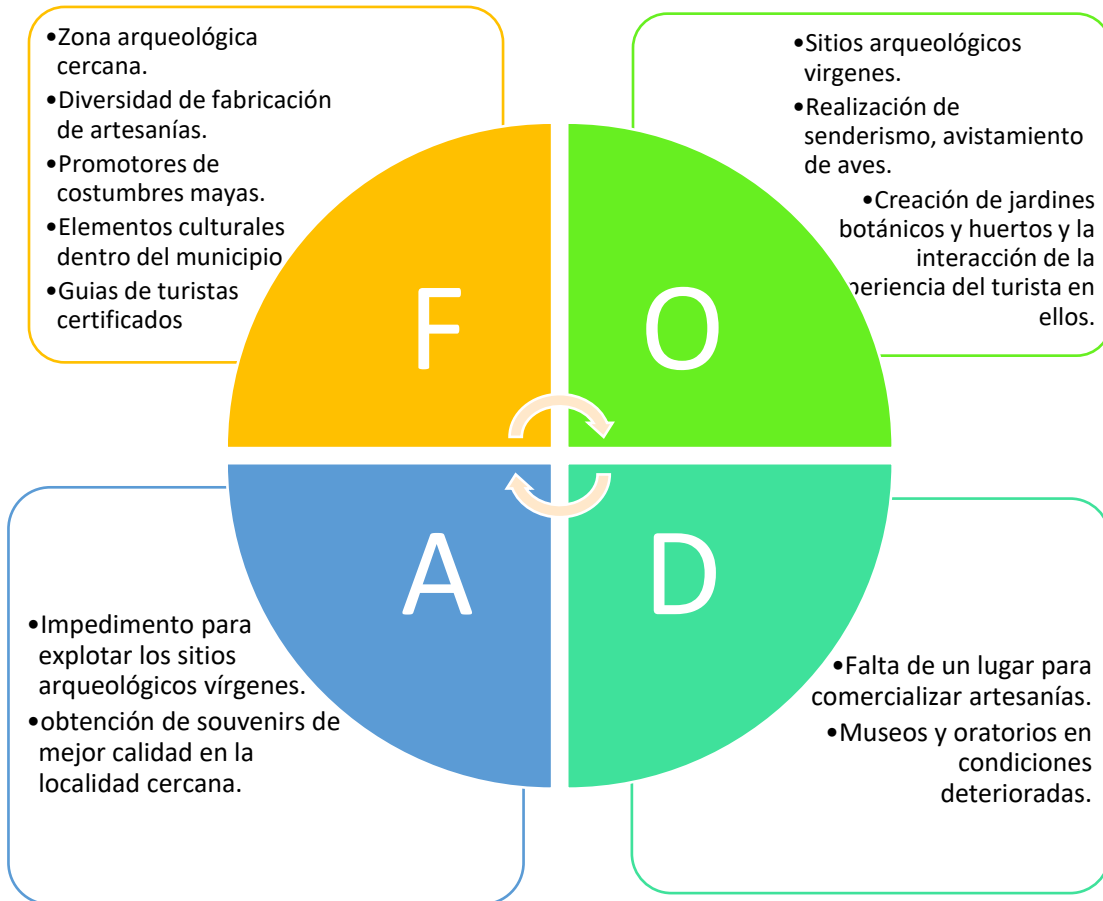
Atractivos	<ul style="list-style-type: none"> • Sitios arqueológicos vírgenes. • Capital humano que promueve las costumbres mayas. • Museo de las momias. • Artesanías • Elaboración de hamacas
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte urbano de Mérida a Ticul
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles
Servicios auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes. • Atención médica. • Tiendas de conveniencia. • Servicios de mantenimiento. • Comercialización de ropa.
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio eléctrico, aguas residuales y telefonía.

Fuente: Elaboración propia

5.3 Identificar las principales fortalezas y debilidades socioeconómicas de Santa Elena (análisis FODA).

A continuación, se describe cada una de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se encontraron en esta investigación (Figura 5.1)

Figura 5.1 Análisis FODA en Santa Elena



Fuente: Elaboración propia

Dentro de las fortalezas sociales que cuenta Santa Elena, se observaron fortalezas en los siguientes elementos:

- F1 Población: Los habitantes pueden confeccionar prendas con bordado a mano, elaboración de hamacas, producción de miel y artesanías talladas. Así mismo, cuentan con dos personajes únicos en la región quienes promueven la medicina tradicional, así como las costumbres mayas, estos son: Don Hernán y Don Félix.
- F2 Cultural: El municipio cuenta con: Museo de las momias de Santa Elena, Iglesia de Santa Elena, Oratorios y el sitio arqueológico de Uxmal. Cabe mencionar que el municipio tiene 2 recursos arqueológicos, que aún no se

encuentran administrados por el INAH pero que los pobladores han utilizado como recurso para mostrar a los visitantes.

- F3 Personal capacitado: El municipio cuenta con guías de turistas certificados.

Dentro de las debilidades sociales, se puede mencionar las siguientes:

- D1 Parador turístico: A pesar de las diferentes actividades artesanales con que se cuenta en el municipio, no existe un lugar para comercializar. Durante la gestión de Rolando Zapata (2012 – 2018) se construyó el parador turístico, nunca se ha utilizado para ese fin. Cabe mencionar también que se encuentra ubicado en una zona poco accesible.
- D2 Museo de momia: Al principio de la investigación, se encontraba en un estado bastante deteriorado. Adicional a ello, las personas quienes recibían a los turistas no se encontraban capacitadas para brindar la explicación histórica del museo así como era tangible la baja calidad en el servicio al visitante.
- D3 Oratorios: Se encuentran abandonados.

Debilidades y Amenazas:

- O1: Se presenta una oportunidad valiosa en los recursos arqueológicos que se encuentran dentro del municipio que aún no se encuentran administrados por el INAH.
- A1: Sin embargo, también se convierte en amenaza pues el INAH les indicó que deben dejar esas prácticas por la seguridad de ellos y los visitantes ya que estos recursos no se encuentran aptos para llevar visitantes.
- O2: Debido a las condiciones del suelo y clima del municipio, presentan también la oportunidad de realizar actividades atractivas al ecoturismo y turismo rural como: senderismo, avistamiento de aves, creación de jardines botánicos y huertos, en estos últimos el turista pudiera interactuar y tener experiencia estimulante-relajante.

- A2: La cercanía con el municipio de Ticul, limita la comercialización de souvenirs debido a que esa localidad se pueden encontrar las mismas artesanías que se fabrican en Santa Elena y con mejor calidad.

5.4 Análisis y discusión de los resultados

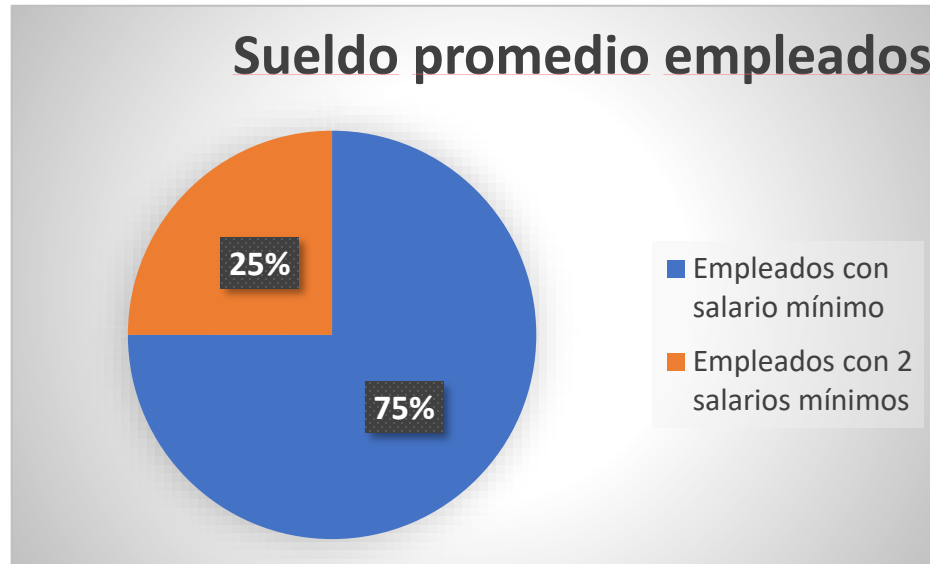
A continuación, se presentan las características de las UE que participaron en esta investigación:

5.4.1 Sección económica y de servicios

- Todas las UE tienen al menos 1 empleado administrativo y la mayoría tiene en promedio 8 empleados operativos (exceptuando a 1 que tiene 40).
- Aunque no se tiene información de la remuneración del personal administrativo, se obtuvo que la mitad de las UE son de un solo dueño y la otra mitad de más de uno.
- El 75% de los empleados percibe un salario mínimo de sueldo diario y el 25% percibe máximo 2 salarios mínimos diarios. Siendo los empleados operarios quienes reciben el salario mínimo y los empleados administrativos quienes perciben un mejor salario (Figura 5.2).
- Ninguno de los empleados operativos cuenta con seguro médico.
- La rotación de empleados no tiene un comportamiento ya que en la mitad de los establecimientos no existe rotación y en la otra sí.
- Los proveedores que satisfacen sus necesidades son 100% locales, esto involucra que las necesidades de primera mano se satisfacen en el propio municipio y las siguientes en el municipio cercano (Ticul) o en Mérida.
- El 80% de clientes es captado por las plataformas digitales (Bookign y TripAdvisor), el 19% por agencia de viajes y sólo un 1% son captados de paso.
- Estiman que el mayor porcentaje que reciben de turistas son de nacionalidad o residencia americana, seguido de europeos y por último de asiáticos. Algunos reciben turistas de otras nacionalidades.
- El 50% de las UE tienen relaciones comerciales con otras empresas para atraer a clientes. Así mismo, todas las UE tienen clientes frecuentes.

- Las plataformas les permiten realizar encuestas de satisfacción a todos sus clientes.

Figura 5.2 Sueldo promedio de empleados



Fuente: Elaboración propia

Dentro de las UE de alojamiento se encuentran diferentes clasificaciones, aunque ninguna contiene alguna estrella que la distinga. Las hay desde las que tienen sólo 8 cuartos hasta quienes tienen 24 y todos ofrecen al menos servicio adicional al de alojamiento, ésta puede ser: alimentos, meditación, senderismo, masajes, recreación con la naturaleza.

Para todas las UE, la temporada alta se ubica entre los meses de Octubre a Abril, que como dato curioso, coincide con el verano europeo. Sin embargo, aún en temporada alta, sólo el 50% de las UE tiene una ocupación completa. En cuanto a la infraestructura de cada unidad de alojamiento, cuenta con estacionamiento y servicio de internet.

5.4.2 Sección de atractivos

Según la información obtenida de los encuestados, concluyen que los atractivos del municipio no son suficientes para atraer al turista que los visita, ya que con la experiencia adquirida con los años, el turista que los visita lo hace por los paquetes que se ofrecen en cada establecimiento y no por lo que se puede admirar en el

municipio. Sin embargo, Don Felix y Don Hernán son aceptados ante todos los visitantes y promovidos no sólo por la localidad sino también por visitantes.

Entre los comentarios, mencionaron también que sería favorable colocar algún atractivo en la plaza principal, ya que, al visitarla, no hay nada que los invite a quedarse más tiempo ahí, sólo una tienda de helados que ni tiene mesas para sentarse. El 50% menciona que las festividades del municipio deberían ser resaltadas y promocionadas como atractivos turísticos, ya que a los turistas les encantan todas las actividades culturales como: conmemoración de la independencia y la revolución, así como las festividades locales como la fiesta en honor al Santo Cristo del Amor donde tienen un ritual especial que incluye que una persona del pueblo cocina para todo el pueblo y es un honor quien realiza esta actividad, la fiesta en honor a los Santos Reyes de San Mateo, Santos y fieles difuntos donde en cada casa se colocar un altar y se degusta el platillo típico yucateco Muchil Pollo acompañado de atole de maíz nuevo y chocolate batido con agua, entre otros.

Así mismo mencionó que se pudiera ofertar la experiencia de “un ritmo de vida diferente” por la tranquilidad del lugar, la calidad de sus pobladores y la conservación de la cultura ancestral (el turista podrá observar a un porcentaje importante con trajes típicos de la región como vestimenta diaria, muchas viviendas con la estructura de la choza maya, degustar la cocina tradicional en fuego de leña, y aprender sobre el uso de plantas medicinales, entre otros).

5.4.3 Sección de transporte

- El 90% de los visitantes utiliza transporte privado o personal para llegar a Santa Elena. El 10% restante utiliza transporte urbano.
- De la población económicamente activa, el 50% utiliza el transporte urbano y el otro 50% utiliza transporte privado o personal.
- De los que utilizan el transporte urbano, el 50% indica que es suficiente y el 50% indica que no, pues son horarios muy extensos entre ruta y ruta.
- Tanto los que usan transporte urbano como los que no, indican que las condiciones de la carretera de Uxmal a Santa Elena no son buenas pues es

muy angosta, tiene huecos, poca iluminación y suele ser peligrosa en época de sequía pues se generan incendios.

5.4.4 Servicios auxiliares

En el ámbito de los servicios auxiliares, la gran mayoría fue calificado positivamente, ya que Santa Elena cuenta con suficientes UE para ofrecer a los visitantes servicios de alimentos, adquisición de artículos de uso personal, servicio mecánico, servicio médico y seguridad. La única deficiencia que se encontró es que, por el momento, aunque se tiene un lugar para comercializar souvenirs, no es utilizado por los pobladores y los visitantes deben adquirir los souvenirs entre los pobladores por recomendación de ellos mismos.

También se hizo referencia que el municipio no cuenta servicios bancarios, ni siquiera con cajeros automáticos, tampoco se dispone gasolinera, por lo que tanto pobladores como turistas deben adquirir gasolina en Ticul que es el poblado próximo.

5.4.5 Infraestructura

En cuanto a la infraestructura del municipio que permita el desarrollo turístico, 50% de los entrevistados opina que las calles y los caminos se encuentran transitables y 50% opinan lo mismo pero especifican que es indispensable colocar reductores de velocidad sobre la carretera para mayor seguridad de los pobladores. Durante a la temporada lluvia, los encuestados aseguran que las calles y caminos siguen siendo transitables.

En cuanto al servicio eléctrico, drenaje, de agua potable y telefonía, todos los entrevistados concuerdan que son suficientes y que no han tenido ningún inconveniente en cuanto al servicio que reciben en los diferentes momentos y condiciones meteorológicas del año.

5.4.6 Sección de naturaleza

Aunque Pearce (1991) no incluye esta sección, por sugerencia del panel de expertos, se decidió incluir una sección de naturaleza que nos permitiera conocer la opinión desde la perspectiva de la iniciativa privada para el desarrollo turístico. Y el

resultado fue importante ya que todos concuerdan con las mismas opiniones (a pesar de que no existe buena comunicación entre algunos de ellos):

- Todos concuerdan que Santa Elena tiene elementos para poder impulsar: jardines botánicos, avistamiento de aves y huertos (que pudieran ayudar al crecimiento económico no sólo por la comercialización de los productos que se cultiven sino por un servicio guiado dentro del huerto para los turistas).
- Todos indican que el gobierno municipal debería promover una ruta por los oratorios.
- Todos mencionan que sería de gran beneficio que se pudieran visitar las zonas arqueológicas vírgenes con las que cuenta el municipio.
- Uno de los entrevistados mencionó que la región produce cítricos, por lo que la creación de un Tour agrícola, podría también generar beneficios no sólo para Santa Elena sino para los pueblos circunvecinos. Que inclusive ésta UE se encuentra preparando un lugar para poder ofrecer este servicio.

5.5 Estrategias que permitan un desarrollo turístico en Santa Elena

La perspectiva de los empresarios locales es que no dependen de ninguna actividad realizada por el municipio, ni de sus atractivos para realizar su actividad económica. Sin embargo, la opinión del gobierno municipal sugiere que los pocos atractivos con los que el municipio cuenta permiten a los pobladores gran parte de la obtención de recursos económicos, una muestra de ello es que los empresarios locales, adquieren sus insumos principales dentro de la comunidad.

Cabe mencionar algunos datos importantes, que los entrevistados no mencionaron pero que se conocen derivado de la investigación realizada por Macías (2019):

- Falta de orientación turística.
- Disociación entre los empresarios, la comunidad y el gobierno.
- Falta de concientización tanto de empresarios, comunidad y gobierno de la importancia del municipio al pertenecer y ser el corazón de la Ruta Puuc.

Por todo lo anterior, se proponen estrategias que permitan potencializar el turismo en el municipio aprovechando el potencial de visitantes al sitio arqueológico de

Uxmal y esperando también que la demanda se incremente con la llegada del tren maya:

- a) Organización de una agenda cultural por mes: Se sugiere establecer una agenda con las actividades turísticas que el municipio realice (como la fiesta en honor al Santo Cristo, fiesta en honor a los Santos Reyes de San Mateo, Santos y fieles difuntos, entre otras actividades culturales del municipio) así como las que sean realizadas por las UE y deseen ser compartidas.
- b) Creación de sitios electrónicos que publiciten el municipio: Actualmente, Santa Elena ha sido visitado por aquellos turistas que, por visitar la zona arqueológica de Uxmal, fueron motivados a pernoctar en la zona y buscaron a través de booking o tripadvisor una forma de alojamiento. El otro motivo por el cual los turistas han pernoctado en Santa Elena, ha sido derivado del convenio que existe entre las agencias de viajes y los hoteles de la comunidad. Por último, un porcentaje muy pequeño de turistas ha pernoctado en Santa Elena porque se encontraban de paso. En resumen, Santa Elena es poco conocido y lamentablemente el gobierno estatal no se encuentra ahora en la disposición de promover el municipio pues consideran que no cumple con los elementos para ser publicitado. Por lo anterior, se sugiere la creación de una página web que facilite la información al turista de los atractivos y actividades del municipio y al menos una red social. El contenido de estos sitios tendrá información general sobre el estado y la zona arqueológica; información detallada de los atractivos y actividades del municipio (que incluya la agenda cultural), de la oferta de alojamiento y servicios auxiliares, información histórica de la comunidad, información gubernamental-municipal, buzón de sugerencias así como una evaluación de la experiencia en la comunidad (encuesta de satisfacción).
- c) Vinculación entre empresarios y gobierno municipal. Esta vinculación se concretaría con la participación de los empresarios para el pago del sostenimiento de la página web y redes sociales, a través de una cuota fijada por el municipio que le permitirá un espacio reservado en ellas sobre la información de su negocio tanto de las actividades que ofrecen como de sus

promociones. Esta cuota sería recibida a través del departamento de turismo del municipio. Debe establecerse lineamientos y políticas en donde se aclare si el municipio realizara la colecta de la donación o los empresarios acudirán a las instalaciones del palacio municipal; el contenido de la información a compartir en estos sitios (la longitud del texto, la redacción, tamaño y cantidad de imágenes de la publicación) las penalizaciones que pudieran existir, así como el medio por el cual se transmitirá la información adquirida mediante estos medios.

Se sugiere un convenio escrito con los acuerdos pactados a fin de comprometer a todos los involucrados.

- d) Promover la planeación de la puesta de las letras monumentales en donde se involucre la participación de la comunidad, empresarios y gobierno. Se sugiere que esta iniciativa surja en el gobierno municipal y se apoye en el comité que surja de la vinculación.
- e) Apertura de la ruta de los oratorios de manera formal con horarios establecidos y personal capacitado: Cada oratorio tiene una historia particular en la vida del municipio. Siendo que aparentemente sólo hay una persona que conoce la historia, actualmente se tiene la idea de crear una ruta que abarque todos los oratorios, por lo que se sugiere que además de crear una ruta por los diferentes oratorios que se encuentran en el municipio, se establezcan horarios para la ruta, así como se haga provisión del transporte para la misma. De la misma manera, se sugiere la creación de un guion para la ruta así como la capacitación a las personas que realicen el servicio de guía de turista de la misma.
- f) Implementación de las propuestas realizadas por Macías (2019).

5.6 Establecer un orden de estrategias que impulsen el desarrollo turístico, socioeconómico en Santa Elena.

1. Dentro de las propuestas realizadas por Macías (2019), se encuentra la creación de un comité turístico, por lo que se propone como acción prioritaria establecer este comité que impulse las demás propuestas. Así mismo, Macías (2019) propone actividades culturales incluyen la participación de comunidad y a fin de diversificar la oferta turística municipal, necesarias para complementar la agenda cultural.
2. Organización de una agenda cultural por mes.
3. Creación de sitios electrónicos que publiciten el municipio y Apertura de la ruta de los oratorios: Estas actividades pueden realizarse a la par en caso de contar con el capital humano.
4. Vinculación entre empresarios y gobierno municipal.
5. Apertura de la ruta de los oratorios (en caso de no contar con el capital humano en el momento de realizarse el punto 3).
6. Promover la planeación de la puesta de las letras monumentales: Se sugiere se realice el esfuerzo por realizar durante el momento del punto 2 a fin de aprovechar al máximo la captación de turistas por los medios electrónicos. Si por alguna razón no se puede, se sugiere dejar hasta el final.

El costo aproximado para realizar estas propuestas sería:

Tabla 5.2 Presupuesto aproximado

Propuesta	Costo
1. Creación de un comité turístico	\$ -
2. Organización de una agenda cultural por mes.	Según las actividades planeadas
3. Creación de sitios electrónicos que publiciten el municipio y Apertura de la ruta de los oratorios.	\$ 6,000.00
4. Vinculación entre empresarios y gobierno municipal.	\$ -
5. Apertura de la ruta de los oratorios (compra de unidades de transporte).	\$180,000
6. Promover la planeación de la puesta de las letras monumentales.	\$100,000
Total aproximado	\$ 286,000.00

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

En los últimos años, la actividad turística ha recibido una importante valoración pues ha demostrado ser una actividad económica rentable al presentar una peculiar capacidad de recuperación y dinamismo pese a los diferentes escenarios mundiales, regionales y locales. Es debido a esto, que surge la necesidad de desarrollar el turismo a fin de generar no solamente crecimiento económico sino también social.

Es por ello que, esta investigación se centró en las fortalezas socioeconómicas del municipio de Santa Elena a fin de encontrar estrategias que con certeza permitan la promoción del desarrollo turístico. Fue a través de las entrevistas realizadas a empresarios (dueños) o sus gerentes de las unidades económicas del municipio, así como la aportación de la opinión del gobierno municipal que se identificaron deficiencias de y en la comunidad, obtener propuestas de mejora y, a través de ellas, formular estrategias y establecer un orden que permitan aprovechar los recursos con los que cuenta el municipio a fin de impulsar el desarrollo turístico.

Se infiere que, con los atractivos identificados, con actividades complementarias relacionadas al turismo rural y una buena organización entre la comunidad, empresarios y gobierno, Santa Elena podría tener un producto turístico de calidad que beneficie de manera integral a los tres actores.

Es así como se concluye que el factor principal por el cual hasta hoy en el municipio no se ha logrado o al menos iniciado el desarrollo turístico es la vinculación entre comunidad, empresarios y gobiernos; lo que conlleva que empresarios y gobierno piensen que no se necesita la colaboración entre ellos para el desarrollo turístico del municipio, así como que tampoco la comunidad presenta interés en el asunto. Esto además produce falta de comunicación entre ellos y promueve el nulo interés en la creación de propuestas innovadoras que desarrollen el deseo de visitar Santa Elena a los turistas que visitan el sitio arqueológico de Uxmal. Otro factor importante

que limita el desarrollo turístico es el nulo interés por parte del gobierno estatal de promover al municipio como destino turístico.

6.2 Recomendaciones

Por lo anterior, se propusieron cinco estrategias que permitan potencializar el turismo en el municipio aprovechando el potencial de visitantes al sitio arqueológico de Uxmal y percibiendo que la demanda turistas a la zona se incrementa con la puesta en marcha del tren maya. Para lograr un aprovechamiento máximo de los resultados que se generen en la implementación de las estrategias propuestas, se recomienda lo siguiente:

- Siendo que la comunidad no tiene la iniciativa de apoyar el desarrollo turístico, los empresarios presentan un criterio cerrado y el municipio no cuenta con el capital humano para la concientización de estos actores, se sugiere al Instituto Tecnológico de Mérida dar seguimiento a las propuestas delimitadas en esta investigación a fin de asegurar de la puesta en marcha de estas; así como el seguimiento correspondiente que permita la continuidad del desarrollo turístico con el tiempo hasta que se logre que el gobierno del estado pueda colocar al municipio dentro de los destinos turísticos ofertados por el estado, a fin de proporcionar al municipio el soporte necesario para lograr este desarrollo.
- Mientras se logra que el gobierno publicite el municipio, se sugiere al Instituto Tecnológico de Mérida inscribir en algún programa de beneficio social a la comunidad que aporte recursos para esta investigación.
- Se recomienda al gobierno municipal que establezca formalmente la vinculación con el Instituto Tecnológico de Mérida a fin de asegurar el seguimiento anteriormente propuesto, que contemple los recursos (tanto de capital humano como financiero) que el municipio puede aportar para el sostenimiento de esta vinculación.
- Se recomienda también al gobierno informar a la comunidad de estos convenios a fin de que puedan facilitar de información que la academia

necesite y los recursos con los que puedan apoyar este proyecto a fin de crear en la comunidad la concientización de su colaboración para lograr el desarrollo turístico.

Es así como los objetivos de esta investigación fueron alcanzados satisfactoriamente, sin embargo, es importante mencionar que, debido a la pandemia surgida en marzo del 2020, no fue posible contribuir con algunas actividades que pudieron haberse alcanzado a corto plazo. Cabe mencionar que, la gran mayoría de las propuestas pueden realizarse en corto y mediano plazo siempre y cuando los actores tengan el interés de realizar una sinergia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Aguirre Botello, M. (marzo de 2016). *México mágico*. Obtenido de <http://mexicomaxico.org/Voto/turismo.htm>
- AMLO. (2018). Recuperado el 12 de Noviembre de 2018, de <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2018/11/Tren-Maya.pdf>
- CONEVAL. (2017). *Medición de la pobreza, Yucatán 2010-2015*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Yucatan/Paginas/pobreza_municipal2015.aspx
- DATATUR. (2017). Recuperado el 23 de Octubre de 2018, de RESULTADOS PRELIMINARES ACUMULADOS AL MES DE DICIEMBRE del 1 de enero al 31 de diciembre 2017: http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2017-MES_12_Publico.pdf
- DATATUR. (2017). Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de Anuario estadístico y geográfico de Yucatán 2017: http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/YUC_ANUARIO_PDF.pdf
- DATATUR. (2018). *Gobierno de México*. Recuperado el 18 de junio de 2020, de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- DATATUR. (2019). *Análisis Integral del Turismo*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-12\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-12(ES).pdf)
- DATATUR. (2019). *Gobierno de México*. Recuperado el 30 de mayo de 2020, de Análisis Integral del Turismo: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- DATATUR. (Diciembre de 2019). *RESULTADOS PRELIMINARES ACUMULADOS AL MES DE DICIEMBRE*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2019-MES_12_Publico.pdf
- DATATUR. (Febrero de 2020). *Gobierno de México*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/TrasnAerea.aspx>
- DATATUR. (Febrero de 2020). *Gobierno de México*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- DENUE. (2019). Unidades Económicas en Santa Elena, Yucatán. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>

- Diario de Yucatán*. (17 de Diciembre de 2017). Recuperado el 10 de Diciembre de 2018, de <http://yucatan.com.mx/merida/turismo/yucatan-sitio-multidestino-grandes-atractivos-turismo-2>
- Discovery México*. (s.f.). Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de <http://www.discoverymexico.com.mx/merida/historia/sitio-maya-ruta-puuc/>
- EcuRed*. (s.f.). Recuperado el 13 de Diciembre de 2018, de Enciclopedia Cubana: https://www.ecured.cu/Ruta_Puuc
- EcuRed*. (s.f.). *Enciclopedia cubana*. Recuperado el 2019 de Junio de 28, de [https://www.ecured.cu/FODA_\(Econom%C3%ADa\)](https://www.ecured.cu/FODA_(Econom%C3%ADa))
- EcuRed*. (s.f.). *Enciclopedia Cubana*. Recuperado el 10 de diciembre de 2018, de https://www.ecured.cu/Ruta_Puuc
- El país. (27 de Agosto de 2018). *El país*. Recuperado el 16 de Junio de 2020, de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/08/27/companias/1535385066_874363.html
- Escobar Pérez, J., & Cuervo Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6, 27-36.
- EU Mediterrani. (13 de Julio de 2018). Los tipos de alojamiento turístico que existen y sus características. Barcelona, Cataluña, España. Obtenido de <https://www.mediterrani.com/blog/los-tipos-de-alojamiento-turistico/>
- Galicia Alarcón, L. A., Balderrama Trápaga, J. A., & Edel Navarro, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura*, 9(2), 42-53. doi:<http://dx.doi.org/10.32870/Ap.v9n2.993>
- García de Fuentes, A., & Córdoba y Ordoñez, J. (2010). Regionalización socio-productiva y biodiversidad. En *Biodiversidad y desarrollo humano en Yucatán* (págs. 63-70). Mérida: CICY, PPD-FMAM, CONABIO, SEDUMA. Obtenido de <https://www.cicy.mx/sitios/biodiversidad-y-desarrollo-humano-en-yucatan/#Cap3>
- Gobierno del estado de Yucatán. (2018). Recuperado el 06 de Junio de 2019, de <http://www.yucatan.gob.mx/?p=cenotes>
- Gobierno del Estado de Yucatán. (11 de diciembre de 2018). *Gobierno del Estado de Yucatán*. Obtenido de <http://www.yucatan.gob.mx/?p=uxmal>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). McGraw-Hill.
- INAFED. (s.f.). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. Recuperado el 12 de diciembre de 2018, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM31yucatan/municipios/31066a.html>
- INAH. (2011). Recuperado el 10 de Diciembre de 2018, de Instituto Nacional de Antropología e Historia: <https://inah.gob.mx/boletines/1074-avanza-conservacion-de-la-ruta-puuc-en-yucatan>

- INAH. (5 de Diciembre de 2016). Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de Instituto de Antropología e Historia: <https://www.inah.gob.mx/boletines/5794-la-ciudad-prehispanica-de-uxmal-cumple-20-anos-como-patrimonio-mundial>
- INAH. (2020). *Gobierno de México*. Recuperado el 23 de junio de 2020, de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>
- INAH. (junio de 2020). *Gobierno de México*. Recuperado el 23 de junio de 2020, de <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>
- INEGI. (2016). *Cuéntame*. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/economia/pib.aspx?tema=me&e=31>
- INEGI. (2016). *Cuéntame*. Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/Yuc/Economia/default.aspx?tema=ME&e=31>
- INEGI. (2017). *Anuario Estadístico y Geográfico de Yucatán*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/YUC_ANUARIO_PDF.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017). *Anuario Estadístico y Geográfico de Yucatán*.
- INVENTUR. (2018). *Directorio Turístico*. Recuperado el 12 de diciembre de 2018, de <http://inventur.yucatan.gob.mx/rptecoturismo.php>
- Ligorred, J., & Godillo, I. (s.f.). Relaciones entre la Teoría y las concreciones en la conservación del Patrimonio Cultural Edificado. *Vías ancestrales: Arquitectura de la integración en América precolombina*. Alianzas. Recuperado el 10 de Diciembre de 2018, de https://www.academia.edu/10151102/Relaciones_entre_la_Teor%C3%ADa_y_las_Concreciones_en_la_Conservaci%C3%B3n_del_Patrimonio_Cultural_Edificado
- López Obrador. (2018). Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de <https://lopezobrador.org.mx>
- López, M. T., & Gentile, N. (s.f.). *Universidad del Mar de Plata*. Recuperado el 19 de junio de 2020, de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00408.pdf>
- Macías Aguilar, M. V. (2019). Turismo rural y su contribución al desarrollo local sustentable del municipio de Santa Elena, Yucatán. *tesis de maestría*. Instituto Tecnológico de Mérida, Mérida, Yucatán.
- Morín, E. (1980). El desarrollo de la crisis del desarrollo. *El mito del desarrollo*, 223-244. (Attali, Ed.) Barcelona.
- Observatorio Turístico de Yucatán. (2018). Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de <http://www.observatoryucatan.org.mx/indicadores>
- OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado el 2019 de junio de 17, de Organización Mundial del Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

- Pearce, D. (1976a). "Towards a geography of tourism", *Annals of Tourism Research*.
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas*. Trillas.
- Sancho, A. (2001). *Introducción al Turismo*. OMT.
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2018). Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de <https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/index.php/es/masavisos/1630-051-mexico-sexto-lugar-del-ranking-mundial-en-arribo-de-turistas-internacionales-confirma-omt>
- Secretaría de Turismo. (2018). *Análisis de mercados, perspectivas del turismo mundial*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/VisionGlobalTurismoAMexAbr2018.pdf>
- SEFOTUR. (diciembre de 2012). *Secretaría de Fomento Turístico*. Recuperado el 15 de diciembre de 2018, de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/9bfb2cb291a61a3839854e23ddf87afa.pdf>
- SEFOTUR. (2018). Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de Secretaría de Fomento Turístico: <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/de5e9169ae8244d10c2899fc0eeb68df.pdf>
- SEFOTUR. (2018). *Secretaría de Fomento Turístico*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/de5e9169ae8244d10c2899fc0eeb68df.pdf>
- SRE. (27 de Agosto de 2018). Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de Secretaria de Relaciones Exteriores: <https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/index.php/es/masavisos/1630-051-mexico-sexto-lugar-del-ranking-mundial-en-arribo-de-turistas-internacionales-confirma-omt>
- Swarbrooke, J. M. (2010). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Reed Educational and Professional Publishing Ltd. Recuperado el 4 de junio de 2019, de <https://silo.pub/development-and-management-of-visitor-attractions.html>
- UNWTO. (2019). *World Tourism Organization*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Vidal, S. (7 de septiembre de 2019). *Discover Travel News*. Recuperado el 8 de diciembre de 2018, de <https://www.discovertravelnews.com/guia-de-viaje/america-del-norte/conoce-la-cultura-maya-recorriendo-la-ruta-puuc>
- Viloria Cedeño, N. E. (enero-julio de 2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión turística*(17), 23-36. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223324204002>

Anexo 1 Medición de la pobreza Yucatán 2010-2015.



Consejo Nacional de Evaluación
de la Política de Desarrollo Social

Medición de la pobreza, Yucatán, 2010-2015 Indicadores de pobreza por municipio

Clave de entidad	Entidad federativa	Clave de municipio	Municipio	Rezago educativo		Carencia por acceso a los servicios de salud		Carencia por acceso a la seguridad social		Carencia por calidad y espacios de la vivienda		Carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda		Carencia por acceso a la alimentación	
				Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015
31	Yucatán	31066	Santa Elena	36.8	32.9	7.1	4.3	87.5	85.9	26.0	25.3	72.7	79.7	30.9	21.4
31	Yucatán	31055	Opichén	38.4	34.6	36.8	17.4	70.9	65.9	40.3	29.8	90.1	83.6	61.8	22.6
31	Yucatán	31056	Oxkutzcab	39.4	37.3	18.8	17.5	79.3	76.8	20.2	25.7	51.8	66.0	18.8	16.6
31	Yucatán	31053	Muna	29.8	32.2	33.2	15.6	76.0	73.4	19.1	22.4	53.9	76.2	36.2	24.5
31	Yucatán	31089	Ticul	25.1	26.3	14.6	10.7	79.7	76.6	23.9	29.4	44.3	58.8	30.2	19.0
31	Yucatán	31048	Maxcanú	34.5	32.8	48.2	10.5	57.8	62.1	34.5	35.5	73.1	83.4	24.0	23.7

Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH y la Encuesta Intercensal 2015.

Notas: La población presentada en estos cuadros tiene un propósito exclusivamente estadístico: está calibrada para que, en las estimaciones de pobreza, la suma de la población municipal sea igual a la población de cada entidad federativa reportada con base en la información del MCS-ENIGH 2010 o del MEC 2015 del MCS-ENIGH publicados.

Por lo anterior, estas cifras de población podrían diferir de las reportadas por el INEGI y CONAPO a nivel municipal.

Las estimaciones municipales de pobreza han sido ajustadas a la información reportada a nivel estatal en el MCS-ENIGH 2010 (cifras 2010) o en el MEC 2015 del MCS-ENIGH (cifras 2015).

Algunas cifras pueden variar por cuestiones de redondeo.

La información relacionada con la medición de pobreza municipal 2010 se actualiza con fecha 18 de diciembre de 2017, toda vez que en la construcción de la carencia por acceso a los servicios de básicos de la vivienda se considera el combustible que se utiliza para cocinar. Lo anterior ya se hizo del conocimiento de los usuarios de la información para fines presupuestales y de planeación que se llevarán a cabo a partir de 2018.

Fuente: CONEVAL (2017)

Anexo 2: Instrumento iniciativa privada



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

Calle 10, Plan de Ayala, 97118 Mérida, Yucatán.

Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional

Encuesta sobre factores socioeconómicos para impulsar el desarrollo turístico en el municipio de Santa Elena, Yucatán.

Cuestionario

1

Fecha de
aplicación:

____/____/____
dd mm aa

Este cuestionario forma parte de la investigación “Estrategias prioritarias para el desarrollo turístico del municipio de Santa Elena”. A través de su aplicación se pretende conocer las fortalezas socioeconómicas de la población del municipio de Santa Elena, desde la perspectiva de las empresas pertenecientes a la iniciativa privada; para proponer estrategias que inicien el desarrollo turístico de la localidad. Su cooperación es importante, pues las respuestas brindadas permitirán establecer estrategias en beneficio de la comunidad. Las respuestas otorgadas serán tratadas de forma anónima y con absoluta confidencialidad. Agradecemos su cooperación.

INSTRUCCIONES: Lea cada uno de los reactivos y conteste según su criterio.

Nota: No existen respuestas correctas o incorrectas por lo que agradecemos responda de manera honesta.

Datos generales del encuestado

Unidad Económica de la empresa: _____

Sexo: Masculino Femenino **Edad:** _____ **Puesto:** _____

Nombre del establecimiento: _____

Razón social: Persona física () Persona moral ()

Dirección _____

E-mail: _____ **Teléfono:** _____

PROVEEDORES

iv) Los proveedores de los insumos son (Locales – Santa Elena, Regionales – Yucatán, Nacional – Cualquier estado):

Por favor especifique en cada rubro el servicio la cantidad y el tipo que se consume.

Locales	Regionales: _____	Nacionales: _____	Internacionales: _____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

v) El mayor ingreso de clientes es captado por: (indique porcentaje *aproximado si no se tienen datos estadísticos*)

Agencias de viaje	Vendedores propios _____	Promoción en redes sociales _____	Recomendaciones de clientes _____	Otros (especifique): _____
_____	_____	_____	_____	_____

SEGUNDA SECCIÓN – ALOJAMIENTO

INFRAESTRUCTURA DEL ESTABLECIMIENTO

- i) **Servicios:** Alojamiento Bar/Alimentos Spa Otros: _____
- ii) ¿Con cuántas habitaciones cuenta el establecimiento?
Standard _____ Junior Suite _____ Suite _____ Master Suite _____ Otras: _____
- iii) De los 12 meses del mes, ¿Cuáles son su temporada alta y cuáles su temporada baja?

- iv) En la temporada alta, ¿Qué porcentaje de capacidad es ocupada?

- v) En la temporada baja, ¿Qué porcentaje de capacidad es ocupada?

- vi) ¿Tienen clientes frecuentes? ¿Cuántos son?

- vii) ¿Realiza encuesta de satisfacción a sus clientes y las analiza?

- viii) ¿Tienen alguna alianza con alguna agencia de viajes o alguna otra unidad económica?
 ¿Cuántas alianzas?

- ix) ¿El lugar cuenta con estacionamiento? Si es sí, ¿Qué capacidad tiene? (autos compactos, autobuses, etc)

- x) ¿Cuenta con servicio de internet?
 Si _____ Todo el inmueble Sólo algunas secciones (especifique): _____
 No _____ ¿Por qué? _____

TERCERA SECCIÓN – ATRACTIVOS DE SANTA ELENA

Factores que califican los atractivos turísticos

- i) ¿Considera que los atractivos de Santa Elena (la iglesia, el museo de las momias, el mirador) atraen a los turistas tanto nacionales como internacionales?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- ii) ¿Considera que existe un atractivo que demuestre las costumbres mayas de la zona?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

¿Considera que existe algún otro atractivo que debiera ser impulsado además de los ya mencionados?

CUARTA SECCIÓN – TRANSPORTE

Características de la calidad del transporte

- i) ¿Considera eficiente los servicios de transporte que llegan a Santa Elena?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

- ii) ¿Considera que los horarios de servicio de transporte son adecuados?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- iii) ¿Considera que las unidades de transporte se encuentran en buenas condiciones?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- iv) ¿Considera que las carreteras y caminos para llegar a Santa Elena se encuentra en buenas condiciones?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

QUINTA SECCIÓN – SERVICIOS AUXILIARES

Evaluación de las unidades de negocios, servicios y su eficiencia

- i) ¿Los negocios actuales satisfacen las necesidades alimentarias de los turistas?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- ii) ¿Los negocios actuales satisfacen la adquisición de productos de uso personal de los turistas?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- iii) ¿Los negocios actuales satisfacen la necesidad de servicios automotrices de los turistas?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- iv) ¿Los servicios médicos actuales satisfacen las necesidades del turista?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- v) ¿Los servicios de seguridad actuales satisfacen las necesidades del turista (policías, bomberos)?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- vi) ¿Los negocios de artículos artesanales (souvenirs) satisfacen la demanda del turista?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

SEXTA SECCIÓN - INFRAESTRUCTURA

Evaluación de la infraestructura municipal

- i) ¿Las calles y caminos para transitar en Santa Elena se encuentran en buenas condiciones (tamaño y calidad)?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- ii) En temporadas de lluvia, ¿las calles y caminos se mantienen transitables?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- iii) ¿El servicio eléctrico satisface las necesidades de su negocio?
 Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

- iv) ¿El servicio de drenaje (aguas residuales) satisface las necesidades de su negocio?
Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- v) ¿El servicio de agua potable satisface las necesidades de su negocio?
Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
- vi) ¿Considera que la señal telefónica satisface la necesidad del turista (todas las compañías tienen señal)?
Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

SÉPTIMA SECCIÓN – NATURALEZA EN SANTA ELENA

Evaluación de los recursos naturales en Santa Elena

- i) ¿Considera que Santa Elena tiene una flora y fauna que le permita promover el turismo natural? ¿Qué flora y fauna es?
Si _____ No _____ Especifique flora y fauna _____
- ii) ¿Qué actividades considera que pueden promover el turismo de naturaleza?

SU APOYO HA SIDO MUY VALIOSO ¡GRACIAS!

Anexo 3: Instrumento gobierno municipal



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

Calle 10, Plan de Ayala, 97118 Mérida, Yucatán.

Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional

Encuesta sobre factores socioeconómicos para impulsar el desarrollo turístico en el municipio de Santa Elena, Yucatán.

Cuestionario

1

Fecha de
aplicación:

____/____/____
dd mm aa

Este cuestionario forma parte de la investigación “Estrategias prioritarias para el desarrollo turístico del municipio de Santa Elena”. A través de su aplicación se pretende conocer las fortalezas socioeconómicas de la población del municipio de Santa Elena, desde la perspectiva de las empresas pertenecientes a la iniciativa privada; para proponer estrategias que inicien el desarrollo turístico de la localidad. Su cooperación es importante, pues las respuestas brindadas permitirán establecer estrategias en beneficio de la comunidad. Las respuestas otorgadas serán tratadas de forma anónima y con absoluta confidencialidad. Agradecemos su cooperación.

INSTRUCCIONES: Lea cada uno de los reactivos y conteste según su criterio.

Nota: No existen respuestas correctas o incorrectas por lo que agradecemos responda de manera honesta.

Datos generales del encuestado:

Dependencia: _____

Sexo: Masculino Femenino **Puesto:**

Cuántos años lleva en el puesto:

PRIMERA SECCIÓN – ATRACTIVOS DE SANTA ELENA

Factores que califican los atractivos turísticos

- i) ¿Cuáles considera que son los principales atractivos de Santa Elena?
- ii) ¿Considera que esos atractivos de Santa Elena son de interés para los turistas?
- iii) ¿Considera que existe un atractivo que demuestre las costumbres mayas de la zona? Si es si, ¿Cuál o cuáles son?

iii) ¿Considera que existe algún otro atractivo que debiera ser impulsado además de los ya mencionados?

SEGUNDA SECCIÓN – TRANSPORTE

Características de la calidad del transporte

- i) ¿Qué opinión tiene sobre los servicios de transporte que llegan a Santa Elena?

- ii) ¿Considera que los horarios de servicio de transporte son adecuados?
Si _____ No _____ ¿Por qué?

- iii) ¿Cuál es su opinión sobre las condiciones de las unidades de transporte?

- iv) ¿Cuál es su opinión sobre los caminos que llevan a Santa Elena?

- v) ¿Cuál es su opinión sobre los caminos para transitar dentro de Santa Elena?

TERCERA SECCIÓN – SERVICIOS AUXILIARES

Evaluación de las unidades de negocios, servicios y su eficiencia

- i) ¿Qué opinión tiene de los negocios actuales que satisfacen la necesidad alimentaria de los turistas?

- ii) ¿Cuál es su opinión sobre los negocios actuales que satisfacen la adquisición de productos de uso personal de los turistas?

- iii) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios que se les presta a los turistas en materia automotriz? (talleres y refaccionarias)

- iv) ¿Cuál su opinión sobre los servicios médicos de la localidad que se les brinda a los turistas?

- v) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios de seguridad de la localidad y cómo éstos benefician al turista? (policías, bomberos)

- vi) ¿Cuál es su opinión sobre los negocios de ventas de artesanías (souvenirs)? ¿Satisfacen la demanda del turista?

- vii) ¿Ha escuchado sobre el proyecto nacional “tren maya”? ¿Cuál es su opinión sobre el proyecto?

- viii) En su opinión, ¿Considera usted que se puede ver beneficiada Santa Elena con el proyecto tren maya?
Si _____ No _____ ¿Cómo? _____

CUARTA SECCIÓN - INFRAESTRUCTURA

Evaluación de la infraestructura municipal

i) ¿Cuál es su opinión sobre las condiciones de las calles y caminos para transitar en Santa Elena? (tamaño y calidad)

ii) En temporadas de lluvia, ¿las calles y caminos se mantienen transitables?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

iii) ¿Cuál es su opinión sobre el servicio eléctrico de la comunidad?

iv) ¿Cuenta Santa Elena con el servicio de drenaje? Si la respuesta es si, ¿Cuál es su opinión al respecto?

v) ¿Cuenta Santa Elena con el servicio de agua potable? Si la respuesta es si, ¿Cuál es su opinión al respecto?

vi) ¿Cuál es su opinión sobre los servicios de telecomunicaciones de Santa Elena? (telefonía e internet)

QUINTA SECCIÓN – NATURALEZA EN SANTA ELENA

Evaluación de los recursos naturales en Santa Elena

iii) En su opinión ¿Considera que Santa Elena tiene una flora y fauna que le permita promover el turismo natural? Si es sí, ¿Qué flora y fauna es?

iv) ¿Considera que hay otras actividades que pueden promover el turismo de naturaleza?

Comentarios generales:

¿Cuáles considera que son las fortalezas de Santa Elena? (sociales y económicas)

¿Cuáles de esas fortalezas considera que tiene mayor potencial?

¿Qué tipo acciones considera que pueden impulsar el turismo en Santa Elena?

Dentro de su administración ¿tiene consideradas estrategias para impulsar el turismo en Santa Elena?

SU APOYO HA SIDO MUY VALIOSO ¡GRACIAS!