



**UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA DE
MÉXICO**

PROYECTO DE INTERVENCIÓN

DESARROLLO DEL TURISMO DE SALUD EN MÉRIDA, YUCATÁN COMO PARTE DE
UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL DEL ESTADO, PARA PROPICIAR EL
INCREMENTO DEL NIVEL ECONÓMICO DE LA CIUDAD

ALUMNO

MARIO ALBERTO PENICHE CÁRDENAS

MATRICULA

A L 1 2 5 1 5 3 0 5

CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

DOCENTE EN LÍNEA

MTRA. LINDA VERÓNICA DURAD GUEVARA

ASESOR EXTERNO

MTRO. IRAK ABRAHAM GREENE MARRUFO

INSTITUCIÓN

DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN Y FOMENTO EMPRESARIAL TURÍSTICO DEL
ESTADO DE YUCATÁN

FECHA DE ELABORACIÓN

DICIEMBRE 2017

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Resumen	3
Introducción	4
Diagnostico	8
Planteamiento del problema:	20
Variables de la investigación	21
Hipótesis de la investigación	22
Planteamiento del problema	23
Justificación	27
Objetivos de la investigación	35
Cronograma	36
Recursos	38
Desarrollo del marco teórico	40
Capítulo uno. El Turismo	40
Capítulo dos. El Turismo en México	42
Capítulo tres. El Turismo en Yucatán	45
Capítulo cuatro. El Turismo de salud, médico y de bienestar	50
Capítulo cinco. La Promoción Turística	55
Capítulo seis. El Turismo de Salud como Promoción Turística	57
Capítulo siete. Indicadores del Crecimiento y Desarrollo Económico con Relación al Turismo	59
Diseño de la investigación	66
Importancia de la investigación	67
Tipo de estudio	68
Nivel de investigación	69

Delimitación de la investigación	70
Muestra	
Tipo de muestreo	71
Diseño de instrumentos de medición	73
Procedimiento	75
Aplicación de instrumentos	74
Resultados obtenidos	78
Análisis de resultados	82
Gráficas e intervención general de resultados	83
Análisis	84
Propuesta de intervención	89
Diseño de intervención	92
Ejecución del proyecto	97
Supervisión del proyecto	106
Evaluación del proyecto	108
Sistematización del proyecto	112
Conclusiones	114
Referencias o fuentes de consulta	115
Anexos	118

RESUMEN

La esta investigación se basa en el turismo y su desarrollo y según la Organización Mundial de Turismo 2017 (OMT), destacó que:

“durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.”

Por lo presentado por la OMT es que la investigación presenta un panorama general sobre el turismo de salud y se busca identificar como éste impacta en el incremento del nivel económico de la ciudad Mérida, Yucatán si se incorpora como parte de una estrategia promocional en el Estado.

Este documento presenta el análisis de indicadores de temas relacionados con el mercado como monto de exportaciones, inversión directa, certificaciones, entre otros. De igual forma como parte de la información se entrevistó a las autoridades responsables de la difusión y promoción turística del Estado, para conocer las posturas relacionadas a la temática de investigación.

Como parte de las conclusiones de la investigación se pretende identificar si ésta modalidad de turismo está influyendo en el nivel económico de la ciudad de Mérida, Yucatán, como parte de sus estrategias promocionales.

Palabras clave: Turismo de Salud, Nivel Económico, Estrategia Promocional, Desarrollo Económico.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación se realizó en la ciudad de Mérida capital del Estado de Yucatán, que es uno de los treinta y un estados que, junto con la Ciudad de México, conforman las treinta y dos entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos. El estado se localiza en el sureste de México y en el norte de la península de Yucatán. Limita al norte por el golfo de México, al sureste por el estado de Quintana Roo y al suroeste por el estado de Campeche.

El estado de Yucatán y la ciudad de Mérida ésta en crecimiento y según los datos del (Instituto Nacional de Estadística, 2016); INEGI, en su informe trimestral de la actividad económica, que el desempeño económico del estado correspondientes al primer trimestre de 2016. Se pueden destacar varios puntos de interés que soportan estas afirmaciones como lo son que: Yucatán presentó un crecimiento real del 3.7%; con esto, el estado se coloca en la posición 11 a nivel nacional, en crecimiento económico; también se reportó que el sector terciario, que representa más de 6 de cada 10 pesos de la economía del estado, mostró un crecimiento de 2.5%. En este sector, el turismo sigue presentando buenos números, al aumentar un 18% el número de pasajeros por vía aérea y el número de asientos disponibles, alcanzando los 436,710 turistas y los 22,534 asientos disponibles durante los primeros tres meses del año. Estos datos ayudan a comprender la importancia del desarrollo del turismo en el Estado y la ciudad de Mérida.

Por lo anterior es necesario que el Estado siga manteniendo una imagen a nivel nacional e internacional como un lugar turístico, por lo que el programa de difusión turística es el instrumento mediante el cual, la Secretaría de Fomento y Desarrollo Económico Turístico del Estado (SEFOTUR), diseña anualmente en un programa, las

estrategias, mecanismos y acciones de difusión a nivel estatal, nacional e internacional de los atractivos turísticos. Las actividades de promoción y difusión que se realicen a través del programa, están encaminadas a dar a conocer en los mercados local, nacional e internacional, la oferta turística que se ofrece en los destinos ubicados en territorio del Estado de Yucatán, por conducto de los diferentes medios de comunicación, como lo son prensa, radio, televisión, internet, redes sociales y demás que la secretaría considere pertinentes.

La ciudad de Mérida, es reconocida como un centro económico, cultural, social y de salud de la Península de Yucatán y se considera una de las ciudades con mayores niveles de calidad de vida, servicios, tranquilidad y seguridad en todo México con una posición geográfica estratégica, ubicada a 1 hora 30 minutos de la Ciudad de México, además cuenta con una infraestructura de alto nivel para la atención de salud, esto lo indica el reportaje del portal de noticias (Notimex, 2017), en el cual se mencionó que:

“la ciudad de Mérida, cuenta con una amplia red de hospitales públicos y privados, clínicas, laboratorios, todo en constante crecimiento y modernización, que garantiza una atención médica altamente especializada ya que concentra el mayor número de especialistas en el sureste de México.”

Dadas las condiciones y características de la ciudad de Mérida una de las principales razones que impulsaron el desarrollo de esta investigación surge de la identificación de una necesidad y una insuficiencia de información sobre indicadores del tema del turismo de salud como una alternativa existente en la actualidad (2017), al turismo convencional y su aportación a la economía de los lugares que lo desarrollen.

El autor (Arias, 2011) describió en su artículo científico –denominado El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global que:

“el turismo de salud es un concepto que comprende la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven.” En el artículo los autores presentan que el turismo de salud puede estudiarse desde dos vertientes: la vertiente médica y la turística; esta división se puede entender como el cliente sano que quiere permanecer sano (prevención) y el cliente que acusa una enfermedad y que quiere curarla o aliviarla (tratamiento).

Después de haber desarrollado la información anterior se puede establecer que este trabajo de investigación pretende dar un panorama general de lo que abarca esta modalidad turística, intentando definir qué aportación se tendrá del turismo de salud y su desarrollo en la ciudad de Mérida, como parte de un plan promocional del estado de Yucatán, para lograr un desarrollo y crecimiento económico.

Para este fin será necesario hacer una revisión de la información disponible sobre la temática de investigación para que a través de un análisis se pueda identificar la problemática y establecer las variables que guíen las acciones a realizar cuando se establezcan los objetivos, así mismo será necesaria una revisión de las diferentes teorías y corrientes ideológicas que presenten diferentes autores como especialistas en la materia, para darle sentido y sustento a esta investigación con la construcción del marco teórico, el cual se construirá partiendo de contenidos generales hasta los más específicos en una estructura lógica y coherente que ayude a entender el desarrollo de la temática investigada, partiendo desde los orígenes y definiciones del turismo hasta llegar a las estrategias promocionales para el desarrollo económico de la ciudad de Mérida, Yucatán.

La investigación se centra en entrevistar a las autoridades en turno encargadas de desarrollar y poner en prácticas los planes estratégicos de fomento y desarrollo turístico y económico del estado de Yucatán, particularmente centrados en la ciudad capital Mérida, de igual forma se hará un análisis de las estrategias promocionales del estado con relación al Turismo de Salud en particular, y con la finalidad de poder obtener información de los elementos involucrados se desarrollaran y administraran instrumentos de medición a turistas que lleguen al Estado para generar y actualizar las estadísticas y se realizará una lista de cotejo como guía de campo y observación directa con el fenómeno de estudio. Esta investigación se apoya de igual forma con datos y estadísticas de los órganos de gobierno y particulares encargados de monitorear el turismo y el desarrollo económico en el Estado.

DIAGNÓSTICO

De acuerdo con el autor (Fraga, 2014), quien establece que el diagnóstico es un apartado de la investigación que presenta la observación de la realidad dentro del universo en que se desarrollara la misma, precisa que problemas requieren solución y se establece el camino a seguir para realizar las preguntas de investigación, delimitará el trabajo y facilitará el proceso, así como reconoce el problema para dar una solución al mismo. Por lo anterior ésta investigación desarrollará a manera de diagnóstico una perspectiva sobre el turismo de salud y sus dos principales vertientes de estudio: la de la medicina y la turística; y la relación que tiene este fenómeno económico-social con el desarrollo de la economía en la ciudad de Mérida, Yucatán como parte de sus estrategias promocionales. También se hace una breve revisión bibliográfica del turismo de salud desde una perspectiva histórica y contemporánea con la intención de conocer sus

orígenes, evolución, cambios y tendencia actual. Se encontró, primero, que el turismo de salud no es un fenómeno nuevo, debido a que hay mucha evidencia acerca del mismo en el mundo antiguo. Segundo, que el movimiento internacional de pacientes ya no se da desde los países en desarrollo hacia los países desarrollados, sino en sentido contrario. Lo anterior se explica por los altos costos de los servicios de la salud, la elevada proporción de adultos mayores y los problemas asociados con la cobertura del seguro médico en los países desarrollados, entre otras causas. En general, se espera que los flujos de turistas de salud sigan aumentando en favor de los países en desarrollo.

Como parte central de esta investigación se puede establecer que el turismo de salud ha presentado un notable crecimiento en los últimos 10 años (2005-2015), aunque desde tiempos remotos (Grecia y Roma antigua) ya lo practicaban con diferentes grados de presentación y desarrollo. En la actualidad, (2017) son muchos los turistas que viajan a otros países para hacer turismo de salud, ya sea en la categoría de bienestar o en las categorías médicas. Latinoamérica, con la mayoría de sus países en vías de desarrollo y crecimiento están ahora apostándole al desarrollo del turismo en general como fuente de ingresos para sus economías, sin embargo, países como Cuba han buscado convertirse en potencia médica en el campo o rama del turismo médico, y muchos otros países están siguiendo la tendencia del crecimiento entre ellos México.

Uno de los primeros autores en definir el turismo fue Schullern, quien en 1911 presentó una de las primeras definiciones sobre el turismo desde una perspectiva meramente económica. Él consideró que el turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacía, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país. De igual forma es (Padilla, 1997), quien determinó que el turismo es un fenómeno

social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. Así mismo la (OMT, 2010), define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Estas definiciones clarifican el concepto del turismo y amplían el entendimiento de las actividades que se realizan al practicarlo.

Por otra parte, una de las primeras definiciones de salud, fue la desarrollada por la Organización Mundial de la Salud en 1946, quien indicó que la salud debe de entenderse como un estado de completo bienestar físico, mental y social; y no solo la ausencia de afecciones y enfermedades. Entendidas las definiciones anteriores sobre lo que es turismo y salud, entonces se puede avanzar ahora con mayor seguridad a una aproximación conceptual sobre lo es el turismo de salud y sus vertientes.

Al iniciar la investigación, es conveniente distinguir primero entre lo que es turismo de salud y turismo médico. El turismo de salud abarca a todas las formas en las cuales los pacientes viajan a otros países en la búsqueda de una mejoría de la salud (in *Annals of Tourism Research*, 2005). Casi igual, (Branco Bonfada, Henn Bonfada, Alén González, & Gongalves Gándara, 2011), argumentan que el turismo de salud ocurre cuando las personas viajan de su lugar de residencia por razones de salud. El turismo de salud es un concepto que describe la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven. La

definición internacional de turismo de salud dice que es el proceso en el cual una persona viaja por fuera de su lugar de residencia con el objetivo de recibir servicios de salud o de bienestar.

El concepto de turismo médico es más útil para distinguir la realización de determinadas intervenciones médicas y médico-quirúrgicas. El resto de servicios favorables para la salud que reciben los turistas, distintos de intervenciones médico-quirúrgicas, pertenece a la categoría de bienestar. Más concretamente, el turismo de salud se divide en dos grupos: bienestar y el turismo médico.

No forman parte del turismo de salud los servicios de salud tercerizados y no se pueden contabilizar como turistas de salud los extranjeros que reciben servicios de salud durante su estadía en un país, si su viaje no fue motivado por la búsqueda de tales servicios. Las vertientes de estudio del turismo de salud son básicamente dos: la vertiente de la medicina y la turística. La primera, se encuentra más asociada con la medicina que con el turismo, dado que considera que la motivación principal del turista es la de acudir a los centros médicos; en este proceso el turista utiliza instalaciones y servicios turísticos como el transporte, alojamiento, restaurantes, entre otros. Sin embargo, la motivación principal no es satisfecha por una instalación o servicio turístico. En esta dirección se encuentran las aportaciones de Borman (2004) y de García-Altes (2005). De manera contraria, la vertiente turística se encuentra más vinculada con el turismo que con la medicina, debido a que el turista busca la salud en centros turísticos como balnearios, centros de talasoterapia, spas, etc. En este sentido, encajan los trabajos de Pollock y Williams (2000); San José Arango (2003) y Sánchez Zapata (2006). En síntesis, la vertiente de la medicina tiene que ver con la prestación de servicios médicos en instalaciones sanitarias, tales como clínicas y hospitales y, la segunda vertiente, tiene que

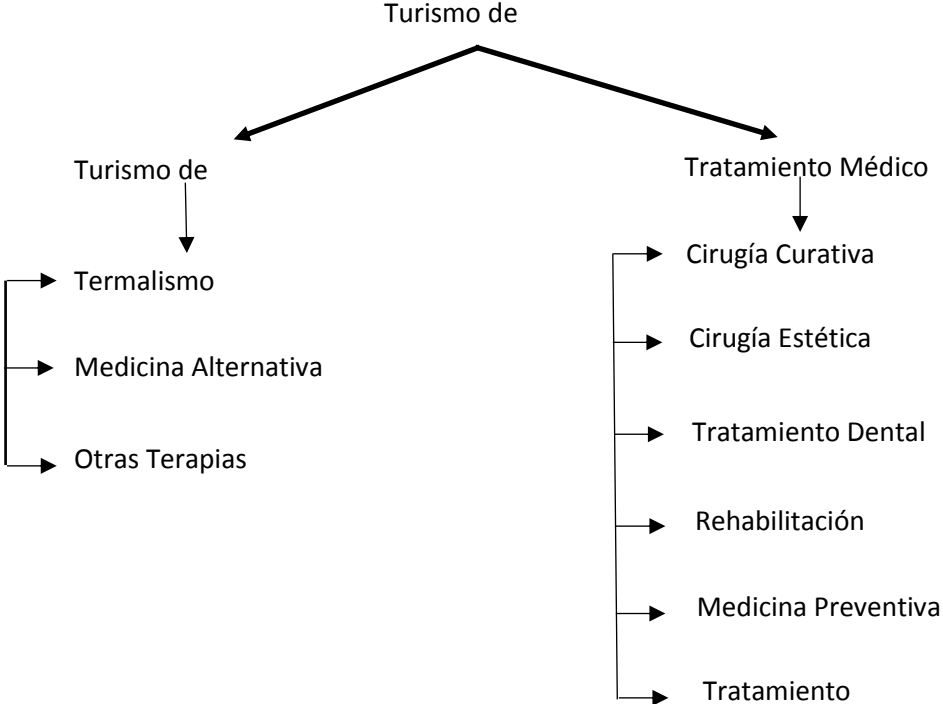
ver con motivaciones turísticas (López, Henn, Alén & Goncalves, 2011). Recordando la definición de salud que emana de la (OMS, 2000), (Organización Mundial de la Salud) y relacionando esto con el turismo, entonces, se puede inferir que los turistas de salud buscan servicios que tienen que ver con la curación de enfermedades, el mantenimiento de la salud, la rehabilitación, la prevención de enfermedades, la liberación del estrés y para salir de la monotonía, entre otras motivaciones asociadas con la salud. Por ejemplo, un turista de salud, sería aquel que viaja a un destino para realizarse una cirugía en un hospital, o aquel que visita a un spa para liberarse del estrés.

También podría ser quien visita un determinado lugar porque el clima y el ambiente son favorables para la salud. Es importante tener claridad respecto de la vertiente de turismo de salud con la cual se identifique un destino, pues de dicha conceptualización, dependerá la manera como se promociona esta industria. Es decir, un destino que se identifique con el enfoque del turismo, promoverá el turismo de salud hacia dicho lugar por ser benéfico para la salud debido al clima y los recursos naturales que posee (agua, aire y tierra). Por otra parte, se encuentran destinos de turismo de salud que se ofertan por la prestación de servicios en equipamientos en el área de la salud (clínicas y hospitales). Bajo este último enfoque, juegan un papel muy trascendental: la acreditación de los centros de salud, la tecnología, la cualificación y experiencia de los médicos y enfermeras, entre otros. Sin embargo, es posible que para un mismo destino se puedan considerar ambas vertientes para explotar complementariedades.

Para (Connell, 2006), el turismo médico es cuando la gente viaja a menudo largas distancias a países de ultramar para obtener atención médica, odontológica y quirúrgica, siendo al mismo tiempo turistas, en un sentido más convencional. Transitando por la misma línea de pensamiento se encuentran Smith, Martínez y Rupa Op. Cit., quienes

definen al turismo médico como la práctica de viajar a otro país con el fin de obtener cuidado de la salud a manera de cirugía, tratamiento dental, tratamiento reproductivo, trasplante de órganos, chequeos médicos, entre otros. Esto excluye el turismo de bienestar, que se refiere a spas, tratamientos homeopáticos o terapia tradicional. La nota distintiva entre el turismo médico y el turismo de bienestar es, que el primero implica una intervención médica específica. La figura 1 ilustra muy claramente lo mencionado anteriormente.

Figura 1. Estructura del Turismo de Salud



Fuente: Los autores con base en los estudios de Mugomba & Caballero Danell (2006); Jabbari (2007) y búsquedas en sitios web.

Mérida, centro económico, cultural, social y de salud de la Península de Yucatán se considera una de las ciudades con mayores niveles de calidad de vida, servicios,

tranquilidad y seguridad en todo México con una posición geográfica estratégica, ubicada a 1 hora 30 minutos de la Ciudad de México, por avión, y a sólo 3 horas en coche de Cancún y la Riviera Maya; así mismo, un vuelo directo Miami/Mérida tiene una duración de aproximadamente 1 hora con 22 minutos. Cuenta con una infraestructura de alto nivel para la atención de salud. Con una amplia red de hospitales públicos y privados, clínicas, laboratorios, todo en constante crecimiento y modernización, que garantiza una atención médica altamente especializada ya que concentra el mayor número de especialistas en el sureste de México. Por todas estas razones, se ofrece a la ciudad de Mérida como un destino que no sólo provee excelentes servicios de salud, sino también que signifique un ahorro de 40% a 60 % en relación a los mismos servicios en los Estados Unidos, país desarrollado que hasta hace algunas décadas acaparaba el mercado del turismo de salud, sin embargo, como se ha mencionado anteriormente esta tendencia de que los turistas de salud visitaran países desarrollados para sus tratamientos se ésta revertiendo.

Uno de los objetivos del Estado de Yucatán, y su promoción turística es atraer turistas cuya principal razón de visita al Estado, sea por salud, es decir ya sea para recibir tratamientos en los hospitales de alta especialidad, o simplemente por las condiciones climáticas o tratamientos alternativos que se pudieran ofrecer, desde medicina tradicional (homeopática) hasta los servicios de relajación de los spas y de esta manera impulsar la derrama económica en la entidad. El Gobierno del Estado de Yucatán a través de una plataforma digital que alberga un completo directorio médico, Yucatán se suma a la lista de destinos orientados a proporcionar atención a más de siete millones de personas de diversas partes del mundo que viajan al extranjero en busca de servicios en este rubro. Se puede tener acceso a esta plataforma en la siguiente liga web (<http://inventur.yucatan.gob.mx/concepto.php>). La plataforma es: El Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur) es una base de datos que contiene

las principales características comerciales de los establecimientos de servicios turísticos del estado de Yucatán. Este directorio es elaborado y actualizado por la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán, con base en información proporcionada por los mismos prestadores de servicios locales. Uno de sus objetivos principales es generar un inventario confiable y permanentemente actualizado que permita conocer y evaluar las principales características que presenta la oferta de servicios turísticos en el estado de Yucatán para fines estadísticos y comerciales, además de integrar un directorio gratuito para promocionar a los establecimientos participantes.

La plataforma Inven Tur, funciona como una de las estrategias de promoción del Estado, que se apoya y funciona mediante el portal electrónico www.yucatanhealthcare.com, en el cual se puede encontrar información directa con relación al estudio de esta investigación ya que se podrá encontrar datos referentes a los doctores, clínicas y hospitales de la entidad, así como una descripción detallada de los servicios que estos ofrecen y sus especialidades, esto con el fin de atraer visitantes tanto nacionales como internacionales con el fin de brindarles cuidados de calidad en el área de la salud. Según la Secretaria de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR, 2017), los turistas interesados vendrían con el propósito de recibir atención especializada, pero a su vez ocuparán cuartos de hotel y visitarán diversos lugares del Estado, lo que se traducirá en una contribución colateral de la derrama económica que genera el turismo. La plataforma cuenta con un directorio conformado por 47 doctores, así como ocho especialidades odontológicas y 11 médicas. También contiene una base de datos de 55 médicos en proceso de ser agregados. La página web puede ser consultada en los idiomas inglés y español, para facilitar su entendimiento a los potenciales turistas extranjeros.

Algunos datos que sustentan la viabilidad de este estudio son los proporcionados por la Organización Mundial del Turismo, en su reporte de la actividad turística presentada en su página oficial (2017); que indican que “en el continente americano las cuatro subregiones turísticas siguieron disfrutando de un crecimiento notable en los cuatro primeros meses de 2016, lideradas por 1) América Central y 2) América del Sur (ambas con un +7%). 3) Las llegadas al Caribe (+6%) y a 4) Norteamérica (+5%) se vieron espoloadas por una continuada y fuerte demanda de turismo emisor en los Estados Unidos, donde el gasto turístico aumentó un 9% en mayo del mismo año.”

La tabla 1 presenta información general en diferentes indicadores en donde se refleja y respalda la idea de que el turismo está en crecimiento y se mantiene estable en su aportación a la economía en México, los datos presentan la información sobre el producto interno bruto, los puestos de trabajo remunerados del sector, así como los datos de los turistas que llegan y salen de México, para presentar los saldos de estos movimientos del mercado turístico, esta información la presenta la Secretaría de Turismo en su página oficial presentando información por año.

Tabla 1. Datos Generales de la Aportación del Turismo en México.

PRODUCTO INTERNO BRUTO		2013	2014	2015	2016	2017
Total de la Economía (Precios Constantes) ^{1/}	Millones de Pesos	12,435,058	12,937,094	13,117,536	13,401,020	n.d.
Sector Turístico (Precios Constantes) ^{1/}	Millones de Pesos	1,033,969	1,081,057	1,089,216	1,112,911	n.d.
Participación del PIB turístico en el total	Porcentaje	8.3	8.4	8.3	8.3	n.d.
Total de la Economía (Precios Corrientes) ^{1/}	Millones de Pesos	14,021,257	15,116,998	15,442,877	16,306,606	n.d.
Sector Turístico (Precios Corrientes) ^{1/}	Millones de Pesos	1,171,476	1,267,939	1,335,295	1,394,210	n.d.
Participación del PIB turístico en el total	Porcentaje	8.4	8.4	8.6	8.5	n.d.

PUESTOS DE TRABAJO EQUIVALENTES REMUNERADOS						
Total de la Economía ^{1/}	Miles de Ocupaciones	38,171.7	39,261.2	38,997.4	39,541.2	n.d.
Sector Turismo ^{1/}	Miles de Ocupaciones	2,215.4	2,265.9	2,298.5	2,300.5	n.d.
Participación del Sector Turismo ^{1/}	Porcentaje	5.8	5.8	5.9	5.8	n.d.
VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO						
NÚMERO DE PERSONAS						
Visitantes Internacionales a México	Miles de Personas	75,731.8	76,748.7	78,100.2	81,042.1	87,128.6
Turistas Internacionales Excursionistas	Miles de Personas	23,403.3	23,402.5	24,150.5	29,345.6	32,093.3
Internacionales	Miles de Personas	52,328.5	53,346.1	53,949.7	51,696.5	55,035.3
GASTO						
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dólares	11,868.8	12,739.4	13,949.0	16,208.4	17,733.7
Turistas Internacionales Excursionistas	Millones de Dólares	10,006.3	10,766.4	11,853.8	14,320.0	15,825.7
Internacionales	Millones de Dólares	1,862.5	1,973.0	2,095.2	1,888.4	1,908.0
VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR						
NÚMERO DE PERSONAS						
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miles de Personas	88,113.2	87,332.3	90,777.0	90,981.7	94,988.4
Turistas Internacionales Excursionistas	Miles de Personas	14,799.1	15,580.6	15,911.1	18,260.7	19,603.0
Internacionales	Miles de Personas	73,314.2	71,751.7	74,865.9	72,721.0	75,385.4
GASTO						
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Millones de Dólares	7,831.9	8,448.7	9,122.4	9,605.8	10,098.1
Turistas Internacionales Excursionistas	Millones de Dólares	5,014.0	5,548.8	6,024.9	6,610.7	7,026.5
Internacionales	Millones de Dólares	2,817.9	2,900.0	3,097.5	2,995.1	3,071.6
SALDO EN LA BALANZA TURÍSTICA						
Visitantes Internacionales	Millones de Dólares	4,036.9	4,290.7	4,826.6	6,602.6	7,635.6

Fuentes: Secretaría de Comunicaciones y Transporte. Banco de México; Instituto Nacional de Estadística y Geografía; Secretaría de Turismo y Organización Mundial de Turismo.

En el cuadro anterior se puede observar que el turismo sigue siendo un motor generador de economía para México por la aportación que tiene en el Producto Interno

Bruto, y con esto por ende en la aportación de la economía de sus Estados, y en particular los de desarrollo turístico como lo es Yucatán.

Otra información que se considera relevante para el sustento del desarrollo de la investigación, es la relación de los visitantes en México, y de acuerdo a los datos de la tabla 2, se observa que estos generan una derrama económica importante.

Tabla 2. Derrama económica de turistas.

VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO		
NÚMERO DE PERSONAS		
Visitantes Internacionales a México	Miles	87,129
Turistas Internacionales	Miles	32,093
Excursionistas Internacionales	Miles	55,035
GASTO		
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dólares	17,734
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	15,826
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1,908
VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR		
NÚMERO DE PERSONAS		
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miles	94,988
Turistas Internacionales	Miles	19,603
Excursionistas Internacionales	Miles	75,385
GASTO		
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Millones de Dólares	10,098
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	7,026
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	3,072
SALDO EN LA BALANZA TURÍSTICA		
Visitantes Internacionales	Millones de Dólares	7,636
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS */		
Porcentaje de Ocupación Hotelera	Porcentaje	58.6
Llegada de Turistas	Turistas	74,061,141
Nacionales	Turistas	57,360,691
Extranjeros	Turistas	16,700,450
VUELOS EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS		
Llegada de Vuelos a los Aeropuertos del País	Vuelos	582,732
Regulares	Vuelos	577,085
Nacionales	Vuelos	417,018
Internacionales	Vuelos	160,067
Charters	Vuelos	5,647
Charters Nacionales	Vuelos	1,283

Charters Internacionales	Vuelos	4,364
PASAJEROS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS		
Llegada de Pasajeros a los Aeropuertos del País 2/	Pasajeros	56,367,634
Regulares	Pasajeros	55,662,522
Nacionales	Pasajeros	37,016,408
Internacionales	Pasajeros	18,646,114
Charters	Pasajeros	705,112
Charters Nacionales	Pasajeros	71,915
Charters Internacionales	Pasajeros	633,197
CRUCEROS		
Pasajeros en Crucero	Pasajeros	5,929,223
Arribos	Arribos	2,180

Fuentes: Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Dirección General de Puertos, Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

En la tabla 3. Se concentra la información que relaciona los motivos de viaje de los turistas a México, de acuerdo con datos de la secretaria de turismo en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (INEGI); con estos datos se observa que las visitas de placer y de negocios son predominantes, sin embargo, aunque no se detalla con precisión es probable que en el indicador otros se pueda encontrar los motivos de salud o turismo médico.

Tabla 3. Gasto Medio, Gasto Medio Diario y Gasto Promedio Anual en Dólares

Por Motivo del Viaje	776.8	848.8	821.3
Placer	861.8	962.2	913.0
Negocios	996.7	977.9	986.3
Visita a Familiares	529.7	543.0	539.2
Visita a Amistades	585.9	648.3	677.4
Otros	784.6	794.4	753.8
Por Vía de Acceso y Motivo del Viaje			
Vía Aérea por:	868.3	948.7	919.0
Placer	867.5	968.4	915.9
Negocios	1,001.4	989.5	999.6
Visita a Familiares	803.6	850.2	861.5
Visita a Amistades	732.9	757.7	819.2
Otros	898.3	939.3	1,037.9
Vía Terrestre por:		318.4	334.3

	298.9		
Placer	404.9	519.6	634.5
Negocios	484.5	382.1	357.3
Visita a Familiares	291.8	302.9	318.2
Visita a Amistades	296.2	317.7	332.8
Otros	301.6	329.2	344.8
<hr/>			
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje			
<hr/>			
Extranjeros por:	822.1	900.4	868.5
Placer	861.2	964.4	913.5
Negocios	1,003.0	982.3	992.3
Visita a Familiares	616.0	644.2	636.8
Visita a Amistades	692.6	716.8	755.7
Otros	783.6	799.1	746.9
<hr/>			
Nacionales residentes			
<hr/>			
en el Exterior por:	450.4	473.9	481.1
Placer	889.0	873.5	893.4
Negocios	730.9	829.7	779.0
Visita a Familiares	412.8	416.9	414.2
Visita a Amistades	231.5	237.9	298.8
Otros	839.9	615.8	886.2

Fuente: Banco de México. (2015)

Toda la información presentada en este apartado diagnóstico tiene la intención de poder identificar de manera general el problema que se enfrenta y se abordará en la investigación, con la presentación de datos estadísticos se puede sustentar que la investigación puede desarrollarse ya que existe información sobre el fenómeno que se pretende estudiar y se reafirma que es un fenómeno que impacta directamente en lo social, económico y político a la sociedad yucateca en particular y a su vez de forma directa e indirectamente al país (México), en diferentes aspectos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el siguiente apartado se presentan las variables de investigación con la que se decidió trabajar de acuerdo con el planteamiento del problema y el fenómeno estudiado, así mismo se establecieron las hipótesis de la investigación a comprobar o rechazar, basando se en los resultados obtenidos, de igual forma se desarrollan antecedentes del problema como una base de investigaciones previas que dan orientación a esta investigación sobre qué aspectos ir considerando en su desarrollo, seguidamente fue necesario justificar la investigación bajo los aspectos de su importancia y alcance, para terminar con el diseño de los objetivos de la investigación.

Variable de la Investigación

Por lo anterior es necesario presentar las variables de la investigación, las cuales se clasifican en variables independientes y dependientes, que como establece (Marquéz, 2010), define la variable dependiente como: “la define como propiedad o característica que se trata de cambiar mediante la manipulación de la variable independiente, es el factor que es observado y medido para determinar el efecto de la variable independiente.” y la variable dependiente como: “aquella que es manipulada por el investigador en un experimento con el objeto de estudiar cómo incide sobre la expresión de la variable dependiente. A la variable independiente también se la conoce como variable explicativa, y mientras que a la variable dependiente se la conoce como variable explicada.”

Esto significa que las variaciones en la variable independiente repercutirán en variaciones en la variable dependiente; para efectos de esta investigación las variables se establecen como sigue:

Variable independiente: Promover el desarrollo del turismo de salud.

Variable dependiente: El incremento del nivel económico de la ciudad de Mérida, Yucatán.

Hipótesis de la Investigación

La hipótesis es una afirmación respecto de un objeto que habrá de someterse a prueba; una afirmación sin pruebas que se quiere transformar en tesis, localizando sus argumentos.

De acuerdo con R. Sampieri (2014) Op. Cit., indica que *“Una hipótesis es una idea, una suposición que basamos en una información previa y que nos permite explicar el porqué de algo o la relación entre diferentes hechos. Cuando elaboramos un ensayo comenzamos exponiendo una idea y formulando una pregunta.”* Sobre esa cuestión se puede elaborar una teoría, o hipótesis y a continuación se debe defenderla con argumentos y datos que lleven a su comprobación.

Para Hernández Sampieri y Cols. Op. Cit, 1991, las hipótesis de investigación pueden ser: 1. Hipótesis descriptivas. Pretenden explicar el fenómeno en términos de sus cualidades o rasgos. Se utilizan a veces en estudios descriptivos. 2. Hipótesis correlacional. Establecen relación entre dos o más variables y la forma como están asociadas (dirección). 3. Hipótesis de la diferencia entre grupos. Dirigidas a comparar grupos, sin establecer dirección hacia un grupo en especial. 4. Hipótesis que establecen relaciones de causalidad. Establecen relaciones de causa (variable independiente) - efecto (variable dependiente).

La hipótesis de la investigación se plantea teniendo en cuenta las variables del estudio, la población sobre la que se va a elaborar dicho estudio, el ámbito dónde se va a realizar y la localización temporal. La cual quedo de la siguiente manera: El incremento

del nivel económico de la ciudad Mérida, Yucatán se verá favorecido si se incorpora el turismo de salud como parte de una estrategia promocional del Estado.

Dadas las características de esta investigación, es pertinente aclarar que el tipo de hipótesis es correlacional que de acuerdo con (Tamayo, 2010), quien establece que: *“La formulación de hipótesis correlacionales supone la evaluación entre variables. La investigación correlaciona tiene de por sí un valor explicativo, ya que saber que dos conceptos o variables se relacionan de determinada manera, aporta información explicativa que establece una relación entre variables, sin necesidad de plantear cómo se dan estas asociaciones, en este tipo de hipótesis a determinadas condiciones de prueba o contrastación, se busca ver cómo se comportan las variables de estudio.”*

Planteamiento del Problema

De acuerdo con los autores (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). En el libro de Metodología de la investigación, indican que:

En realidad, plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación. El paso de la idea al planteamiento del problema puede ser en ocasiones inmediato, casi automático, o bien tardar un tiempo considerable; depende de cuán familiarizado esté el investigador con el tema de su estudio, la complejidad misma de la idea, la existencia de estudios de antecedentes, el empeño del investigador y sus habilidades personales. Seleccionar un tema o una idea no lo coloca inmediatamente en la posición de considerar qué información habrá de recolectar, con cuales métodos y cómo analizará los datos que obtenga. Antes necesita formular el problema específico en

términos concretos y explícitos, de manera que sea susceptible de ser investigado con procedimientos científicos”

De acuerdo con las afirmaciones hechas por los autores anteriores y con base en el diagnóstico presentado para esta investigación se presenta el siguiente planteamiento del problema, el cual tiene como objetivo enfocarse en el problema central que se pretende estudiar, el cual se presenta en una pregunta de investigación que quedo de la siguiente manera:

¿De qué forma el promover el desarrollo del turismo de salud en Mérida, Yucatán como parte de una estrategia promocional del Estado, propiciará el incremento del nivel económico de la ciudad?

Para poder identificar y responder el ¿cómo? Se llegó al planteamiento del problema de esta investigación es necesario entender que el turismo en México es un motor generador de economía como lo confirmo él (Cordero, Número 8). Secretario de Turismo de México (en 2017), el licenciado Enrique de la Madrid Cordero, en su artículo “El turismo como motor de crecimiento económico” publicado para la revista electrónica Comercio Exterior Bancomext, número 8, en el apartado de informe, que “México es un país es reconocido mundialmente por su estabilidad macroeconómica, apertura comercial, posición geográfica estratégica y factores demográficos positivos. Además, gozamos de un envidiable acervo cultural, variedades de ecosistemas y un clima generoso”.

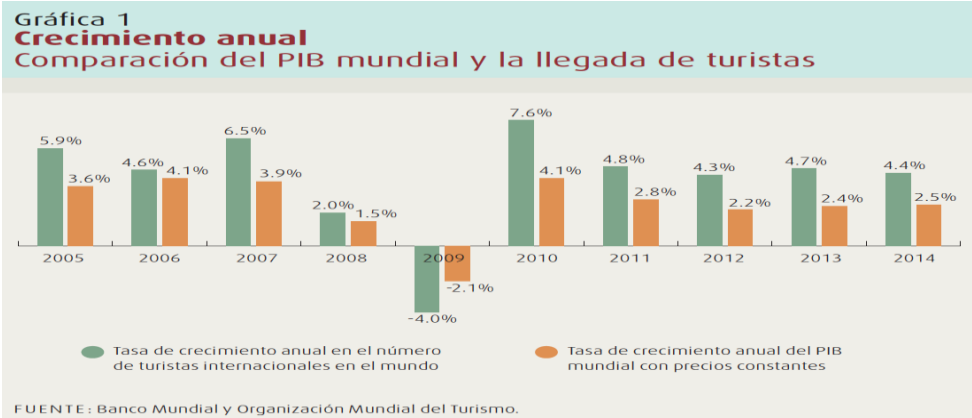
El fenómeno del turismo no es aislado, lo que hace que La actividad turística incide directamente en el dinamismo de otros sectores como la construcción, el transporte y las telecomunicaciones, así como en la cantidad de todo tipo de bienes y servicios que

demanden los turistas durante su viaje. Por ello, el sector turístico ha cobrado gran relevancia y trascendencia económica a nivel global y en México. Al respecto el secretario de turismo en el mismo artículo destaca que:

“El impacto del turismo en otros sectores de la economía responde a que el turista es cada vez más sofisticado. Actualmente, 53% de los turistas internacionales viajan para vacacionar y con fines recreativos, el resto lo hace para atenderse algún padecimiento de salud, para asistir a congresos profesionales o por motivos religiosos. Lo anterior significa que la prosperidad de algunos centros de salud o destinos especializados en eventos está vinculada directamente con la llegada de turistas. Por ello, el impulso a la actividad turística constituye una de las formas más eficientes que tiene el país para alcanzar un nivel de crecimiento económico acelerado y sostenido”

Estas afirmaciones se ven reforzadas con la información presentada por el banco mundial y la organización mundial del turismo, como lo muestra la figura 1. En la que se aprecia que del 2010 al 2014 el crecimiento del PIB y la llegada de turistas son constantes.

Figura 2. Crecimiento Anual



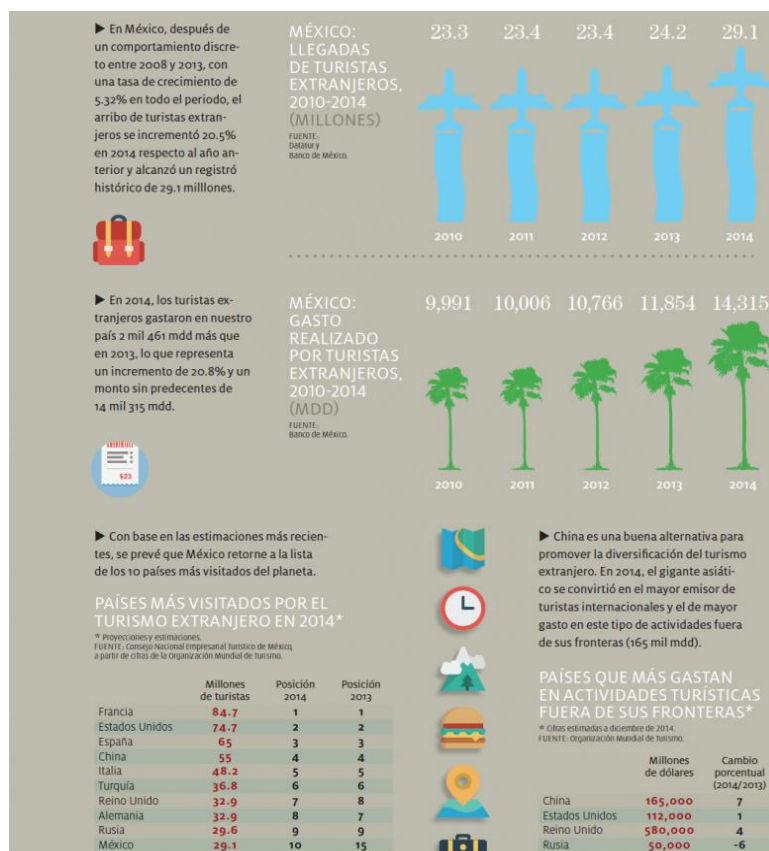
Fuente: Banco Mundial y Organización Mundial de Turismo.

De acuerdo con la Organización de Comercio y Desarrollo Económico (Económico, 2015), Con relación a la captación de divisas, México se colocó en la posición 22 con 16 mil 208 millones de dólares el año pasado, 2 mil 300 millones de dólares más que en 2013, lo cual representa el mayor incremento registrado para un solo año. Se espera que el país reciba más de 31 millones de turistas internacionales y 17 mil millones de dólares en 2015.

Estos ingresos tienen un efecto positivo en la balanza de pagos del país a través de la balanza turística, la cual contempla la diferencia entre los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones).

En 2014, el gasto de mexicanos en el exterior ascendió a 9 mil 606 millones de dólares, lo que representó para la balanza turística un superávit de 6 mil 602 millones de dólares, una cifra histórica.

Figura 3. Datos Generales del Turismo Mundial y México,



Fuente: OCDE (2017)

Todos estos datos permiten entender la importancia del turismo como generador de economía para los países y por ende para los estados que los conforman, es por eso que el Estado de Yucatán y en particular la ciudad capital Mérida, en la secretaria de fomento económico y turístico del estado se está consciente de este fenómeno y pretende a través de diferentes estrategias promocionales lograr la captación del turismo, la generación de imagen, y el desarrollo económico del estado por la derrama de dinero nacional y en divisas que genera la actividad turística, y en particular para esta investigación se establecerían los parámetros que generan economía en la ciudad de Mérida, en particular con el turismo de salud.

Justificación de la investigación

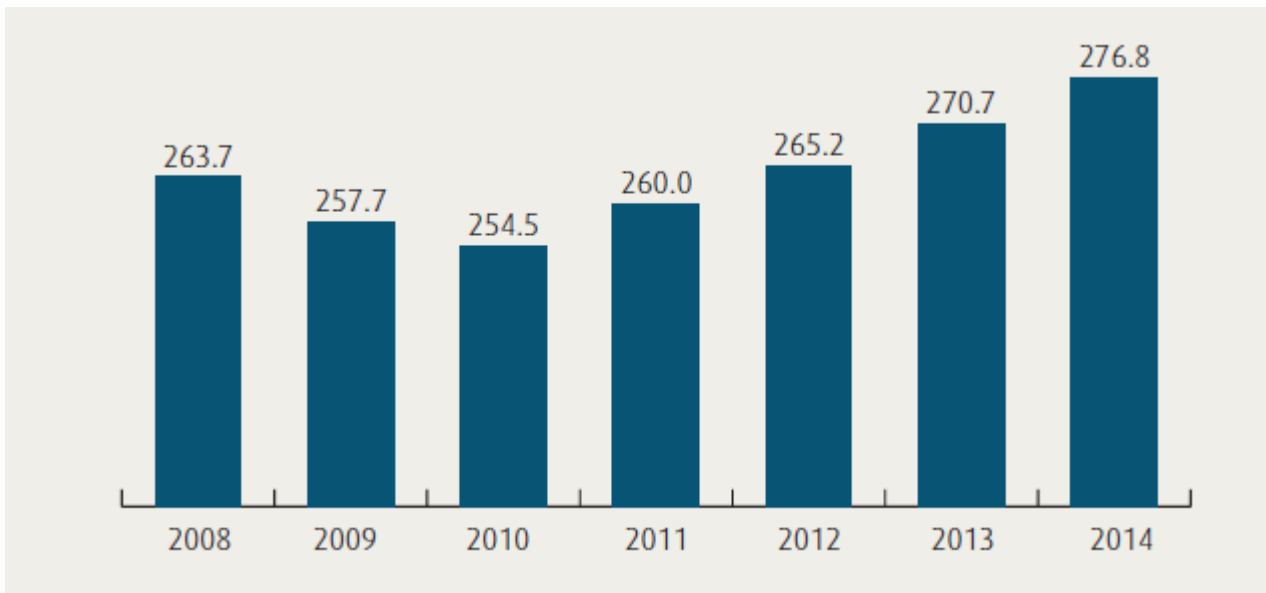
En este apartado de la investigación se pretende explicar al lector porque se está estudiando la situación que se establece en el planteamiento del problema, argumentando que existe una necesidad y ésta puede resolverse, partiendo de cuatro premisas

principales: a) la magnitud del problema, b) la trascendencia del mismo, c) la factibilidad del estudio y d) vulnerabilidad del problema.

Con relación a la magnitud del problema se puede entender que la actividad turística en México se ha consolidado como un importante motor para la economía y como una de las principales fuentes de divisas para nuestro país. Con una participación de 8.5% en el PIB nacional, el potencial que ofrece el turismo a México es enorme, ya que es un sector intensivo en mano de obra y con una gran derrama económica a lo largo del país. Se estima que el sector emplea a alrededor de 9 millones de personas de manera directa e indirecta. Además, es el primer empleador de jóvenes, y las mujeres constituyen la mayor parte de su fuerza laboral. (SECTUR, 2014)

De acuerdo con los datos presentados por la Secretaría de Turismo, el turismo en México está pasando por su mejor momento. Desde 2014, el país se encuentra entre los 10 destinos más visitados a nivel mundial, y el año pasado recibió una cifra récord de 32.1 millones de turistas internacionales que generaron también un máximo histórico de captación de divisas, de alrededor de 17 mil 500 millones de dólares. Por su parte, el turismo doméstico representa poco más del 80% del consumo turístico que se realiza en México y es el principal responsable de los altos niveles de ocupación hotelera que se han registrado en el país en estos últimos años. La buena dinámica del turismo refleja el esfuerzo realizado para aumentar la competitividad de nuestros destinos a través de acciones en materia de infraestructura, inversión, promoción, innovación y diversificación de la oferta turística. Con el fin de comprender la forma en que el turismo impacta la economía y transforma la vida de millones de mexicanos, a continuación, se presenta la evolución de los indicadores más relevantes del sector.

Figura 4. Empleos generados por la actividad turística en el mundo. (Millones de Personas)



Fuente: Consejo mundial de viajes y turismo (2014).

Figura 5. Países con mayor derrama por turismo internacional en 2014.

2014	País	Miles de millones de dólares		Var. % 2014/2013
		2013	2014	
	MUNDO	1,199	1,250	4.3
1	Estados Unidos	172.9	177.2	2.5
2	España	62.6	65.2	4.2
3	China	51.7	56.9	10.2
4	Francia	56.7	55.4	-2.3
5	Macao (China)	51.8	50.8	-1.9
6	Italia	43.9	45.5	3.7
7	Reino Unido	41	45.3	10.3
8	Alemania	41.3	43.3	5
9	Tailandia	41.8	38.4	-8
10	Hong Kong	38.9	38.4	-1.4
11	Australia	31.3	32	9.7
12	Turquía	28	29.6	5.6
13	Malasia	21.5	21.8	5.4
14	Austria	20.2	20.6	1.6
15	India	18.4	19.7	11.5
16	Singapur	19.3	19.2	0.7
17	Japón	15.1	18.9	35.3
18	R. Corea	14.6	18.1	24.1
19	Grecia	16.1	17.8	10.2
20	Canadá	17.7	17.4	6
21	Suiza	16.9	17.4	2.1
22	México	13.9	16.2	16.2

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Figura 6. Países con mayor llegada de turistas internacionales.

2014	País	Millones de turistas		Var. % 2014/2013
		2013	2014	
	MUNDO	1,088	1,134	4.2
1	Francia	83.6	83.7	0.1
2	Estados Unidos	70	74.8	6.8
3	España	60.7	65	7.1
4	China	55.7	55.6	-0.1
5	Italia	47.7	48.6	1.8
6	Turquía	37.8	39.8	5.3
7	Alemania	31.5	33	4.6
8	Reino Unido	31.1	34.4	10.6
9	Rusia	28.4	29.8	5.3
10	México	24.2	29.3	21.5
11	Hong Kong	25.7	27.8	8.2
12	Malasia	25.7	27.4	6.7
13	Austria	24.8	25.3	1.9
14	Tailandia	26.5	24.8	-6.7
15	Grecia	17.9	22	23.0
16	Canadá	16.6	17.1	3.2
17	Polonia	15.8		
18	Arabia S.	13.4	15.1	12.8
19	Macao (China)	14.3	14.6	2.1
20	R. Corea	12.2	14.2	16.6
21	Países Bajos	12.8	13.9	9.0

Fuente: Organización Mundial del Turismo.

Así mismo sobre la relación en cuanto a la trascendencia del problema la SETUR 2014, (Secretaría de Turismo), indicó que el 94% de la actividad turística relacionada con los visitantes extranjeros es sumamente relevante, ya que representa la cuarta fuente de divisas del país y existen localidades altamente dependientes del turismo internacional. Adicionalmente, el flujo de divisas debido al turismo es menos volátil que el de otras fuentes, como el petróleo o la inversión extranjera. En los últimos 30 años, por ejemplo, el ingreso de divisas por turistas internacionales se incrementó seis por ciento en promedio anual. En 2015, la balanza turística en México registró el mayor superávit de la historia, con 7 mil 357 millones de dólares.

“En México, existen destinos cuya economía depende mayoritariamente del turismo internacional, como la Riviera Maya, donde los turistas extranjeros representan 98% en promedio anual de los huéspedes en los hoteles, mientras que en Los Cabos y Chichén Itzá es de 74 por ciento. En total, México recibió en 2015 a 87.2 millones de visitantes internacionales, de los cuales 32.1 millones fueron turistas y 55 millones excursionistas. Del total de excursionistas, 6 millones llegaron en cruceros y 49 millones fueron fronterizos.”

La mayor derrama generada por turistas internacionales corresponde a aquellos que llegaron por avión, cuyo gasto promedio fue de casi 900 dólares. Los turistas internacionales por vía aérea presentaron un crecimiento anual de 13.3% en 2015, al superar los 15.2 millones de personas. Estos resultados hablan del esfuerzo que se ha realizado en el país para aumentar la competitividad de nuestros destinos a través de acciones en materia de infraestructura, inversión, promoción, innovación y diversificación de la oferta turística.

De igual manera, como punto primordial se puede establecer la relación con la factibilidad del estudio ya que hay que reconocer que la actividad turística está ligada a lo que sucede en otras economías y se encuentra plenamente integrada a nuestro contexto económico y social. En ese sentido, la profunda transformación que viene experimentando México en los últimos años ha tenido un impacto positivo en el sector. Así, por ejemplo, en lo que tiene que ver con el contexto internacional ha influido la recuperación del principal mercado, que es Estados Unidos, en el que se han generado más de 13 millones de empleos desde la crisis de 2009, lo que repercute en un mayor poder adquisitivo de sus familias. Desde 2013 se ha incrementado la participación en el mercado turístico estadounidense, y en 2015 se captó a casi 18% de los turistas de ese país que salieron por vía aérea, lo que corresponde a la cuota de mercado más grande de la historia. En 2015, los visitantes vía aérea de nacionalidad estadounidense registraron un aumento de 17.1%, sumando 8.4 millones de pasajeros. (SECTUR, 2014).

El turismo y la salud son conceptos, ligados de tal manera que ya sea en conjunto o por separado inciden en la economía de los países y son parte importante de la política social, ya que la salud no representa solo un indicador del desarrollo humano, sino también un recurso para incentivar el crecimiento económico para lograr un desarrollo, el sector turismo cobra importancia para la supervivencia y el crecimiento económico de los países ya que gran parte del continente conoce el enorme potencial que ofrece el turismo a sus economías. La salud en tiempos pasados, era un factor que muchas veces pasaba desapercibido al planear algún viaje, a pesar de ser parte fundamental ya que se considera tanto a la población receptora como al turista que viaja, ya sea por motivos de salud o por recreación.

En la actualidad, (2017) el turismo de salud es de gran importancia ya que no sólo son establecimientos donde se utilizan terapias con agua, sino que con el tiempo el concepto se amplió a otros conceptos y disciplinas ligadas a la medicina, ahora muchos turistas ven y verán Yucatán no solo como un destino turístico de relajación o recreación si no en una fuente confiable que ofrece Servicios Médicos. Es de suma importancia hablar de turismo de salud ya que es el turismo del futuro y está enfocado a resolver problemas comunes en la salud del ser humano tales como, odontología, cirugías funcionales y estéticas, transplantes, terapias, entre otros y todo esto en lugares agradables y especializados.

Por último la relación de la investigación y la vulnerabilidad del problema se establecen en cuanto a nuestro contexto social, un aspecto relevante es la disminución en los índices de violencia y la mejora en la percepción de seguridad en muchos de los destinos. La incidencia criminal en México relacionada con delitos de alto impacto ha disminuido sustancialmente desde los niveles del 2012. El tema de la seguridad es de gran impacto, requiere de una tarea permanente y todavía hay retos puntuales que resolver. Sin embargo, se han tenido avances considerables que inciden en las decisiones de viaje de los turistas.

La comercialización de esta actividad, debe permitir el equilibrio entre las exportaciones e importaciones para generar un factor proporcional entre el ahorro y la inversión destinada a ésta, estimulando la demanda agregada para ser capaces de generar mayores inversiones y lograr que el turismo nacional se incremente y que por ende se materialice un turismo internacional que logre reactivar la economía emergente en la que transita el país, aumentando el consumo a través del recurso que eleva los ingresos y la calidad de vida, el económico. México debe ser capaz de producir en materia

competitiva los bienes y servicios turísticos que requiere para evitar engrandecer la economía de otros países y lograr las alianzas nacionales necesarias para hacer de esta actividad la principal en el incremento de ingresos económicos del país, generando un turismo social que permita aumentar la calidad de vida de todos y ser un país sosteniblemente económico para evitar devaluaciones y fluctuaciones en la demanda por factores externos. El turismo debe estar en manos de profesionales capaces de entender la realidad que adjudica al turismo en México, un turismo poco asequible al sostén de la calidad de vida de los usuarios que se consolida como el protagonista de grandes problemas sociales.

Objetivos de la Investigación

Para lograr los fines de esta investigación es necesario establecer los objetivos que guíen las acciones, *“Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación cuantitativa y ser susceptibles de alcanzarse; son las guías del estudio y hay que tenerlos presente durante todo su desarrollo. Evidentemente, los objetivos que se especifiquen requieren ser congruentes entre sí. (Hernández, Ob. Cit, 2006).”* Para esta investigación se presenta un objetivo general y los específicos que contribuyen a lograrlo.

Objetivo General

Para efectos de ésta investigación se establece el siguiente objetivo general: Determinar como el promover el desarrollo del turismo de salud como parte de una estrategia del desarrollo del turismo de salud en Mérida, Yucatán propiciará el incremento del nivel económico de la ciudad.

Objetivos Específicos

Aplicación de las encuestas.

-Encuesta en persona con los expertos, explicación del propósito del proyecto de investigación e invitación de participación en la encuesta.

-Envío vía correo electrónico de las encuestas a los expertos y asignación de un plazo de una semana aproximadamente para contestar.

Estudio de los resultados de las encuestas.

-Recepción de las respuestas a las encuestas.

-Lectura, interpretación, análisis y comparación de resultados obtenidos.

-Registro y documentación de resultados.

Evaluación y sistematización del proyecto.

-Registro y monitoreo de resultados.

-Medición, tabulación y representación gráfica de los resultados, o análisis de los resultados.

-Registro y reflexión de lo que debe reforzarse, en la presentación de conclusiones y recomendaciones a los involucrados en la investigación.

RECURSOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo el proyecto de investigación fue necesario contar con equipo de cómputo. Se necesitó el acceso a los programas Word y Excel o similares para el registro de datos y documentación. También fue fundamental contar con acceso a internet para la realización de las investigaciones documental y de campo. Los recursos humanos y financieros son clave en la realización del proyecto.

Recursos Humanos

Investigador encargado

Actividades:

- Desarrollo de la investigación Documental
- Elaboración y aplicación de instrumentos para la obtención de datos.
- Registro de la información obtenida, análisis e interpretación de los datos.
- Elaboración de gráficas de resultados e interpretación.

Asesores internos y externos

Actividades:

Orientación y guía en la elaboración de los protocolos de la investigación
Supervisión y acompañamiento en los procesos de obtención de datos y análisis de los mismos.

Revisión general del proyecto en forma y contenido.

Expertos en el área

Actividades:

Participación en la resolución de los instrumentos administrados.
Sugerencias y comentarios con relación a los resultados e interpretación de los mismos.

Recursos Materiales y Tecnológicos

Computadora con paquetería office (procesador de textos Word, y hojas de cálculo Excel)

Material de papelería (hojas para anotaciones, impresiones, lapicero y lápices, entre otros)

Acceso a Internet (para consulta de información de sitios oficiales y estadísticas)

Contar con correo electrónico para mantener comunicación con involucrados.

Recursos Financieros

Impresiones aprox.	\$250
Compra de papelería en general	\$150
Gastos varios en viáticos en general	<u>\$2,500</u>
Monto total	\$2,900

DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO

(Scherba de Valenzuela, 2017), indicó que un marco teórico (o conceptual) es el grupo central de conceptos y teorías que uno utiliza para formular y desarrollar un argumento (o tesis). Esto se refiere a las ideas básicas que forman la base para los argumentos, mientras que la revisión de literatura se refiere a los artículos, estudios y libros específicos que uno usa dentro de la estructura predefinida. Tanto el argumento global (el marco teórico) como la literatura que lo apoya (la revisión de literatura) son necesarios para desarrollar una tesis cohesiva y convincente. De acuerdo con la autora con relación al marco teórico para esta investigación se construyó partiendo de los temas más generales a los más específicos, con la finalidad de dar mejor comprensión y entendimiento al lector.

CAPÍTULO 1. EL TURISMO

1.1. Definición

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) "el turismo se refiere a todas las actividades que realiza una persona en un lugar diferente al de su residencia habitual, por un periodo inferior a un año". (OMT, 2014).

1.2. El turismo un fenómeno económico y social

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. El volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. (OMT, 2014).

1.3. Importancia

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Contribuye directamente con el 9% del PIB mundial y genera uno de cada once empleos. Además, la Organización Mundial del Turismo estima que para el año 2030 se alcanzará la cifra de mil 800 millones de turistas internacionales en el mundo. La importancia del turismo para la economía mexicana es indudable, sus beneficios no solo se reflejan en ser una industria que genera empleos y en ser un detonador del desarrollo local y regional, sino que además es factor de difusión de atractivos culturales y naturales. Cabe señalar que la promoción turística juega un papel importante para mantener y consolidar a México como una potencia

mundial, al generar una mayor demanda para los destinos y atractivos del país. (SECTUR, 2015).

CAPÍTULO 2. EL TURISMO EN MÉXICO

2.1. Actividades turísticas en México.

El secretario de Turismo federal, Enrique de la Madrid Hurtado, informó que, al cierre de 2016, México fue visitado por 35 millones de turistas, que dejaron una derrama económica superior a los 19 mil 500 millones de dólares, lo cual lo ubica como el noveno país más visitado del mundo y con amplias posibilidades de en el futuro próximo de alcanzar el octavo. En conferencia de prensa, el funcionario precisó que,

“contrario a lo que pudiera pensarse, el turismo norteamericano a nuestro país no ha decrecido por la política del presidente Donald Trump hacia México, aumentó el pasado mes de enero en casi 12 por ciento respecto al mismo mes de 2015, los norteamericanos están viniendo más y está creciendo la cifra, al 11.8 por ciento. Para ponerlo en perspectiva eso equivale al crecimiento de tres veces de lo que crece el turismo internacional en el mundo. Entonces, no se ve ningún cambio de tendencia con respecto al año pasado que también creció a tasas del 12 por ciento anual”, aseguró Madrid Hurtado.

En su oportunidad, el vocero presidencial, Eduardo Sánchez, destacó que *“la derrama económica por 19 mil 500 millones de pesos se debió en parte a la variedad de destinos turísticos que son visitados, pero también a la organización de eventos internacionales como fue el Gran Premio de Fórmula 1, el partido de fútbol americano de la NFL, el Abierto Mexicano de Tenis en Acapulco y recientemente el Campeonato Mundial de Golf.”* Sin embargo, el secretario de Turismo reconoció que lo que sí ha sido

tendencia a la baja es la salida de mexicanos al exterior debido al tipo de cambio del dólar con respecto al peso mexicano.

En el mes de octubre del año pasado, los mexicanos que salieron, menos uno por ciento con respecto al año anterior; en noviembre menos nueve por ciento con respecto al año anterior; diciembre menos 10 por ciento con respecto al año anterior. *“Es algo lógico esperar, entre otras cosas por el tipo de cambio”*, explicó. Dijo que el reto que se enfrenta en materia de turismo es seguir garantizando la seguridad en los principales destinos que se visitan y lograr la presencia de turistas a nuestro país de otras naciones, como pudieran ser las de Asia y Europa. (Sánchez, 2017)

2.2. Los turistas internacionales para le economía nacional.

La actividad turística relacionada con los visitantes extranjeros es sumamente relevante, ya que representa la cuarta fuente de divisas del país y existen localidades altamente dependientes del turismo internacional. Adicionalmente, el flujo de divisas debido al turismo es menos volátil que el de otras fuentes, como el petróleo o la inversión extranjera. En los últimos 30 años, por ejemplo, el ingreso de divisas por turistas internacionales se incrementó seis por ciento en promedio anual. En 2015, la balanza turística en México registró el mayor superávit de la historia, con 7 mil 357 millones de dólares.

En México, existen destinos cuya economía depende mayoritariamente del turismo internacional, como la Riviera Maya, donde los turistas extranjeros representan 98% en promedio anual de los huéspedes en los hoteles, mientras que en Los Cabos y Chichén Itzá es de 74 por ciento. En total, México recibió en 2015 a 87.2 millones de visitantes

internacionales, de los cuales 32.1 millones fueron turistas y 55 millones excursionistas. Del total de excursionistas, 6 millones llegaron en cruceros y 49 millones fueron fronterizos.

La mayor derrama generada por turistas internacionales corresponde a aquellos que llegaron por avión, cuyo gasto promedio fue de casi 900 dólares. Los turistas internacionales por vía aérea presentaron un crecimiento anual de 13.3% en 2015, al superar los 15.2 millones de personas. Estos resultados hablan del esfuerzo que se ha realizado en el país para aumentar la competitividad de nuestros destinos a través de acciones en materia de infraestructura, inversión, promoción, innovación y diversificación de la oferta.

De igual manera, hay que reconocer que la actividad turística está ligada a lo que sucede en otras economías y se encuentra plenamente integrada a nuestro contexto económico y social. En ese sentido, la profunda transformación que viene experimentando nuestro país en los últimos años ha tenido un impacto positivo en el sector. Así, por ejemplo, en lo que tiene que ver con el contexto internacional ha influido la recuperación de nuestro principal mercado, que es Estados Unidos, en el que se han generado más de 13 millones de empleos desde la crisis de 2009, lo que repercute en un mayor poder adquisitivo de sus familias. Desde 2013 hemos incrementado nuestra participación en el mercado turístico estadounidense, y en 2015 captamos a casi 18% de los turistas de ese país que salieron por vía aérea, lo que corresponde a la cuota de mercado más grande de la historia. En 2015, los visitantes vía aérea de nacionalidad estadounidense registraron un aumento de 17.1%, sumando 8.4 millones de pasajeros.

En cuanto al contexto social, un aspecto relevante es la disminución en los índices de violencia y la mejora en la percepción de seguridad en muchos de nuestros destinos. La incidencia criminal en México relacionada con delitos de alto impacto ha disminuido sustancialmente desde los niveles del 2012. El tema de la seguridad es de gran impacto, requiere de una tarea permanente y todavía hay retos puntuales que resolver. Sin embargo, se han tenido avances considerables que inciden en las decisiones de viaje de los turistas. (Madrid, 2017)

CAPÍTULO 3- EL TURISMO EN YUCATÁN

3.1. Generalidades y características de la actividad turística del Estado

(Turicert, 2017), Yucatán es uno de los estados de la República Mexicana con más atractivos para el turismo a nivel mundial. Son innumerables los sitios de interés y las actividades a realizar en este mágico lugar. Yucatán le ofrece espectaculares sitios arqueológicos, herencia de la grandiosa cultura maya, ya que existen aproximadamente 1,600 sitios descubiertos en el estado. Algunas de las más famosas, que pueden ser visitadas por el público son: Chichén-Itzá, Uxmal, Ek Balam, Kabah, entre otros.

Las bellas y antiquísimas ciudades coloniales, algunas con más de 450 años de antigüedad, transportan a un pasado glorioso, mostrándole la magnífica arquitectura usada, no sólo en sus palacios, templos y otros edificios, sino en sus avenidas y calles. Mérida, o como se le conoce la ciudad blanca forma parte del patrimonio turístico del estado al igual que Izamal, Valladolid, Tizimin, Maní entre otras ciudades incluidas en el programa de pueblos mágicos., son sólo algunas de las ciudades que muestran la grandeza de su pasado.

Yucatán es famoso también por sus maravillas naturales, reservas ecológicas y zonas protegidas como Celestún, Sisal, el Cuyo y Río Lagartos, así como por sus impresionantes cenotes de belleza incomparable como el de Valladolid, X'kekén, Kankirixché, I'kkil, Samulhá, Bolonchojol, entre otros.

Las hermosas playas de la costa yucateca, con más de 370 Km de extensión, son otro de los muchos atractivos que año con año disfrutan los visitantes, donde se pueden practicar diversos deportes acuáticos o sólo descansar en la blanca arena, aprovechando el excelente clima cálido.

Yucatán también cuenta con uno de los más modernos puertos de altura del país: Puerto Progreso, con instalaciones e infraestructura turísticas de primera, al igual que otros importantes puertos como son Chicxulub, Chuburná, Telchac, Uaymitun y San Benito.

El ecoturismo se ha convertido en uno de las grandes atracciones que brinda Yucatán a los amantes de la naturaleza. Existen varios lugares donde se puede apreciar la maravillosa y exótica flora, fauna silvestre. Yucatán está a favor del cuidado y promueve la cultura a favor de todos los ecosistemas del área.

Otra de las grandes bellezas en Yucatán son sus haciendas, las cuales han recobrado el esplendor que antiguamente tuvieron a finales de 1800, cuando el henequén era conocido como el oro verde. Actualmente se pueden visitar y hospedarse en estas magnificas propiedades transformadas en lujosos hoteles y restaurantes, ofreciendo a sus visitantes amplios e impecables jardines, spas, paseos a caballo, entre otros sitios de interés.

La ciudad de Mérida ofrece la infraestructura ideal y facilidades de primer mundo para la realización de congresos y convenciones. Tanto las instalaciones de sus hoteles como los recintos especializados para convenciones y congresos, de igual forma se podrán encontrar personal profesional y altamente capacitado que le brindarán las mejores opciones para su evento, hospedaje, logística y todo lo que se pueda necesitar para un evento.

Las fiestas populares y celebraciones le ofrecen al turista otro gran motivo para la diversión y la cultura. Sus corridas de toros, vaquerías, bailes, ferias son un gran escenario de las ancestrales tradiciones de la península.

Son innumerables los exquisitos platillos que conforman la cocina típica yucateca, conjunción de la influencia europea, cubana, de Nuevo Orleans y por supuesto la maya. La gastronomía yucateca es reconocida no sólo a nivel nacional, como una de las más deliciosas y variadas, sino a nivel internacional. Su famosa cohinita pibil, salbutes, panuchos, papadzules, postres a base de semilla de calabaza y otras delicias son una invitación para que los viajeros se deleiten con los sabores de la cocina yucateca.

Las artesanías yucatecas son también famosas mundialmente, como es la joyería de filigrana de oro y plata, de coral, los hipiles, trajes típicos realizados en tela de algodón y con bordados que son unas verdaderas obras de arte, las guayaberas, la cerámica, macetas y otros artículos de barro, de madera, de obsidiana, de henequén, calzado de piel, sombreros y las muy conocidas hamacas.

Dentro de las rutas turísticas recomendadas se encuentran las siguientes:

- Mérida y sus barrios históricos. Paseo por los barrios más antiguos y atractivos de la Ciudad Blanca.
- Ruta de la Costa Esmeralda. Visita a Dzibilchaltún, Puerto Progreso, Uaymitún, Xcambó, San Crisanto, Santa Clara y Dzilam de Bravo.
- Ruta de los Conventos. Visitando las hermosas construcciones de templos, conventos e iglesias de Acanceh, Tecoh, Mayapán, Tekit, Mama, Teabo, Chumayel, Maní, Oxcutzcab, Ticul y Muna.
- Ruta de Cenotes Aguas Mágicas. Cuzamá, Sotuta de Peón y Tekit.
- Ruta de los Flamingos. Celestún y El Palmar.
- Ruta Puuc. Visitando Oxkintok, Kabah, Sayil, Xlapak, Labná, Loltún, Chacmultún y Tekax.
- Ruta de los Itzáes. Visitando Chichén-Itzá, Grutas de Balankanché, Valladolid, Ek Balam, San Felipe, El Cuyo y Río Lagartos.
- Ruta Centro. Visita a Ake, Izamal Pueblo Mágico, Tunkas y Tekal de Venegas.

3.2. Ventajas turísticas de la ciudad de Mérida

(Calkins, 2017) Indicó en su artículo para el canal CNN Money International el cual designó a Mérida como la ciudad número uno del mundo para el retiro en el 2017 debido a que se ha convertido en un destino que cumple los requisitos de aquellos extranjeros que desean pasar esta etapa de su vida en una capital con buen clima, infraestructura, bajo costo de vida y la calidad de los servicios médicos, entre otros factores. En su edición de febrero, la revista señala a la capital yucateca como una de las ciudades que cumple con los estándares internacionales e indicadores que año tras año publican revistas especializadas como International Living's, la cual analiza una rigurosa lista de las mejores 24 ciudades del mundo que reúnen las mejores condiciones para los adultos

mayores retirados de los Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia. El alcalde, de la ciudad de Mérida Mauricio Vila, explicó que:

“esta nueva distinción refleja el fortalecimiento de una marca ciudad como destino cultural, objetivo que se logra, entre otras acciones, por las actividades promovidas en el marco de los festejos de Mérida como Capital Americana de la Cultura en el 2017, el mejoramiento de su infraestructura turística en el Centro Histórico y el Paseo de Montejo, la calidad de los servicios públicos y la coordinación con los tres órdenes de gobierno en el ramo de la promoción del turismo, el comercio y la seguridad.”

En un artículo firmado por Isabel Calkins la publicación CNN Money International señala que Mérida toma el primer lugar de una selección de 10 destinos mundiales para este mercado de residentes foráneos no sólo por los precios accesibles, ya que el costo de vida mensual en la ciudad ronda entre los 1800 y 2000 mil dólares para los retirados sino por su cultura, su cercanía con la playa, las actividades al aire libre, excelente infraestructura y servicios médicos entre otros, la cual la ha hecho la ciudad preferida por más de 3 mil norteamericanos.

Con una imagen del corredor que va del teatro Peón Contreras al Congreso, Mérida, fue ubicada en el sitio número uno, luego de las ciudades de Panamá City, Panamá; Cuenca, Ecuador; Tamarindo, Costa Rica; Medellín, Colombia; Kuala Lumpur, Malasya; Granada, España; San Juan del Sur, Nicaragua; Porto, Portugal y Cospicua, Malta.

De acuerdo con la publicación, Mérida es la ciudad mexicana número uno, luego de que la revista especializada en los destinos para jubilados, International Living`s destacara las ventajas competitivas de México para los "Baby Boomers".

Los editores de International Living's Dan Prescher and Suzan Haskins consideran que estos requisitos son el clima estable, la conectividad aérea, la infraestructura carretera, el bajo costo de vida para este público y lo más importante, la infraestructura hospitalaria que ofrece servicios de alta calidad a precios comparativamente más bajos que en los Estados Unidos y Canadá.

Carolina Cárdenas Sosa, directora municipal de Turismo recordó que Mérida ha sido designada como Mejor Destino Ciudad para Congresos y Convenciones 2016, por la Revista Convenciones de Latinoamérica y fue reconocida también como el Mejor Destino Gourmet de México, título otorgado por los Food and Travel Readers Awards, que reconoce a lo mejor de la industria turística nacional. *“Lonely Planet que es la principal guía de turismo que recomienda donde viajar, especialmente al turismo europeo, seleccionó a Mérida en el lugar número 4 entre los 10 mejores destinos turísticos en el mundo para visitar en 2017-, indicó.”* Por su parte el periódico británico The Guardian incluyó a Mérida en su lista de los mejores destinos para visitar en 2017, siendo la única ciudad mexicana en aparecer en la lista.

CAPÍTULO 4. EL TURISMO DE SALUD, MÉDICO Y DE BIENESTAR

4.1. Definición de conceptos

La Organización Mundial del Comercio (OMC) establece que la exportación de un servicio existe cuando el pago por este es efectuado por un residente de otro país. En el caso de la presente investigación es necesario entender los siguientes conceptos:

Turismo de salud: es el proceso de salir del país o estado de residencia para recibir tratamientos y cuidados en el extranjero.

Turismo médico: procedimientos quirúrgicos y tratamientos con medicamentos; procesos de orden ambulatorio (dentales, oftalmológicos y algunos cosméticos).

Turismo de bienestar: actividades orientadas al relajamiento, cambios de estilos de vida, spas, retiros espirituales, hogares de retiro y asistencia para personas de la tercera edad, entre otros.

En la tabla cuatro se observa una clasificación para una mejor comprensión.

Tabla 4. Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)

CODIGO	CONCEPTO	SERVICIOS QUE INCLUYE
621	Servicios médicos de consulta externa y servicios relacionados	Consultorios médicos y dentales, laboratorios médicos y de diagnóstico, servicios de enfermería a domicilio, servicios de bancos (órganos y sangre),
622	Hospitales	Hospitales generales (públicos y privados) y de especialidades médicas.
623	Residencias de asistencia social y para el cuidado de la salud	Asilos y residencias para el cuidado de ancianos y discapacitados

Fuente: Clasificación (SCIAN)

4.1.1. Turismo de Salud

El turismo de salud abarca a todas las formas en las cuales los pacientes viajan a otros países en la búsqueda de una mejoría de la salud (García-Altes, 2005). Casi igual, Ross (2004) argumentó que el turismo de salud ocurre cuando las personas viajan de su lugar de residencia por razones de salud. El turismo de salud es un concepto que describe la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven.

La Asociación Mexicana de Turismo de Salud A.C. Presenta la siguiente definición y clasificación. *“Turismo de Salud son las actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alterno el recibir algún servicio de salud o bienestar. O bien acompañar a otra persona que lo recibirá. Puede ser domestico cuando se realiza dentro de su mismo país o internacional cuando es fuera de su país. Y deberá ser sustentable”.*

De acuerdo con el autor, (Mera, 2011), el turismo de salud se divide en tres grandes grupos que son: Turismo Médico, Turismo Wellness y Turismo de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC).

Figura 8. Clasificación del “Turismo de Salud”



Fuente: Asociación Mexicana de Turismo de Salud A.C.

4.1.2. Turismo Médico

Para Connell (2006), el turismo médico es cuando la gente viaja a menudo largas distancias a países extranjeros para obtener atención médica, odontológica y quirúrgica, siendo al mismo tiempo turistas, en un sentido más convencional. Transitando por la misma línea de pensamiento se encuentran Smith, Martínez y Rupa (2011), quienes definen al turismo médico como la práctica de viajar a otro país con el fin de obtener cuidado de la salud a manera de cirugía, tratamiento dental, tratamiento reproductivo, trasplante de órganos, chequeos médicos, entre otros servicios.

4.1.3. Turismo de Bienestar

En esta definición se comienza a desarrollar conceptualmente el concepto de bienestar como un estado que no se limita a la salud netamente física. Así, el turismo de bienestar se encuentra dentro del subsector del turismo de salud según el Organización Mundial del Turismo (2015) la cual cuenta con dos subdivisiones. El primero es el Lúdico-creativo bajo la premisa de ajustar o reestructurar estilos de vida a través de viajes voluntarios con el deseo de desarrollar actividades por fuera de la rutina del agente receptor. Los tratamientos más destacados son sauna, jacuzzi, piscina de color, masajes, fitness/deportes, termalismo/talasoterapia, entre otros. La segunda subdivisión es turismo de bienestar de carácter holístico o viajes para sentirse bien con el cuerpo, mente o espíritu cuyos tratamientos característicos son shiatsu, yoga, meditación, Tai chi, Qi gong, tradiciones indígenas, retiros espirituales, entre otros. (OMT, 2015).

4.2. Características del turismo de salud

Existen distintas formas de hacer turismo y distintos motivos de un viaje. La salud puede ser un motivo importante para realizar un desplazamiento de una ciudad a otra y pasar allí una estancia determinada. La salud es uno de los pilares más importantes en la vida de una persona y el cuidado de uno mismo también puede estar vinculado con la importancia de hacer un viaje como muestra el turismo de salud. Así ocurre cuando desde el punto de vista médico, un paciente y su familia se desplazan hasta un lugar determinado para recibir un tratamiento médico o para llevar a cabo un proceso de rehabilitación necesario para el proceso de recuperación del paciente. El turismo médico es un sector que potencia la economía de algunas ciudades.

El turismo de salud también puede hacer referencia a la búsqueda de bienestar que aporta un viaje determinado eligiendo un destino que ayude a desconectar y a relativizar el estrés. Existen personas que realizan un viaje para disfrutar de la calma de un balneario relajante que puede ser muy eficaz para reducir el estrés que es uno de los grandes enemigos de la salud en el siglo XXI.

4.2.1. Destinos de salud

Los destinos que son un referente en turismo de salud tienen algunos puntos importantes para alcanzar este reconocimiento: un sistema sanitario de calidad que ofrece un precio competitivo. Del mismo modo, son ciudades que al ser un referente médico también acogen con frecuencia congresos médicos en los que distintos especialistas aportan su conocimiento concreto sobre su tema de especialidad. Muchas de las ciudades que destacan como referente en turismo de salud también tienen un clima agradable que mejora la calidad de vida de aquellas personas que quieren pasar una estancia de relax. Personas que viven en países cuyo clima es frío pueden decidir viajar durante los meses

más fríos del año a un destino con un clima más cálido. Son destinos que ofrecen un servicio importante a las personas que demandan un viaje de relax. El turismo de salud puede estar destinado a cualquier persona, pero de un modo especial, a las personas de la tercera edad. La medicina turística es aquella que ofrece al turista la posibilidad de mejorar su bienestar.

CAPÍTULO 5. LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

5.1. Descripción del concepto

(Pérez Porto & Merino, 2014), presentaron que la idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. En concreto, se destaca que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Para poder conseguir todos esos fines y otros muchos más se puede recurrir a un sinfín de herramientas de promoción turística. No obstante, entre todas ellas destacan las siguientes: jornadas, ferias, congresos, visitas de interés turístico, fiestas, eventos, congresos, rutas, entre otra. Además de todo lo expuesto, se tiene que subrayar que cuando se habla de promoción turística hay que tener en cuenta que existen diversos

aspectos y elementos que le dan forma y que son necesarios para que pueda cumplir sus objetivos.

Como son el turismo como elemento intangible, a los consumidores o turistas, a las agencias de viajes, la estrategia o la comunicación, que puede ser interna, externa o de boca en boca, entre otros.

5.2. Características de la promoción turística

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. Morgan y Pritchard (1999) indican que también se debe difundir determinada información, desarrollar ciertas actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad receptora.

Es importante entender cuáles son los elementos turísticos que en opinión del autor (Sonoro, 2012), *“no son otra cosa que la oferta que ofrece cada destino turístico. Por lo tanto, los elementos turísticos son el conjunto de activos que tiene un destino turístico para atraer al turista, o sea para aumentar la demanda”*. Los elementos turísticos son: 1. El espacio geográfico, 2. El entorno cultural, 3. La economía y 4. Los servicios.

5.3. Estrategias para una adecuada publicidad turística

(Martinez, 2009) Indicó que las técnicas empleadas por la publicidad turística están basadas en las campañas publicitarias en las que se han de considerar, entre otros los siguientes aspectos:

a) Definir la segmentación de los destinatarios del mensaje (turismo juvenil, tercera edad, turista en general). Estudiar sus motivaciones, necesidades, hábitos intereses.

b) Definir el mensaje. La creatividad del mensaje publicitario potenciará la capacidad de motivación y persuasión que tiene la publicidad. Mensajes de oferta de alojamiento, viajes transporte, recursos turísticos...con relación al segmento de la población a que va dirigido el mensaje.

c) Establecer el presupuesto con el que se dispone para llevar a cabo la campaña publicitaria.

d) Elección de los medios de comunicación más idóneos. En general, en el sector turístico los medios más idóneos son: el correo o mailling, buzoneo, vallas publicitarias, medios de transporte.

e) Establecer el timing o calendario y la periodicidad de difusión de los mensajes, teniendo en cuenta si el mensaje es de lanzamiento –darlo a conocer en el mercado--, consolidación, de recordatorio.

CAPÍTULO 6. EL TURISMO DE SALUD COMO PROMOCIÓN TURÍSTICA

6.1. El turismo de salud como estrategia para captar turismo

De acuerdo con Sergio Raimond-Kedilhac Navarro, profesor del Área de Entorno Económico del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE), en México, el turismo médico es una buena oportunidad de desarrollo, por lo que es necesario que se impulse una estrategia gubernamental y privada para aprovechar ese nicho. Como uno de los principales destinos turísticos internacionales, México ya recibe una gran cantidad de viajeros interesados en playa, eco-turismo, turismo deportivo y viajes culturales. Por lo que, ahora se debe de prepararse para recibir la nueva ola de turistas que viajan a otros países buscando tratamientos médicos a costos menores.

Esta nueva actividad médico - turística tiene el potencial para generar miles de nuevos empleos, todos muy bien remunerados. Además, el especialista del IPADE asegura que el excelente nivel de la práctica médica en nuestro país y la cercanía con Estados Unidos, posicionan a México como el país con mayor oportunidad de aprovechar este nuevo nicho del sector turístico.

Según el artículo “Turismo médico. Oportunidad para México”, de Raimond-Kedilhac, dentro de la Unión Americana se identifican dos mercados potenciales en los que para México es factible competir debido a los menores costos de los tratamientos. El primero es el de los 45 millones de estadounidenses que carecen de cobertura médica en Estados Unidos, poco más de 15 por ciento de la población, según su Oficina de Censos en 2005. El segundo incluye una proyección a 30 años, período en el que 100 millones de estadounidenses se jubilarán y no tendrán acceso a los servicios de salud de su propia nación, debido a lo elevado de sus precios.

Por tanto, el principal detonador de este mercado podría llegar cuando la mayor parte de las aseguradoras de EE.UU. y su gobierno, acepten de manera generalizada en la cobertura de salud tratamientos médicos en el exterior. (Bookman, 2010)

Por su parte, Milica Bookman, autora del estudio “Turismo Médico en Países en Desarrollo”, el turismo médico puede ser para América Latina lo que la industria de las tecnologías de la información y la informática fue para la India en los años noventa, cuando la economía del país asiático creció exponencialmente gracias a su apogeo.

Sin embargo, para que eso suceda Latinoamérica debe estar en capacidad de ofrecer servicios de alta calidad, no sólo en términos de instalaciones y médicos, sino de todo el paquete, es decir, desde que el cliente sale de su casa hasta que llega de vuelta, todo debe estar meticulosamente estudiado y desarrollado.

Los tres puntos más destacables para que un destino sea competitivo a nivel mundial en el mercado del turismo médico son: la tecnología aplicada en los tratamientos médicos, la calidad de los estándares de atención al paciente internacional, y una eficiente estrategia de mercadotecnia que posicione al destino.

CAPÍTULO 7. INDICADORES DEL CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO CON RELACIÓN AL TURISMO

7.1. Relación turismo – economía en México

(Tabares, 1990), estableció que el turismo se entiende como una actividad esencial para la vida de las naciones, debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y sobre sus relaciones internacionales por todo el mundo. Su expansión está relacionada con el desarrollo socioeconómico de las naciones y depende del acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viajar, en el marco del tiempo libre y del asueto, cuyo carácter profundamente humano queda destacado por el turismo. Su propia existencia y su desarrollo están absolutamente vinculados a un estado de paz duradera, al cual por su parte tiene que contribuir.

En el umbral del siglo XXI y dentro de la perspectiva de los problemas que la humanidad tiene planteados, parece oportuno y necesario analizar el hecho turístico,

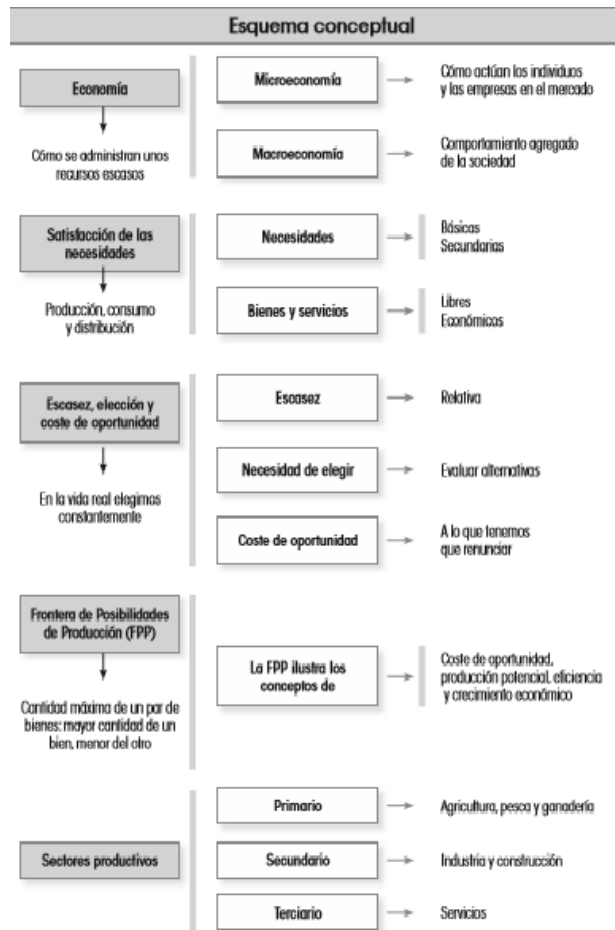
fundamentalmente en función de la amplitud que ha tomado desde la concesión a los trabajadores del derecho a las vacaciones pagadas lo ha trasladado del marco restringido de un placer elitista al ámbito general de la vida social y económica. El autor Tabares también explica que:

“A partir de mitades del S. XVIII, el turismo se ha transformado en uno de los sectores esenciales de la actividad económica de los estados. Pone en juego numerosas inversiones de capital en el ámbito de los trabajos públicos, construcción, transportes, agroindustria, servicios, etc. Afecta en todo el mundo a centenares de miles de empresas y de organizaciones de cualquier tamaño, desde la pequeña agencia de viajes unicelular, hasta la cadena internacional de grandes hoteles de lujo...”

Una de las explicaciones más claras sobre la relación del turismo y la economía se puede observar en la Declaración de Manila sobre el turismo (1980):

“Entendemos el turismo como una actividad esencial para la vida de las naciones, debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales, y sobre sus relaciones internacionales en todas partes en el mundo. Su completo desarrollo está vinculado al desarrollo económico de las naciones, y depende del acceso del hombre al reposo creativo y a las vacaciones y a su libertad de viajar dentro del campo del tiempo libre y de los ocios, de los que subraya su carácter profundamente humano. Su misma existencia y desarrollo están virtualmente unidos a un estado de paz duradero, a la cual, por su parte, está llamado a contribuir.”

Figura 9. Esquema conceptual del Turismo



En realidad, el turismo no será objeto de sistemáticos estudios económicos hasta después de la Segunda Guerra Mundial. La creación de la Asociación Internacional de Expertos Científicos sobre el Turismo, creada por iniciativa de dos economistas suizos, Krampf y Hunziker, es un elemento significativo de este avance en la investigación turística. Numerosas obras de un nivel académico muy alto irán apareciendo sobre la economía del turismo y del entretenimiento al aire libre, así como sobre la economía del ocio. Recientemente, también han sido editados otros trabajos menos académicos, pero sin embargo muy prometedores, y que sistematizan la realidad.

Analizar el impacto económico del turismo es analizar el lugar que ocupa el turismo en el comercio internacional y en las economías nacionales; es aislar y evaluar los factores cuantitativos y cualitativos que son el fundamento del desarrollo del turismo; también es identificar los principales elementos propios para estimular u obstaculizar su desarrollo en el porvenir y examinar los resultados de la actividad turística haciendo comparaciones con los otros sectores de la economía, tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo.

Si la progresión de la importancia económica y social del turismo es ya una realidad en todo el mundo, no siempre ha sido claramente captada por todos aquellos a los que el turismo afecta directa o indirectamente. La emergencia del turismo de masas ha engendrado una extrema variedad de iniciativas que han desembocado en instalaciones, equipamientos y actividades que es difícil comprender en su conjunto y en sus efectos sobre el medio en que se han implantado; y ello muy a menudo sin ninguna referencia a un marco organizado del espacio, lo que explica el reconocimiento relativamente reciente en la organización del territorio.

El turismo implica un desplazamiento desde una residencia principal hacia unos lugares u ofertas de productos y de servicios que permitan un consumo turístico. Lucien Melh, en su introducción al libro de R. Baretje y de P. Defert sobre los Aspects économiques du tourisme, intenta separar y clasificar las nociones y los aspectos fundamentales de la economía turística en tres categorías: la vocación turística, la actividad turística, y el turismo en sus relaciones con el crecimiento económico. La vocación turística está unida a las necesidades de descanso y de distracciones, de antídoto y de compensación de las obligaciones de la civilización industrial, urbana y administrativa. El turismo es una actividad que requiere tiempo libre, y que solamente

puede desarrollarse, y sobre todo generalizarse, con la reducción de la jornada de trabajo y el alargamiento de los fines de semana y de las vacaciones.

Sin embargo, la evaluación de las repercusiones económicas del turismo es una tarea compleja, dado que hasta hoy no existe ningún instrumento específico de análisis que permita obtener resultados globales. El tratamiento del turismo, en tanto que bien intangible, y no como mercancía, exige, además de una aportación metodológica y nuevas fuentes de información, un enfoque integral desde el punto de vista económico. Esto es lo que caracteriza la multidisciplinariedad del análisis del turismo.

La O.M.T. (Organización Mundial del Turismo) ha definido que las dificultades de análisis son debidas a: Una falta de precisión en la delimitación y conceptualización económica del fenómeno turístico, tanto desde el punto de vista de la demanda o del consumo, como de la oferta o de la producción. Las dificultades en la elaboración de estadísticas y en la insuficiencia de datos disponibles, particularmente en lo que concierne a la evaluación y formulación concreta de las macrodimensiones turísticas fundamentales (valor añadido, inversiones, consumo turístico, entre otras.) Una ausencia de instrumentos de análisis específicos, pues en el sistema actual el objetivo esencial es desarrollar la producción de bienes materiales. En cambio, las actividades de prestación de servicios exigen una contabilidad finalista que tenga en cuenta los costes externos (o diferencias entre costes privados y costes sociales) y los bienes y servicios que no tienen valor desde el punto de vista del mercado.

En el ámbito de una economía nacional o de una región, los efectos del turismo se evalúan generalmente a partir de sus repercusiones sobre unos objetivos aceptados por cualquier sistema económico, a saber: su contribución al crecimiento económico, su

estabilidad de los precios, el equilibrio de la balanza de pagos, la distribución justa y equitativa de la renta nacional, y el pleno empleo.

El estudio de la O.M.T., citado anteriormente, reagrupa sus efectos según los tres puntos siguientes:

- Los efectos sobre la estrategia del desarrollo o efectos globales.
- Los efectos parciales sobre la economía nacional, es decir, sobre los agentes, los sectores, las variables y las microdimensiones fundamentales de la economía nacional.
- Los efectos externos que, dentro del ámbito sociocultural, físico y de los recursos humanos, están más cercanos a los efectos económicos tomados en el sentido estricto de la palabra.

Así se ha de caracterizar lo mejor posible el concepto económico del turismo. Ciertamente, el turismo es un fenómeno humano, dado que se manifiesta al consciente por medio de los sentidos. Es una actividad económica, es decir, un conjunto de actos coordinados y de trabajos con vistas a corresponder a la necesidad de tiempo libre y de los viajes.

Es finalmente una industria, puesto que se trata de un conjunto de actividades que tienen por objeto la explotación de las riquezas turísticas, así como la transformación de los recursos humanos, de capital y de materias primas, tanto en servicio como en productos. Sin embargo, es difícil definir económicamente el sector turístico. El principal obstáculo proviene del hecho de que, cuando se define un sector, debe este entenderse como un producto homogéneo; ahora bien, el turismo se compone de una variedad de productos muy heterogéneos.

La demanda turística es una agregada de bienes y servicios, que es satisfecha por una oferta heterogénea. Una parte de esta no puede ser calificada de turística, excepto si responde a una demanda turística específica: es el ejemplo del restaurante que sirve a los residentes y también a los turistas.

Por otro lado, el sector turístico puede diferenciarse según su utilización, puesto que los elementos de la oferta y de la demanda dentro de cada caso pueden tomar formas específicas en función de las costumbres y los hábitos de cada país y región.

Por otra parte, no existe, en el sentido de la teoría económica, una rama turística, y todavía menos un producto turístico, si consultamos las estadísticas de las administraciones nacionales de turismo, incluso las más avanzadas en investigaciones, o la de los organismos internacionales como la O.M.T. El turismo, es, en primer lugar, una cuenta financiera, una línea económica suplementaria. Ahí el turismo es definido esencialmente con relación a un agente económico, el turista, es decir, la persona que se desplaza fuera de su residencia habitual más de 24 horas por motivos de placer, negocios o familiares.

7.2. Principales indicadores del sector turístico

De acuerdo con (Naciones Unidas, 2010), La relación entre la balanza de pagos (BdP), las cuentas nacionales (SCN) y las cuentas satélites del turismo (CST permiten cuantificar indirectamente la importancia económica de la demanda turística internacional (consumo turístico receptor y emisor). Los indicadores propuestos se dividen en cuatro áreas temáticas. Indicadores sobre equilibrios macroeconómicos (I) Indicadores de

producción (II) Indicadores de consumo y precios (III) Indicadores de empleo, salarios e inversión (IV).

Sin embargo, el cálculo de los indicadores dada la diversidad de fuentes estadísticas que pueden utilizarse, es necesario establecer los elementos constitutivos de las fichas metodológicas sobre los indicadores. Así como campos y descripción de ficha metodológica.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

(Cortés Cortés & Iglesias León, 2004), Los autores presentaron que la Metodología de la Investigación (M.I.) o Metodología de la Investigación Científica es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica. El objeto de estudio de la M.I. se puede definir como el proceso de Investigación Científica, el cual está conformado por toda una serie de pasos lógicamente estructurados y relacionados entre sí. Este estudio se hace sobre la base de un conjunto de características y de sus relaciones y leyes. De acuerdo con lo anterior se establece los parámetros bajo los cuales fue construida ésta investigación.

La investigación es no experimental, también conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos. De acuerdo con Kerlinger (1983) la investigación Ex Post Facto es un tipo de “... *investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables,*” (p.269). En la investigación Ex Post Facto los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la

incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos (Hernández, Fernández y Baptista, 1991). En esta investigación no se pretende influir de ninguna manera con las variables, solamente identificarlas y medirlas en su contexto.

De igual forma la investigación es transversal, ya que según (Lavorato, 2017), *“La investigación transversal implica la recogida de datos una vez durante una cantidad de tiempo limitada. La investigación transversal suele ser descriptiva más que experimental. Estos tipos de estudios son útiles para describir un efecto particular en una población en particular en un momento determinado en el tiempo”*. Dado lo anterior esta investigación pretende en un período establecer la relación entre las variables estudiadas.

Así mismo la investigación es descriptiva; ya que según (Shuttleworth, 2008-2017), menciona que *“Muchas disciplinas científicas, especialmente las ciencias sociales y la psicología, utilizan este método para obtener una visión general del sujeto o tema. El Diseño de investigación descriptiva es un método válido para la investigación de temas o sujetos específicos y como un antecedente a los estudios más cuantitativos. Aunque hay algunas preocupaciones razonables en relación a la validez estadística, siempre y cuando las limitaciones sean comprendidas por el investigador, este tipo de estudio representa una herramienta científica invaluable”*. Basándose en lo anterior esta investigación tiene este diseño ya que se pretenden describir las realidades que se establecen en el planteamiento del problema.

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la investigación recae en la aportación que tiene en sí misma, es decir esta investigación cubre diferentes aspectos de gran alcance, ya que se pretenden

establecer propuestas con las que se logren posicionar al Estado de Yucatán, como un destino de turismo de salud, con lo que se generarían múltiples beneficios, si se estableciere el más general sería una activación de todo los sectores que se relacionan con el turismo de forma directa e indirecta, así como posicional a nivel mundial y nacional al estado como un destino óptimo para el desarrollo de esta actividad turística, de igual forma la importancia radica en que el estado de Yucatán y la iniciativa privada están invirtiendo en infraestructura para poder desarrollar turismo de salud, por los beneficios que en si representa y ofrece el estado, desde su clima estable, seguridad hasta al calidez y amabilidad de su gente.

La investigación es importante porque puede llegar a demostrar las ventajas competitivas que presenta el estado de Yucatán como destino para el turismo de salud, por sus hospitales de alta especialidad y la medicina tradicional homeopática que en él se desarrollan, y siendo la actividad turística una de las que aportan un porcentaje considerable a la ecónoma del país, Yucatán quiere contribuir con este desarrollo y crecimiento que favorece en todo sentido como estrategia de ganar – ganar, es decir gana el país, gana el estado, gana la iniciativa privada, gana el turismo, gana la sociedad; todos los involucrados, claro está todo en un marco normativo, de respeto y sustentable.

TIPO DE ESTUDIO

Según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se debe formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo al tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. También se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad, es por esto que ésta investigación es de tipo: cualitativa y correlacional, como se explica a continuación.

Investigación cuantitativa; Es un proceso formal, objetivo, sistemático, en el que se usan datos numéricos para obtener información sobre el mundo. Surge de una rama de la filosofía llamada positivismo lógico que actúa según las reglas de la lógica, la verdad, las leyes y predicciones. Son estudios cuantitativos los estudios descriptivos, de correlación, cuasi experimentales y experimentales, según la opinión del autor Anierte en, (Tipos de Investigación, 2016).

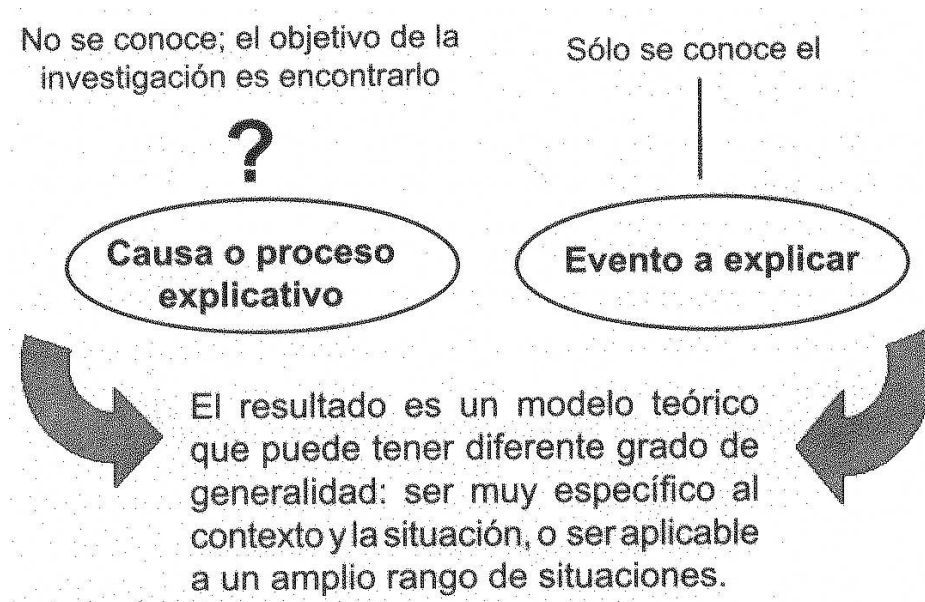
Según las características de la investigación esta es correlacional, ya que según es una medida del grado en que dos variables se encuentran relacionadas. Un estudio correlacional puede intentar determinar si individuos con una puntuación alta en una variable también tiene puntuación alta en una segunda variable y si individuos con una baja puntuación en una variable también tienen baja puntuación en la segunda. Estos resultados indican una relación positiva, correlacional.

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con (Hurtado, 2016), ésta Investigación es; explicativa: ya que, en este tipo de investigación, el investigador trata de encontrar posibles relaciones, a veces causales, respondiendo a las preguntas por qué y cómo del evento estudiado. La investigación explicativa no se conforma con descripciones detalladas. Intenta descubrir leyes y principios, y generar modelos explicativos y teorías. Lo que diferencia a una investigación explicativa de una confirmatoria es que en la primera el investigador no tiene idea de los procesos que generan el evento que se pretende explicar, mientras que, en la segunda, el investigador ya tiene una hipótesis derivada de las teorías ya hechas, la cual le sugiere posibles causas. Esta investigación requiere como objetivos específicos la

descripción y la comparación para poder identificar los procesos que permiten explicar el evento. Es a partir de la investigación explicativa que el investigador plantea relaciones de causalidad y procesos explicativos.

Figura 10. Esquema para una investigación evaluativa.



Fuente: Hurtado, J. (2007)

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitar un tema de estudio significa, enfocar en términos concretos nuestra área de interés, especificar sus alcances, determinar sus límites. Es decir, llevar el problema de investigación de una situación o dificultad muy grande de difícil solución a una realidad concreta, fácil de manejar.

(Sabino, 1986), Desde la óptica de este autor, la delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo. De manera tal, delimitar una investigación significa, especificar en términos

concretos nuestras áreas de interés en la búsqueda, establecer su alcance y decidir las fronteras de espacio, tiempo y circunstancias que le impondremos a nuestro estudio. En la medida en que el fenómeno bajo estudio esté claramente formulado y delimitado se favorecerá las posibilidades del investigador de no perderse en la investigación. Es más fácil trabajar en situaciones específicas que generales.

En efecto, la delimitación debe establecerse los límites de la investigación en términos de espacio, tiempo, universo y del contenido. Según el detalle: a) Delimitación Espacial: está referido al área geográfica y/o espacial en dónde se va desarrollar la investigación. b) Delimitación Temporal: hace referencia al periodo o lapso seleccionado para realizar la investigación. c) Delimitación del Universo: este ítem básicamente hace referencia a la población, unidades, sector en el que se va aplicar algunas técnicas en la recolección de la información. Responde a quienes, dicho de otro modo, unidades de análisis a ser investigada. d) Delimitación del Contenido: hace referencia al aspecto específico del tema que se desea investigar. Responde a qué aspectos concretos serán estudiadas. En consecuencia, la delimitación debe aclarar en particular que persona, materiales, situaciones, factores y causas serán considerados o no. Basándonos en esta clasificación se establecen las siguientes delimitaciones para la investigación.

De Lugar: la investigación se realizó en la ciudad de Mérida, Yucatán, México.

De Tiempo: investigación tuvo una duración aproximada de ocho meses iniciando en el mes de febrero a octubre de 2017.

De Universo: Se consideró a la Secretaría de Fomento Turístico del Estado (SEFOTUR) y turistas que visitaron el Estado nacionales y extranjeros (un mes de 2017)

De Muestra: Se consideró al responsable de la dependencia y a turistas que visitan el Estado de Yucatán, cuya llegada es por vía aérea.

De Variables: El desarrollo económico y el turismo de salud.

De Instrumentos: Se utilizó una entrevista para el responsable de la dependencia, un cuestionario para los turistas y una guía de observación por parte del investigador.

Tipo de muestreo

Según (Ferrer, 2010), el muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población. El error que se comete debido a hecho de que se obtienen conclusiones sobre cierta realidad a partir de la observación de sólo una parte de ella, se denomina error de muestreo. Obtener una muestra adecuada significa lograr una versión simplificada de la población, que reproduzca de algún modo sus rasgos básicos. De acuerdo con lo anterior y basándose en las características de la investiga se establece que le tipo de muestreo más adecuado a utilizar es; el muestreo no probabilístico Casual o incidental ya que, según Ferrer, *“Se trata de un proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento el utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso”*.

Para determinar el tamaño de la muestra, o el número de personas a encuestar (véase apartado de instrumento dos), se utilizó la metodología siguiente:

Se utilizó la fórmula para cuando no se conoce el tamaño de la población, se consideró un nivel de confianza del 95%, aceptando un margen de error del 2%. Como no se realizaron encuestas previas, la variabilidad positiva y la negativa son del 50% cada una, dándonos como resultado lo siguiente:

$$n = Z^2 pq \frac{Z^2(p * q)}{E^2}$$

$$\frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.02)^2} = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04 = 96 \text{ encuestas a realizar}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= 1.96 (valor predeterminado en la tabla de apoyo para un nivel de confianza 95%

(véase apéndice)

p= 0.5 (posibilidad para el que evento suceda)

q= 0.5 (posibilidad de que el evento no suceda)

E= 0,02 (porcentaje de error que se está dispuesto a aceptar.

De esta manera de acuerdo con los resultados se puede observar que solo será necesario realizar 96 encuestas, en el instrumento dos de esta investigación.

DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Para el desarrollo de la investigación y para poder cumplir con los objetivos de la misma es necesario que se obtengan datos relacionados a la temática de estudio, que ayuden a dar una respuesta al planteamiento del problema y se confirme la hipótesis, bajo estos argumentos es investigador desarrollo tres instrumentos que se detallan a continuación:

Primer Instrumento Entrevista

La entrevista que es de tipo estructurada o dirigida que según (Entrevista Estructurada o Dirigida, 2008), esta se emplea en diversas disciplinas tanto sociales (antropología, sociología, pedagogía, trabajo social) como en otras áreas, para realizar

estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema. También se utiliza para fundamentar hipótesis y orientar las estrategias para aplicar otras técnicas de recolección de datos. La entrevista estructurada o dirigida se emplea cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar, o cuando la información no puede conseguirse a través de otras técnicas. Para realizar la entrevista estructurada es necesario contar con una guía de entrevista. Ésta puede contener preguntas abiertas o temas a tratar, los cuales se derivan de los indicadores que deseen explorarse.

Ésta se realizará al Secretario de Fomento Turístico del Estado de Yucatán, la entrevista es de 10 preguntas, con la finalidad de poder saber cuáles son las prioridades del Estado en promoción turística en específico con relación al turismo de salud y su percepción en el impacto económico en el Estado. La entrevista se dividirá en tres momentos; el primero de presentación y datos generales, el segundo centrándose en el tema y problemática investigada y el último momento será de cierre. (véase anexo)

Segundo Instrumento Encuesta

Este instrumento ésta dirigido a los turistas que visitan en Estado de Yucatán, cuya llegada es por vía aérea, sin importar la nacionalidad de los mismos, la encuesta estará conformada con cinco preguntas cerradas de opción múltiple. Con un apartado de datos generales y presentación, así como el cierre y agradecimiento. La finalidad de este instrumento es conocer el motivo de visita, y la derrama económica que genera, así como la percepción sobre la ciudad de Mérida como destino de salud. Es importante aclarar que el instrumento estará en dos idiomas (español – inglés) por las características de la muestra. (véase anexo).

Tercer Instrumento Guía de Observación de Campo

Este tercer instrumento se puede considerar de control para el investigador que estará conformada por una lista de cotejo de 25 ítems, en la cual el mismo investigador por medio de la observación directa, evaluará el desarrollo económico generado por el turismo de salud en el Estado con relación a los indicadores relacionados. El instrumento cuenta con un apartado de información general y tres columnas la primera de indicadores, la segunda de respuestas cumple o no cumple y la tercera de observaciones. Este instrumento se construyó basándose en el marco teórico de la investigación y en la consulta de fuentes bibliográficas y en la opinión de expertos. (véase anexo).

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Para obtener de forma adecuada los datos necesarios al administrar los instrumentos diseñados es necesario contar con un procedimiento, el cual este organizado de manera lógica y coherente para cumplir con las necesidades y/u objetivos de la misma. Por lo que a continuación se detalla, por cada uno de los instrumentos.

Instrumento uno

Como primer paso se realizó la solicitud de permisos correspondientes para realizar la visita con el secretario de fomento económico del estado.

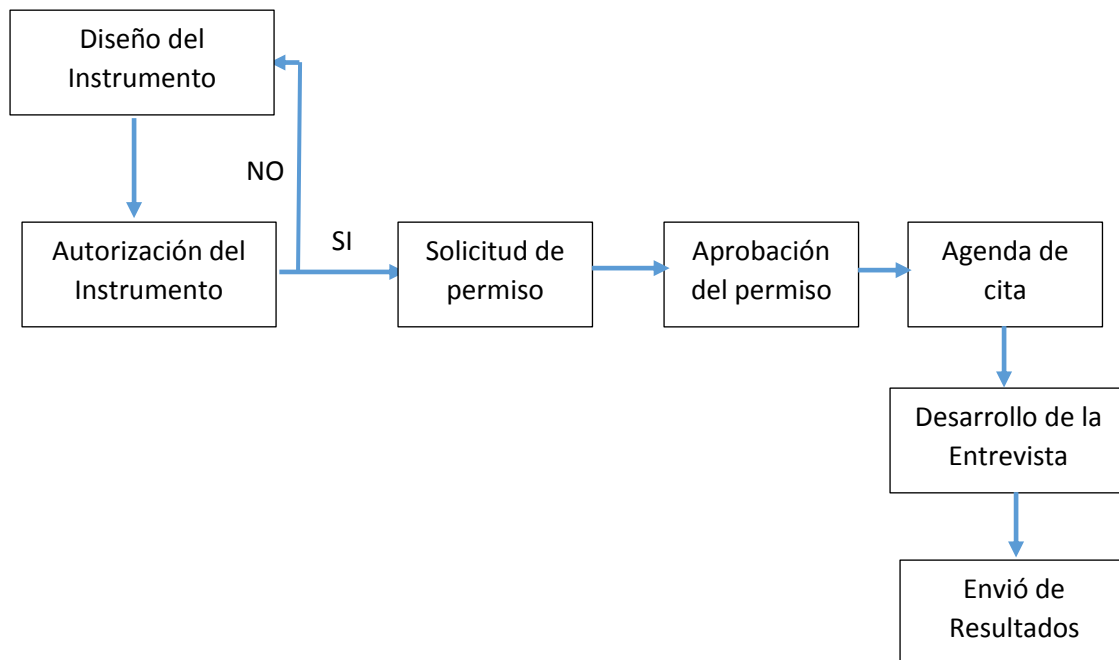
Con la autorización del permiso se procedió a agendar una cita y se envió por correo electrónico la entrevista para su revisión por parte del personal de la dependencia.

Llegado el tiempo se procedió con la entrevista cumpliendo con los tres apartados del diseño a) introducción y datos generales, b) problemática investigada, c) cierre y

despedida, es importante aclarar que al inicio se dio una breve explicación sobre la importancia del estudio y sus alcances.

Por último, se agradeció el tiempo y espacio y se acordó enviar una copia del documento con los resultados a la dependencia.

Figura 11. Diagrama del proceso para la obtención de datos instrumento uno.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Instrumento dos

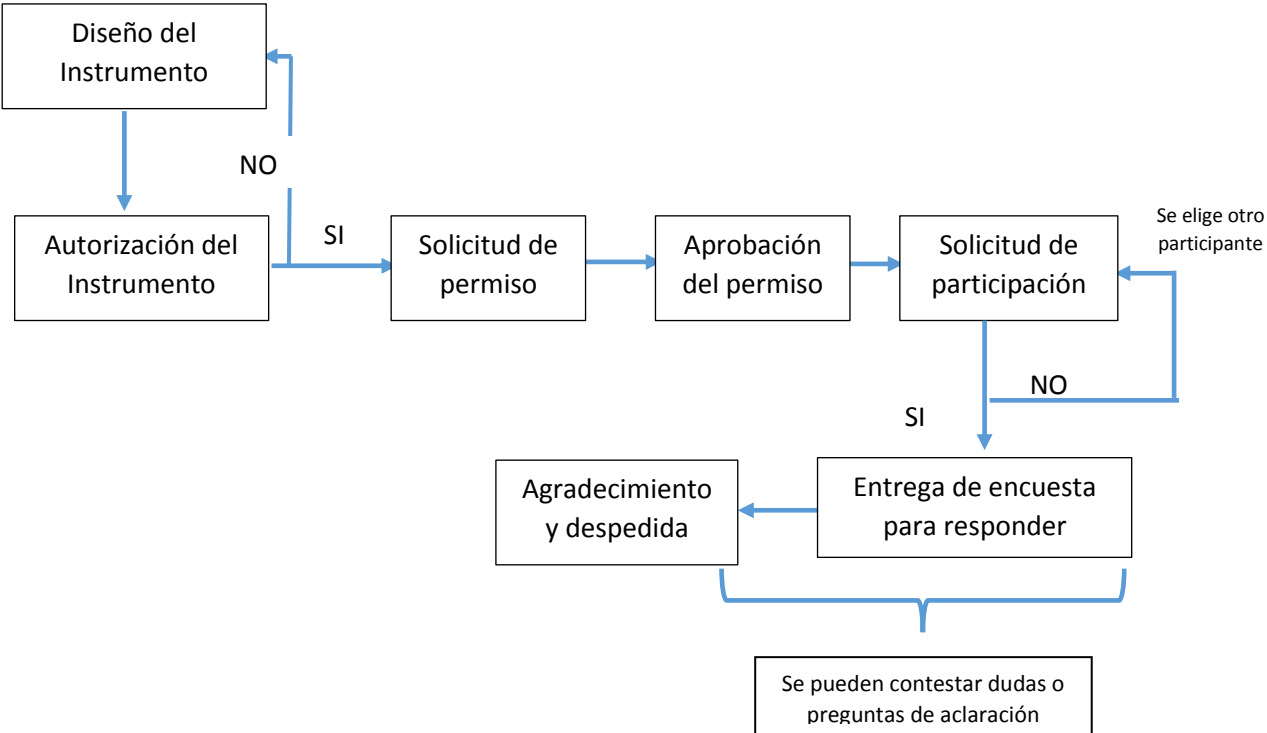
Se iniciará solicitando los permisos para poder realizar la investigación en el aeropuerto internacional “Manuel Crescencio Rejón” de la ciudad de Mérida, y poder tener acceso a las áreas de pasajeros que llegan.

Una vez autorizados los permisos se procederá a asistir de acuerdo con el programa establecido (cuatro visitas al mes por tres horas aproximada mente), con la finalidad de cubrir el número de encuestas necesarias.

Una que se acepta contestar la encuesta se explica rápidamente el objetivo de la misma y se deja en libretas al encuestado para que plasme sus respuestas, pero siempre estando pendiente por cualquier duda o aclaración. (en el caso de negativas se procederá a elegir a otro participante).

Terminada la encuesta se agradecerá y despedirá cordialmente del encuestado (turista/visitante).

Figura # 12. Diagrama del procedimiento para la obtención de datos instrumento dos

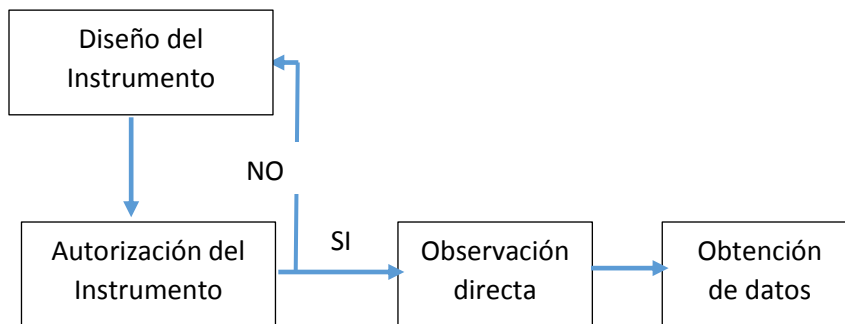


Fuente: Elaboración propia (2017).

Instrumento tres

En el caso de la administración de este instrumento no es necesaria la solicitud de ningún permiso ya que la observación se dará de forma directa en los lugares en donde se perciban signos de crecimiento económico con relación del ofrecimiento de los servicios de salud en el estado. La lista de cotejo se llena en un solo momento y es el mismo investigador quien lo hace.

Figura # 13. Diagrama del procedimiento para la obtención de datos instrumento tres.



Fuente: Elaboración propia (2017).

RESULTADOS OBTENIDOS

De acuerdo con las características de la investigación se presentan los resultados obtenidos de la administración de los dos instrumentos elaborados, para posteriormente presentar el análisis de los mismos para poder presentar basándose en lo anterior el diseño del proyecto de intervención. La siguiente información se presentará por cada uno de los instrumentos.

Resultado del instrumento uno (entrevista)

El instrumento fue diseñado como una entrevista tema dirigido y abierta de ocho preguntas, enfocada para el Director de la Dirección de Vinculación y Fomento Empresarial Turístico del Estado de Yucatán, quien en (2017) ocupa el cargo el Mtro. Irak Abraham Greene Marrufo, quien accedió a contestar la entrevista. (véase anexo) Ya que la información obtenida es de carácter cualitativa se presenta la transcripción exacta de la misma, para posteriormente establecer los comparativos de análisis pertinentes extrayendo la información necesaria para los fines a la investigación. Se ha utilizado el color azul para poder diferenciar las respuestas.

1. ¿Considera al turismo de salud como una oportunidad o estrategia para atraer turismo al Estado? **Sí. El Gobierno del Estado está comprometido en desarrollar el turismo de salud en la entidad para posicionar a Yucatán como destino principal de este segmento en México.**
2. ¿Considera que el Estado cuenta con la infraestructura necesaria para poder soportar una demanda para el turismo de salud? **Sí. En Yucatán las ofertas de servicios hospitalarios son suficientes para garantizar la atención y calidad de los mismos demandados. La oferta hospitalaria privada cuenta con equipamiento de última tecnología y médicos especialistas altamente capacitados. Actualmente hay un hospital en construcción que planea abrir sus puertas en 2018 y brindará servicios a la sociedad Yucateca con enfoque al turismo médico. Se prevé cuente con una certificación internacional por la Joint Commission International. Asimismo, contará con la Clínica IECH (Instituto para el Estudio de la Concepción Humana) enfocado a aquellas familias que buscan una alternativa para concebir. Adicionalmente se prevé la apertura de 17 hoteles**

clase Premium y cinco estrellas, con una inversión de 2,000 MDP, para consolidar la oferta de servicios complementarios de este importante segmento.

3. ¿Cuáles son las actividades que el Estado podría o está realizando como parte de sus estrategias para promoverse como un destino turístico de salud, a nivel nacional y/o internacional? El Gobierno del Estado ha creado una plataforma digital exclusiva para turismo médico denominada “Yucatan Healthcare”, la cual contiene una base de datos de médicos especializados y capacitados para brindar atención médica a pacientes extranjeros, hospitales, facilitadores y servicios adicionales con el fin de facilitar a los turistas nacionales e internacionales la búsqueda de opciones referentes al tema. Para incrementar el número de turistas del interior del país y del extranjero, el Estado participa en Ferias nacionales y congresos internacionales. Con el fin de promover a Yucatán principalmente en Estados Unidos, Canadá y Belice, se está trabajando en una campaña publicitaria para medios digitales dirigida a este mercado.

4. ¿Podría comentarnos sobre las proyecciones y el impacto económico que este tipo de turismo (de salud) podría o tiene sobre el Estado? Actualmente no existe alguna dependencia en México que esté generando estadísticas de turismo de salud; sin embargo existen datos publicados por “Patients Beyond Borders”, aunque su contenido no ha sido actualizado desde 2015.

5. ¿Cuál sería el papel que juega el Estado en el desarrollo del turismo de salud y si éste tiene alguna inversión económica en el desarrollo de esta actividad? Yucatán está identificado como un estado estratégico en materia de infraestructura turística y la prestación de diferentes servicios como los enfocados a la salud a través de la prestación de servicios médicos de la más alta calidad para atender ciertas especialidades, por lo que se ha generado una estrategia comercial basada en mercadotecnia regida por redes sociales y Tics incluyendo en éste las páginas web. Conscientes de la necesidad que tienen los prestadores de servicios turísticos y todas las personas que desean acceder a los servicios médicos ofertados en la capital, es que la Secretaría de Fomento Turístico desarrolla la página web de Turismo Médico www.yucatanhealthcare.com, sitio web que permite a los interesados conocer la oferta médica y turística vigente, al igual que agrupar a los especialistas en las diversas áreas.

Conscientes de la necesidad que tienen los prestadores de servicios turísticos y todas las personas que desean acceder a los servicios médicos ofertados en la capital, es que la Secretaría de Fomento Turístico desarrolla la página web de Turismo Médico www.yucatanhealthcare.com, sitio web que permite a los interesados conocer la oferta médica y turística vigente, al igual que agrupar a los especialistas en las diversas áreas

6. ¿Cuáles son los beneficios directos e indirectos que generaría o genera el desarrollo del Turismo de salud en el estado? Directamente incrementar la afluencia de visitantes nacionales e internacionales por segmento de turismo de salud. Indirectamente diversificar los productos turísticos y generar nuevos empleos.

7. ¿Es la ciudad de Mérida como capital es la más beneficiada en el desarrollo de este tipo de turismo o existen algunos otros lugares que puedan aportar y de qué manera sería? El Estado de Yucatán cuenta con servicios de salud en toda su extensión; sin embargo, la capital concentra el mayor número de hospitales privados involucrados en el turismo médico. A través de la plataforma digital “Yucatan Healthcare” se promocionan los principales sitios turísticos del estado, lo cual permite a los turistas que se realizan procedimientos ambulatorios aprovechar su viaje y conocer todo lo que el interior del Estado ofrece.

8. ¿Podría comentarnos si la inversión que se realiza en el estado para el desarrollo de este tipo de turismo es por parte de la iniciativa privada nacional o extranjera?

Las acciones que realiza el Gobierno del Estado están orientadas a la articulación de todos los actores involucrados en esta actividad; sin embargo, la inversión privada es fundamental para fortalecer los servicios de salud y atraer este tipo de turismo.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se presentan las preguntas y el análisis de las mismas con base en las respuestas que se proporcionaron, con la finalidad de poder hacer inferencias y lograr obtener información para el diseño de la propuesta de intervención.

TABLA. 5. CUADRO DE ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS Y RESPUESTAS DEL INSTRUMENTO UNO (entrevista)

PREGUNTAS	ANÁLISIS
¿Considera al turismo de salud como una oportunidad o estrategia para atraer turismo al Estado?	Se puede observar que las autoridades competentes y el Estado de Yucatán si están comprometidos con el desarrollo del turismo de salud.
¿Considera que el Estado cuenta con la infraestructura necesaria para poder soportar una demanda sobre el turismo de salud?	Se puede establecer de acuerdo con la respuesta que si se cuenta con la infraestructura necesaria para poder tener soportar la demanda e incluso se está en proyectos de más inversión. Así con servicio de calidad que incluyen certificaciones internacionales.
¿Cuáles son las actividades que el Estado podría o está realizando como parte de sus estrategias para promoverse como un destino turístico de salud, a nivel nacional y/o internacional?	Es Estado, está a la vanguardia de la utilización de las plataformas digitales, como parte de sus estrategias de promoción para el desarrollo del turismo de salud a nivel nacional e internacional.
¿Podría comentarnos sobre las proyecciones y el impacto económico que este tipo de turismo (de salud) podría o tiene sobre el Estado?	Según la respuesta en este apartado se puede identificar que no existe información vigente, ni actualizada, esto puede ser un área de oportunidad para poder desarrollar investigación al respecto.
¿Cuál sería el papel que juega el Estado en el desarrollo del turismo de salud y si éste tiene alguna inversión económica en el desarrollo de esta actividad?	El gobierno apoya la promoción de turismo médico y de salud del estado a través de la creación de páginas web para poder facilitar la información que el Estado ofrece en este rubro.
¿Cuáles son los beneficios directos e indirectos que generaría o genera el desarrollo del Turismo de salud en el estado?	So observa un beneficio directo para los clientes (pacientes)/ turistas, y en el desarrollo de nuevos empleos desde la construcción hasta el personal administrativo y operativo para el funcionamiento de los hospitales y lugares afines. Así como toda la derrama económica que genera el turismo en sus servicios complementarios, alimentación, transporte, hospedaje, entre otros.
¿Es la ciudad de Mérida como capital es la más beneficiada en el desarrollo de este tipo de turismo o existen algunos otros lugares que puedan aportar y de qué manera sería?	Se puede inferir que en todo el estado hay establecimientos para el desarrollo del turismo de salud, sin embargo es en la capital donde se concentran los hospitales especializados en tratamientos médicos,

	así como los servicios complementarios para el desarrollo y soporte del turismo.
¿Podría comentarnos si la inversión que se realiza en el estado para el desarrollo de este tipo de turismo es por parte de la iniciativa privada nacional o extranjera?	Aquí se observa que aún que el Estado, participa activamente con la generación de las plataformas y participación en la difusión y promoción del turismo de salud, es la iniciativa privada quien tiene una injerencia directa en proporcionar el servicio a los turistas nacionales y extranjeros.

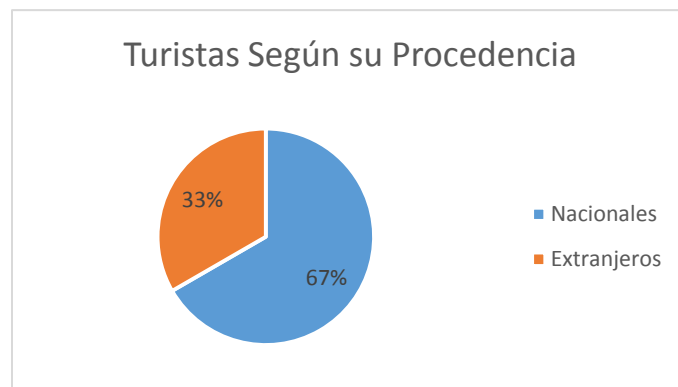
Fuente: elaboración propia (2017)

Resultado del instrumento dos (encuesta)

Como instrumento dos se presentó una encuesta de opción múltiple de ocho preguntas, dirigidas a noventa y seis turistas, de acuerdo con la formula estadística del muestreo, estos turistas fueron nacionales y/o extranjeros que llegaron a la ciudad de Mérida, vía aérea, esta encuesta se realizó a las puertas del aeropuerto internacional de la ciudad, obteniendo los siguientes resultados. La información será presentada en dos apartados la obtención del resultado y el análisis del mismo.

De acuerdo con la procedencia de los turistas se obtuvo que:

Figura 14.

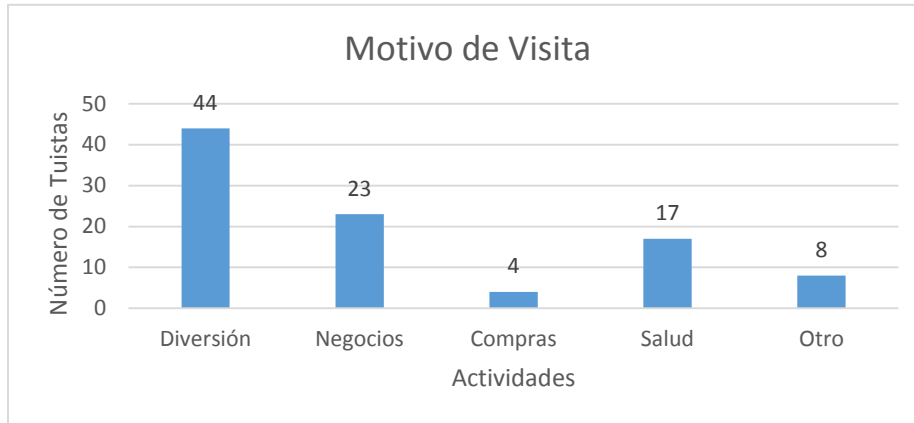


Resultado: De los noventa y seis turistas encuestados que representan el 100% de la muestra se observa que la mayoría del turismo es nacional, es decir viajan de otras partes del país, sin embargo, cerca de una tercera parte fueron turistas extranjeros.

Análisis: Esto se puede interpretar que para los tiempos en los que se realizó la encuesta se encontraban viajando más turistas nacionales.

De acuerdo con el motivo de su visita se obtuvo que:

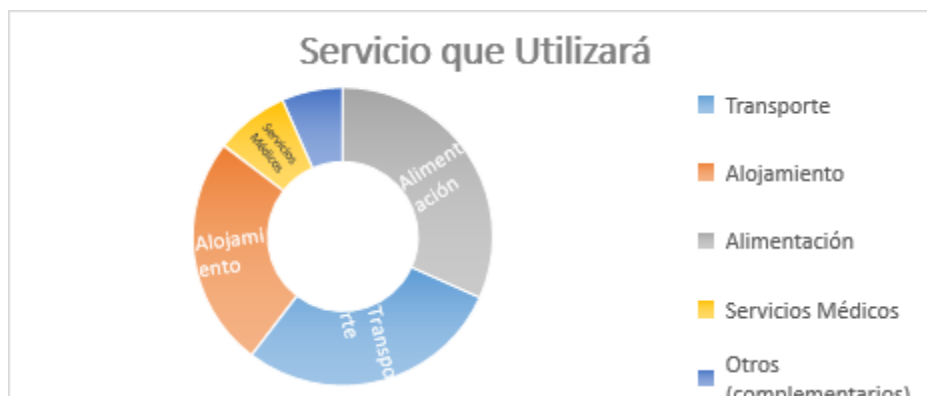
Figura 15



Resultado: se puede observar que la mayoría de los turistas encuestados viajan por motivos de diversión, en este caso fue necesario ampliar al turista para una mejor comprensión cada uno de los aspectos, ya que cada uno de estos incluye de manera implícita el desarrollo de más actividades derivadas el concepto principal.

Análisis: de estos resultados se puede comentar que son diversos los motivos de por los que viajan los turistas, pero es importante recalcar que 17 personas coincidieron que viajan al estado por motivos de salud, y en el apartado de otros se encuentran respuestas como: relajación, tratamiento médico, descanso, que pueden relacionarse con turismo de salud, lo que representaría sumando los resultados y considerando los 96 turistas del total, aproximadamente un 26% de turismo tendiente a la salud

De acuerdo con los servicios que pretende utilizar en su visita los turistas después de explicarles el contenido de los diferentes servicios en general y específico dieron como respuesta:



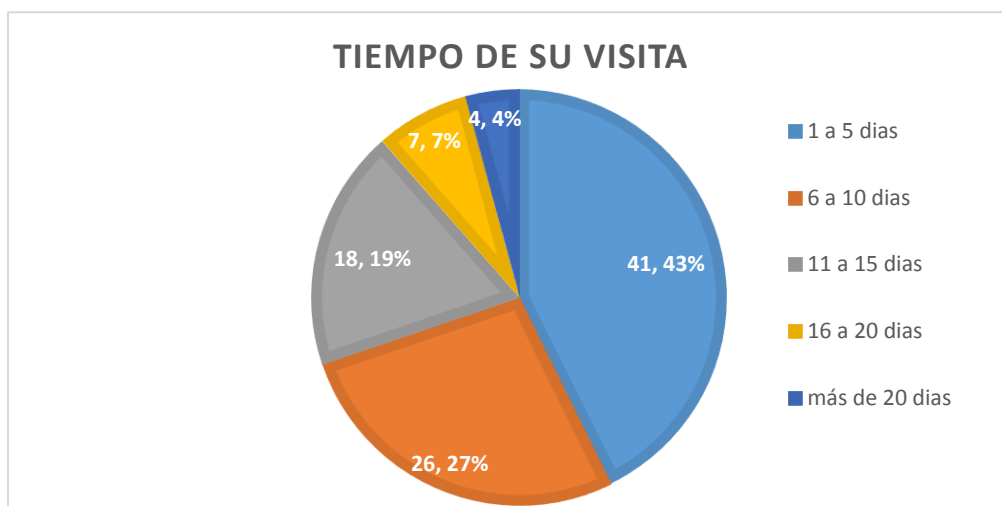
Figura

Resultado: Se puede observar que se utilizan los servicios básico generales de la industria turística, sobre sale el dato de la alimentación ya que es el más utilizado, así como el de transporte. En el resultado de otros se incluyeron los servicios complementarios como bancos, farmacias, comunicación, cambio de divisas, entre otros.

Análisis: con relación al resultado se puede observar que es probable que por ser a gastronomía un punto a destacar del Estado con fama mundial, sea el motivo de por qué fue la respuesta más representativa, así como el transporte por razones obvias de movilidad de los turistas. Sin embargo, es de destacar que existió un porcentaje de turistas que si harían uso de los servicios médicos en particular del Estado.

De acuerdo con el tiempo aproximado de su visita, los turistas dieron las siguientes respuestas, pero vale la pena aclarar que hay una tendencia marcada entre el turismo nacional y el extranjero, en cuanto estos segundos amplían más el tiempo de su visita.

Figura 17

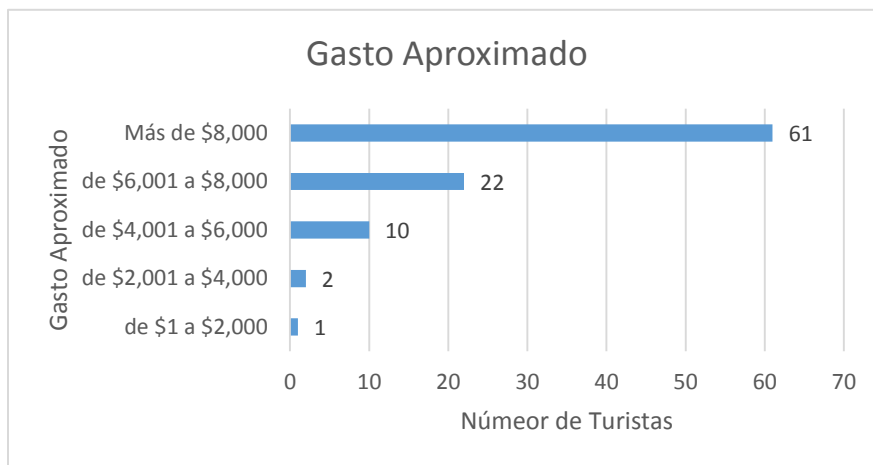


Resultado: el resultado indica que un porcentaje considerado de la población encuestada esta de turista por el Estado por más de una semana, pero menos de 20 días. Aunque la mayoría de los turistas solo permanecen por una semana o menos quizás esto se debe a la naturaleza de las actividades que realizan.

Análisis: sin embargo, a pesar del resultado anterior, se está de acuerdo con los resultados al observar que los turistas si están permaneciendo tiempo suficiente para poder disfrutar de lo que el Estado puede ofrecerles en cuanto a sus necesidades.

De acuerdo con el gasto presupuestado, se observa lo siguiente:

Figura 18.

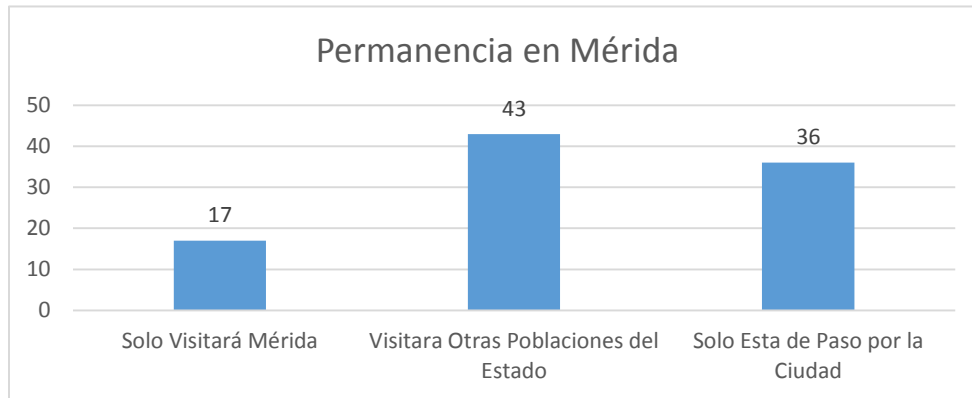


Resultado: en cuanto al resultado del gasto presupuestado, se puede observar que la mayoría de los turistas están pensando o han planeado hacer gastos en sus viajes por más de \$8,000, esto quizás al cambio de divisas o a la situación o nivel económico del turismo.

Análisis: se puede deducir que estas cifras son alentadoras en cuanto a la derrama económica que el turismo genera en el estado, sin embargo, no se puede hacer ninguna inferencia con exactitud ya que se deberá investigar los motivos o en que se gasta en específico ese dinero y si en verdad se está utilizando para adquirir servicios turísticos en el territorio del Estado. Pero las cifras son las suficientes en función de poder realizar una derrama económica significativa a pesar que solo sea por el paso del turismo.

Para poder profundizar si en verdad la derrama económica de los turistas se está dando y quedando en el estado se hizo la pregunta con relación a su permanencia en Mérida, o si se viajaba a otros lugares y se obtuvieron los siguientes resultados.

Figura 19.

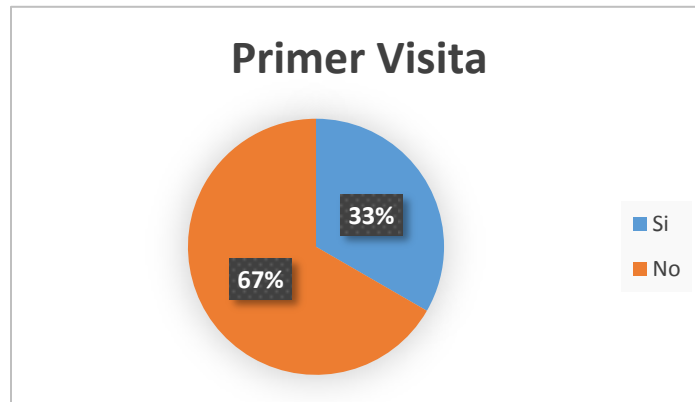


Resultado: Se puede observar en los resultados que la mayoría de los turistas visitaran otras poblaciones además de la ciudad de Mérida, sin embargo, es importante ver los datos sobre los turistas que solo están de paso, es decir utilizan solo el llegar a la ciudad como punto de partida para luego irse para otros lugares.

Análisis: podemos establecer que el estado de Yucatán es visitado en su conjunto y no solo la capital, sin embargo, quizás la cercanía que se tiene con Quintana Roo con su mundialmente conocida Rivera y Riviera Maya, hace que la mayoría de los turistas solo pasen por el Estado. Aunque los resultados indiquen que si se visita otros lugares como son Uxmal, Chichen Itza, Izamal, Maní, Valladolid, entre otros quizás los lugares que cuentan con denominación de pueblos mágicos, sin embargo, se necesita profundizar e indagar acerca de los lugares de preferencia en el Estado.

De acuerdo con la pregunta sobre si era la primera visita al Estado se obtuvo el siguiente resultado.

Figura 20.

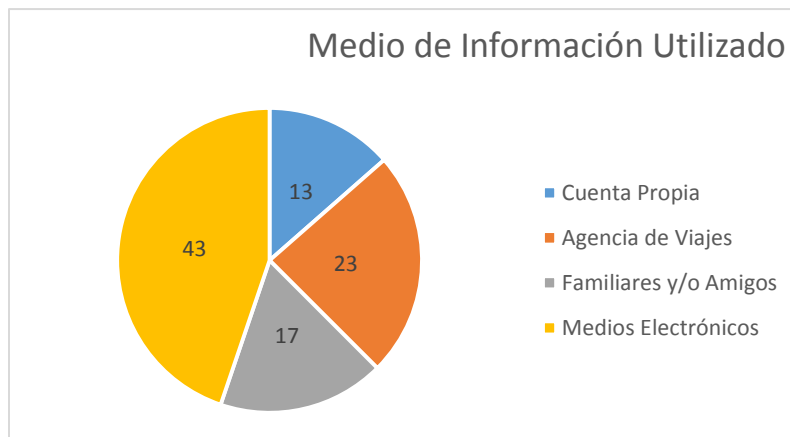


Resultado: se observa de forma muy clara que en este caso la mayoría que la mayoría de los visitantes ya habían estado en Yucatán, en un 67% que representan 66 personas, tanto nacionales como extranjeras.

Análisis: lo interesante de este resultado es que podemos darnos cuenta que la gente está regresando al Estado independientemente de las razones por las que viaja existe afinidad con el turismo, ya sea por la calidad de sus servicios o porque están dando frutos los esfuerzos de las autoridades estatales en la promoción turística. De igual forma a pesar de que un tercio de los encuestados es su primera visita es probable que regresen, por la tendencia que se tiene en este resultado.

Por último, de acuerdo con el medio por el cual identifico información para realizar su viaje en específico al Estado, se obtuvo el siguiente resultado.

Figura 21.



Resultado: De acuerdo con las respuestas podemos observar que los medios electrónicos son el indicador predominante con relación a la búsqueda de información por lo cual los turistas en la actualidad basan su búsqueda de información, incluso los datos que obtuvimos sobre esto están sobre las agencias de viajes por cerca del doble de las menciones.

Análisis: Se puede inferir que los usos de las tecnologías están siendo factor determinante a la hora de tomar decisiones de viaje para el turismo y que es necesario estar a la vanguardia en este rubro ya que según los resultados es de suma importancia que el turista tenga toda la información desde cualquier dispositivo y que esta sea lo más veraz para lograr la confianza del turismo en los servicios turísticos prestados.

Basándose en todo lo anterior se realizará un análisis general de los resultados obtenidos para poder identificar las áreas de oportunidad para poder generar la propuesta de intervención de la cual es pertinente aclarar desde este momento que se quedará en la etapa de propuesta, por las mismas características de la investigación, sus alcances, delimitaciones, restricciones de aplicación y evaluación.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Introducción

Después de haber realizado la presentación de los datos, y de acuerdo con los resultados obtenidos y después de haber realizado el análisis correspondiente se pudieron identificar algunas áreas de oportunidad para poder hacer una propuesta de intervención que ayuden en el área en la que se realiza.

Es pertinente aclarar primero lo que conlleva un proyecto, que de acuerdo con (Hernández Melendez, 2011), un proyecto es una propuesta ordenada de acciones que pretenden la solución o reducción de la magnitud de un problema que afecta a un individuo o grupo de individuos y en la cual se plantea la magnitud, características, tipos y periodos de los recursos requeridos para completar la solución propuesta dentro de las

limitaciones técnicas, sociales, económicas y políticas en las cuales el proyecto se desenvolverá, ahora bien una vez que ha quedado claro lo que es un proyecto podremos establecer una relación con una intervención, que de igual forma de acuerdo con (Arenas Palencia, 2017), el proyecto de Intervención ayuda a poder planificar la investigación, organizar, dirigir, controlar y evaluar. El contexto debe ser factible y viable, sencillo pero metódico y sistemático. El problema comprensible y delimitado con una series de interrogaciones para poder plantear el objetivo general y desglosar los objetivos específicos, las variable, dimensiones, indicadores y sub indicadores relacionado con el problema, por supuesto con un marco teórico y legal que apoyen la intervención y la metodología adecuada a los sujetos investigado siendo objetivas si se hacen con fundamentos científicos comprobables, la utilización de estadísticas apoyada en el científicismo.

Basándose en lo propuesto por los autores anteriores se pretende establece el desarrollo del proyecto de intervención para la Dirección de Vinculación y Fomento Empresarial Turístico, del Estado de Yucatán; sobre la temática referente al desarrollo del turismo de salud en Mérida, como parte de una propuesta para una estrategia promocional del Estado, para propiciar el incremento del nivel económico.

Objetivos de la Propuesta de Intervención

En este apartado se presentan el objetivo general y el desarrollo de los objetivos específicos, lo cual se hizo por medio de una revisión de la clasificación de los verbos de los niveles cognitivos de acuerdo con la taxonomía propuesta por el Dr. (Bloom, 2017), para dar un orden claro y bien definido a los mismos y poder alcanzar las metas propuestas, estos objetivos quedan de la siguiente manera:

Objetivo general

Diseñar herramientas estratégicas de promoción turística que complementen los planes y actividades de la Dirección de Vinculación y Fomento Empresarial Turístico del Estado de Yucatán, con la finalidad de lograr posicionar al estado como un mercado, para el turismo de salud.

Objetivos específicos

Identificar las principales herramientas de promoción turística, logrando establecer cuáles son las que se adaptarían de la mejor manera a la propuesta que se presenta con relación al turismo de salud.

Describir algunas de las herramientas utilizadas por el marketing que logren presentar estrategias que aporten de forma directa información real, verídica y clara a los turistas a través del uso de plataformas digitales.

Determinar las mejores formas de poder implementar las estrategias realizadas con la finalidad de que resulten más eficaces y eficientes a la hora de aportar los resultados.

Justificación de la Propuesta de la Intervención

En este apartado se presenta la justificación del proyecto de intervención dividida en tres apartados, la primera parte corresponde a explicar la razón del desarrollo del mismo, la segunda sobre la importancia que tiene el proyecto y en el último apartado se relacionan los alcances de implementarse la propuesta, sin embargo es importante aclarar desde el principio que dadas las características de la magnitud de la intervención este documento solo se queda en el nivel de propuesta, aunque se pueden inferir sus impactos.

El proyecto de intervención se propone y realiza después de conectar una serie de actividades que terminan en una investigación que se realizó en la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del gobierno del Estado de Yucatán, en la que se determinaron después del análisis de los resultados que existían oportunidades de acción

para una mejora en las actividades que se realizan, y particularmente en las referentes a la promoción turística enfocada al turismo de salud; así como poder identificar la derrama económica que genera para el estado en la industria turística local en general.

De igual forma este proyecto de intervención resulta importante ya después de analizar los resultados de los instrumentos administrados previamente, se identificó que se carece de actividades enfocadas directamente con el turismo de salud que impartan de forma positiva en la economía en general del Estado de Yucatán.

Y dado que el turismo es considerado como el nuevo motor de las economías, como lo afirmó el (de la Madrid, 2016), es por esto que la importancia de esta intervención para los involucrados resulta ser más significativa, ya que al traer más turistas conlleva a generar más derrama economía y si ésta puede repartirse de cierta manera en los diferentes puntos del Estado de Yucatán sería de mucha ayuda para el equilibrio en el crecimiento y desarrollo del Estado en sí.

Así mismo como parte fundamental de justificar esta intervención, sería que de lograrse este proyecto, es decir que se lleve a cabo tendría un impacto directo o como principal beneficiario al turista de salud en sí, ya que el podrá hacer uso de las diferentes propuestas que se plantean, así mismo el Estado de Yucatán se beneficia a nivel nacional e internacional con una imagen ante todos de un Estado a la vanguardia con miras al desarrollo en general y que puede ofrecer un servicio turístico de salud de primera calidad en todos los servicio de la infraestructura turística.

Diseño de la Intervención

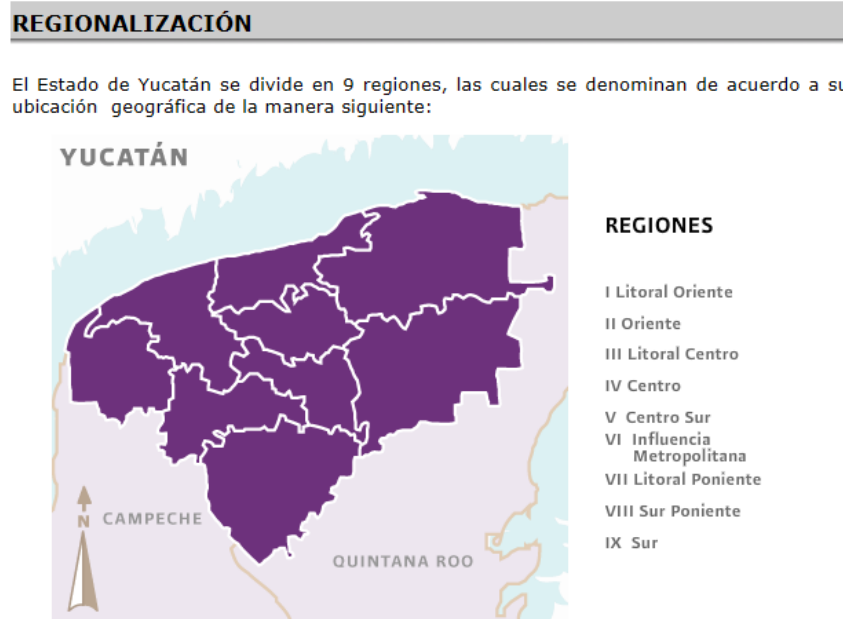
Para la propuesta se plantean tres actividades principales que se establecen en tres momentos, que son independientes, es decir de ejecución separada, lo que significa que pueden realizarse en simultaneó, no dependen de la finalización de uno para iniciar otro, esto basándose en los resultados y en las áreas de oportunidad de mejora en la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del gobierno del Estado de Yucatán, instancia donde se desarrolla la propuesta. Estas actividades o momentos se describen a continuación.

Generación de bases de datos

Con el apoyo de las instituciones de educación superior del estado y sus programas de servicio social se podría conformar una fuerza de trabajo con la que se pretende generar una base de datos que aporten información real y confiable, para poder identificar diferentes parámetros e indicadores con los cuales la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del Estado de Yucatán, pueda diseñar estrategias específicas para la promoción del turismo de salud a nivel nacional e internacional, con los principales polos turísticos del estado con miras a identificar las características de estos lugares, infraestructura, servicios turísticos, entre otros, en la oferta de turismo de salud.

Con la idea de que se pueda tener una mejor perspectiva del estado de Yucatán y sus diferentes regiones se presenta la clasificación oficial en la siguiente figura, con esto se pretende establecer todo los lugares a cubrir, para generar la base de datos.

Figura 22.



Fuente: Gobierno del Estado. (2017).

Así mismo se presenta la tabla de doce instituciones de educación superior, las cuales a través de sus programas de servicio social puedan aportar a la fuerza de trabajo para

poder realizar las investigaciones de campo y recolección de datos, es importante aclarar que se incluyeron en lo posible de la mayoría de las regiones que conforman el estado para facilitar, la coordinación y organización de la información.

Tabla 5. Instituciones prospectadas como participantes en el proyecto.

NOMBRE	UBICACIÓN	REGIÓN
1. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CONKAL	Conkal	Noroeste
2. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA	Mérida	Noroeste
3. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIZIMIN	Tizimin	Noreste
4. INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PROGRESO	Progreso	Noroeste
5. INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DEL SUR DEL ESTADO DE YUCATÁN	Oxkutzcab	Sur
6. INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE MOTUL	Motul	Litoral Centro
7. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE VALLADOLID	Valladolid	Oriente
8. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CENTRO	Izamal	Centro
9. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PONIENTE	Maxcanú	Poniente
10. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA	Mérida	Noroeste
11. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL MAYAB	Peto	Sur poniente
12. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA REGIONAL DEL SUR	Tekax	Sur

Fuente; SEP, SES, DGESU, Formato 991.9 Ciclo escolar 2015 - 2016

Seguidamente se presenta la plantilla del modelo del instrumento que sería necesario para la recolección de datos, la cual es breve y sencilla pero que aporta la información necesaria para desarrollar la base de datos.

Figura 23. Modelo de Instrumento.

Desarrolla:					Fecha:					EVIDENCIA FOTOGRÁFICA									
										1									
Nombre de la Empresa:										2									
Ubicación de la Empresa:																			
Tiempo de operación de la empresa:																			
Referencia para la ubicación:																			
										3									
Nombre del Dueño de la empresa										4									
Número de Contacto:					Correo Electronico:														
Servicios que ofrece la empresa										5									
1					6														
2					7														
3					8														
4					9														
5					10														
Distintivos y Certificaciones vigentes con las que cuenta la empresa										5									
1																			
2																			
3																			
4																			
5																			

Fuente: elaboración propia (2017).

Como otra opción en el programa de intervención se pretende el diseño de material promocional (libro de promoción turística y dípticos), con la finalidad de que se pueda contar con material vigente y actualizado para poder promocionar al Estado en las ferias nacionales e internacionales como un lugar en el que se puede realizar el turismo de salud, y que se tenga la seguridad de que podrá contar con servicios hospitalarios de primer mundo, y servicios turísticos con excelente calidad, así como disfrutar de diferentes alternativas en las diferentes zonas, o ciudades principales del estado donde se cuenta

con servicios turísticos alternativos o complementarios al turismo medio y de salud, como son spas, herbolaria, medicina homeopática, lugares de relajación y meditación, hoteles y/o haciendas ecológicas, entre otras alternativas. Cabe aclarar que siendo el alcance a nivel nacional e internacional este material deberá ser impreso en dos idiomas, (español e inglés).

El libro promocional es de características generales es decir un libro de encuadernación tamaño carta, la impresión en papel mate de 95mgr, para darle brillo y resistencia al material, de igual forma contendrá la información clasificada por regionalización del estado y por cada región se detallaran las empresas que ofrecen sus servicios con relación al turismo de salud, así como fotografías y descripciones de los beneficios que se podrán adquirir, así como información complementaria para el desarrollo de la región como es donde comer, donde dormir que hacer, en cada una de las zonas, resaltando los lugares culturales o de interés que se encuentren cerca, guiándose para este fin con otro programa de la secretaría de turismo, que ha dividido al estado en ocho rutas turísticas.

Dada la importancia de los medios electrónicos como parte fundamental del desarrollo y promoción turista de cualquier lugar se pretende el ajuste y diseño de espacios específicos dentro de las plataformas digitales de la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del Estado de Yucatán, en específico para la información referente al turismo médico y de salud, y los diferentes servicios que se ofertan en los diferentes puntos del Estado.

Para poder desarrollar las actividades propuestas e necesario que se cuente con la autorización por escrito de las empresas que ofertan servicios turísticos y por medio de convenios de colaboración pudieran entrar en este programa, previa supervisión de sus servicios o quizás presentado las certificaciones o acreditaciones necesarias para poder formar parte de este programa integral de estrategias de difusión turística con relación al turismo de salud, así mismo la vinculación estrecha con otras dependencias de gobierno el estado como la secretaria de turismo, la secretarias de salud, previsión social, entre otras, de igual forma se buscaría la participación de las cámaras de comercio relacionadas.

Con relación a esta estrategia para llevar a cabo dentro de las actividades del programa de intervención no es posible determinar con exactitud los resultados, solo se puede inferir que será una página de plantillas dinámicas, interactivas y muy intuitivas que guaran al usuario de la mejor manera para obtener la información que está buscando, o que pudiere ser de su interés, con la descripción fotográfica y redacción de características importantes que sean necesario aclarar.

Ejecución de la intervención

Para describir este apartado de la propuesta de intervención será necesario generar tablas que contengan la descripción de la actividad, quienes son los actores involucrados, dónde se realizaría y cuáles serían las herramientas necesarias para llevarlo a cabo, cada tabla contendrá la información de cada una de las etapas siguiendo el orden de aparición del apartado anterior, favoreciendo una mejor comprensión por parte del lector.

Tabla 6. Actividad: Generación de base de datos.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLES	UBICACIÓN	HERRAMIENTAS	PRE SUPUESTO
1.- Diseño de las actividades, políticas y procedimientos del programa	Se desarrolla el documento con el contenido del programa para poder general la base de datos necesaria, así como los instrumentos de investigación necesarios para la recolección de datos para la base de datos.	La dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del Estado de Yucatán Personal asignado	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$500
2.- Identificación de las posibles instituciones educativas participantes	Búsqueda de las instituciones de educación superior que se encuentren en las diferentes zonas o ciudades del estado de Yucatán, que pueden participar en el proyecto.	La dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del Estado Personal asignado	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$100
3.- Invitación a los responsables de vinculación de cada institución educativa	Realizar la presentación del proyecto ante los invitados explicándoles la importancia del mismo así como la metodología para su implementación. Buscando al colaboración con sus departamentos de servicio social. (Obligatorio para los estudiantes de nivel superior en el Estado de Yucatán.)	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Responsables de cada institución	Sala de juntas o Auditorio (siglo XIX)	Equipo de cómputo, de proyección y papelería en general	\$300

<p>4.- Reunión con las personas (estudiantes) asignados para formar parte del equipo de trabajo</p>	<p>Se realiza una presentación para explicar la importancia de realizar un buen trabajo y se hace la inducción con los participantes en el proyecto, se les entrega sus paquetes para trabajar.</p>	<p>DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Responsables de cada institución y los estudiantes participantes</p>	<p>Sala de juntas o Auditorio (siglo XIX)</p>	<p>Equipo de cómputo, de proyección y papelería en general</p>	<p>\$1,500</p>
<p>5.- Monitoreo con las instituciones educativas</p>	<p>Se puede enviar a un delegado por parte de la DVFET del Estado de Yucatán, a cada una de las instituciones educativas para dar seguimiento a las actividades.</p>	<p>DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Responsables del área de vinculación de cada institución</p>	<p>Trabajo de campo / en cada una de las instituciones seleccionadas</p>	<p>Transporte, viáticos de gasolina y alimentación, papelería en general.</p>	<p>\$4,800</p>
<p>6.- Entrega de encuestas y resultados</p>	<p>Se entregan en las oficinas en tiempo y forma por cada uno de los responsables de las instituciones educativas. Así mismo se entregan reconocimientos y constancias de participación</p>	<p>DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Responsables de cada institución</p>	<p>Sala de juntas o Auditorio (siglo XIX)</p>	<p>Equipo de audio y papelería en general.</p>	<p>\$1,000</p>
<p>7.- Organizar e interpretar la información resultante</p>	<p>Se organiza la información y se interpreta con la ayuda de software estadístico para una mejor comprensión de la información</p>	<p>DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado.</p>	<p>Oficinas Principales</p>	<p>Equipo de cómputo y papelería en general</p>	<p>\$500</p>

8.- Elaboración de la base de datos.	Se elabora la base de datos bajo las especificación y requerimientos de la dependencia para la mejor interpretación de la información y manejo de la misma se generan estadísticos, gráficos y presentaciones.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado.	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$500
9.- Compartir los resultados con otras dependencias gubernamentales	Se comparte la información con las dependencias competentes al sector turístico.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Representantes de las dependencias gubernamentales y cámaras de comercio del sector turístico	Oficinas Principales o Sala de juntas	Equipo de cómputo, de proyección y papelería en general	\$500
10.- Generar estrategias de promoción en conjunto	Se trabajó con base a los resultados obtenidos y la colaboración de otras instituciones	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado.	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$300
Total: \$10,000					

Fuente: elaboración propia (2017)

Tabla 7. Actividad: Diseño de material promocional.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLES	UBICACIÓN	HERRAMIENTAS	PRESUPUESTO
1.- Identificación de las necesidades del material promocional	Se realizará un análisis de la información que es necesaria para poder diseñar el material promocional	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado.	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$0
2.- Descripción del contenido del material promocional	Se realizará una análisis y se propondrá el contenido y diseño del material promocional	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado.	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$100
3.- Elaboración de una propuesta del material promocional (prueba piloto)	Se diseñará y se presentará el resultado en una presentación digital y un modelo impreso	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Agencia de publicidad contratada o asesor de diseño	Oficinas Principales	Equipo de cómputo y papelería en general	\$8,000
4.- Presentación de la propuesta	Se expondrá la propuesta ante las personas competentes en la toma de decisiones en búsqueda de la autorización del proyecto	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Agencia de publicidad contratada o asesor de diseño Personal a cargo de la toma de	Oficinas Principales o Sala de juntas	Equipo de cómputo, de proyección y papelería en general	\$1,500

		decisiones			
5.- Inicio del desarrollo del material aprobado	Una vez aprobado el proyecto se hará una revisión final de control antes de mandar a imprimir	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado. Agencia de publicidad contratada o asesor de diseño	Oficinas Principales	Papelería en general	\$5,000
6.- Impresión del material autorizado	Se imprimirá el material con forme las necesidades del proyecto	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado Imprenta seleccionada por DVFET	Imprenta seleccionada	Impresiones	\$40,000
7.- Distribución del material	Se repartirá el material de forma estratégica con la intención de que llegue al mercado potencial y pueda ser compartida la información y utilizada para la promoción turística del estado y generar una derrama económica en el mismo.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado	Puntos estratégico de distribución	Transporte, viáticos de gasolina y alimentación, papelería en general.	\$1,500

8.- Encuesta de control para medir la percepción del material promocional	Se realizará una encuesta de control en los puntos de distribución y al mercado para poder medir la percepción y la eficiencia del proyecto.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado Encuestadores (convenio con instituciones de educación superior) o contratación de personal eventual	Trabajo de campo en áreas estratégicas asignadas	Transporte, viáticos de gasolina y alimentación, papelería en general	\$1,500
---	--	---	--	---	---------

Total: \$57,600

Fuente: elaboración propia (2017)

Tabla 8. Actividad: complemento de los datos en las plataformas digitales.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLES	UBICACIÓN	HERRAMIENTAS	PRESUPUESTO
1.- Identificación de la información requerida	Se elegirá la información necesaria para cubrir las necesidades de promoción turística con relación al turismo de salud.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado	Oficinas Principales	Equipo de cómputo	\$500
2.- Diseño de las platillas con la información	De recurrirá a la asesoría de un experto en diseño de páginas web para poder elaborar las platillas y la programación necesaria para poder elaborar una presentación digital de la propuesta	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado Diseñador gráfico digital	Oficinas Principales	Equipo de cómputo	\$3,000
3.- Presentar la	Se presentara la propuesta	DVFET del Estado	Oficinas	Equipo de	\$0

propuesta	ante las autoridades competente para la toma de decisiones al respecto	de Yucatán. Personal asignado	Principales	cómputo, de proyección y papelería en general	
4.- Subir la información a la plataforma digital	Una vez autorizado el proyecto se procederá a subir la información en los enlaces de la página web oficial para la promoción del turismo de salud en el estado.	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado Diseñador gráfico digital	Oficinas Principales	Equipo de cómputo	\$1,500
5.- Darle seguimiento a la actividad	A manera de control y para tener actualizada la información se dará seguimiento al proyecto	DVFET del Estado de Yucatán. Personal asignado	Oficinas Principales	Equipo de cómputo	\$0

Total: \$5,000

Fuente: elaboración propia (2017)

SUPERVISIÓN DE LA INTERVENCIÓN

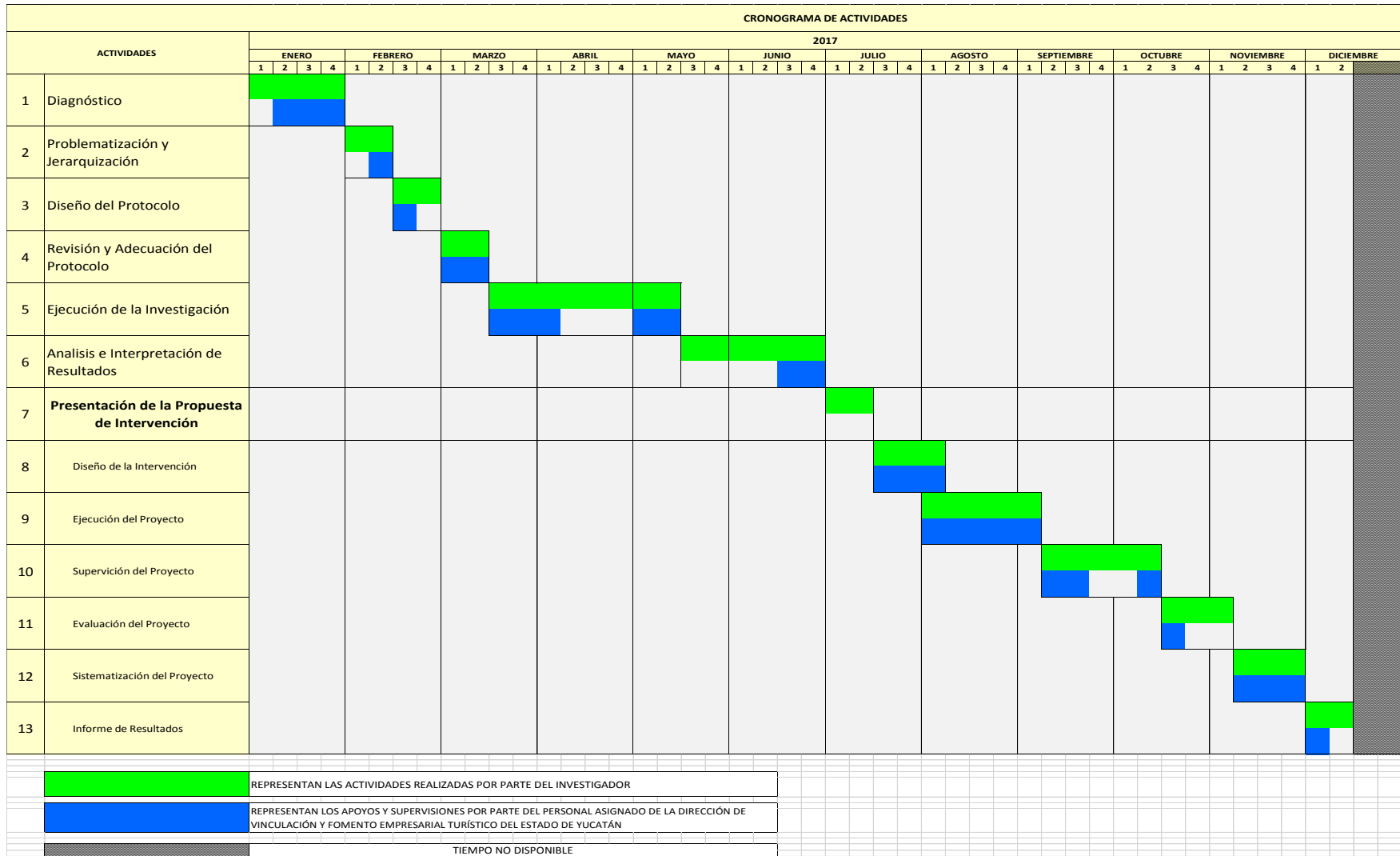
La supervisión hoy en día considera tres funciones básicas: administrativa, educativa y de apoyo. (Puig, C, 2009) La supervisión orientada desde la vertiente administrativa se relaciona con la gestión y la dirección de servicios, y busca el cumplimiento de objetivos organizativos con vistas a la obtención de la máxima eficacia. Es un tipo de supervisión que focaliza su atención en conseguir más objetivos de forma más eficiente, con determinados recursos disponibles.

Desde una función educativa, la supervisión se considera, en el ámbito de lo psicosocial, como un método de formación. Inspirada en paradigmas psicoterapéuticos y liberada de su dimensión de control, la supervisión educativa ha sido un método considerado imprescindible en aquellas profesiones en cuya acción intervienen actitudes a la vez que conocimientos. Dentro de esta orientación educativa, las autoras Sheriff y Sánchez. En su obra (1973), conciben la supervisión como un método pedagógico por el cual se aprende o se enseña a trabajar.

La supervisión orientada al apoyo persigue dar apoyo a los profesionales supervisados con el objetivo de que puedan superar mejor las tensiones y dificultades que se presentan en el ejercicio de su trabajo. Con esta función, se incorporan aquellos aspectos personales del supervisado que pueden estar influyendo en su práctica, con el fin de reconocer como influyen en su quehacer. Hernández Aristu (1991)

Basándose en lo referido por los autores se presenta a manera de esquema el seguimiento del proyecto de intervención, en el que se observan las actividades realizadas por mes y semanas y se presenta en un código de colores el acompañamiento por parte del personal asignado de la Dirección de Vinculación y Fomento Empresarial Turístico del Estado de Yucatán, para el apoyo y supervisión del mismo. Se pueden observar algunos espacios en blanco, en los cuales se aclara que durante ese período se trabajó sin supervisión quedando el investigador con la total responsabilidad del cumplimiento en tiempo y forma.





EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Dadas la característica del proyecto realizado se presentan los indicadores y los datos necesarios para poder evaluarlo de acuerdo con las actividades que se desarrollarían ya que no se llega a la implementación por las consideraciones ya expuestas anteriormente, sin embargo como parte del control se establece la siguiente tabla en la que se pueden apreciar las actividades a realizar, sus sub-actividades así como su objetivo principal, el indicador, las metas a alcanzar y el producto resultante. Esto dividido en las tres actividades principales sugeridas en el proyecto de intervención.

Figura 24.

ACTIVIDAD	SUB- ACTIVIDADES	OBJETIVO (S)	INDICADOR (ES)	META (S)	PRODUCTO (S)
1.- Generación de la base de datos	Invitar a las escuelas públicas de educación superior, a participar en el proyecto, a través de sus programas de servicio social.	Lograr la participación de las escuelas públicas de educación superior del estado por medio de sus programas de servicio social.	Número de escuelas invitadas entre el número de escuelas que acepten la participación.	Lograr el 90% en la participación de las escuelas públicas de nivel superior del Estado	Invitación para la participación en el programa. Lista de confirmación en la participación en el programa
	Listado de participantes (alumnos de nivel superior de escuelas públicas del Estado)	Reunir una equipo de trabajo de alumnos para la realización del proyecto	Número de alumnos invitados y confirmados entre el número de alumnos invitados	Lograr el 90% de las invitaciones a los alumnos y/o llegar a un equipo de trabajo de 150 personas.	Listado de confirmación de participación de los alumnos
	Tres sesiones de capacitación de los participantes en el proyecto.	Formar a los participantes en la importancia del proyecto, en el cómo se desarrollará el	Número de participantes entre el número de asistentes a las capacitación.	Lograr el 100% de asistencia de los participantes en la capacitación.	Listado de asistencia a las capacitaciones. Entrega de

		levantamiento de datos y el manejo de los mismos, las entregas en tiempo y forma.			material de trabajo.
	Desarrollo de la actividad por zonas. (levantamiento de los datos)	Abarcar los lugares de turismo de salud de las zonas asignadas	Número de lugares existentes entre número de lugares reportados	Lograr el 100% de los lugares existentes	Formatos y hojas de registro Evidencia fotográfica
	Entrega de los instrumentos a los departamento de servicio social de las instituciones educativas	Lograr la entrega en tiempo y forma de los formatos.	Número de instrumentos asignados entre número de instrumento entregados	Lograr el 100% de las entregas en tiempo y forma.	Formatos de liberación de la actividad en tiempo y forma.
	Entrega de la información a la SEFOTUR, para el manejo y tratamiento de los datos	Entregar de los resultado por parte de las instituciones educativas a la SEFOTUR	Número de asignaciones a las instituciones entre el número de asignaciones entregadas.	Lograr el 100% de las entregas en tiempo y forma.	Entrega de constancias de participación en el proyecto a las instituciones educativas
2.- Diseño de material promocional	Identificación de los lugares para recolecta de material gráfico	Ubicación de los lugares que ofrecen servicios turísticos de salud y/o médico.	Número de lugares establecidos entre el número de lugares visitados	Lograr el 100% de los lugares establecidos y visitados	Evidencia fotográfica
	Análisis y elección de la información obtenida	Obtener el mejor material fotográfico para la edición del material promocional	Al menos tres fotografías de las características principales de los lugares visitados	Lograr el 100% de las fotografías en todos los lugares visitados	Evidencia fotográfica
	Generación del	Diseño del material	Tener una	Lograr el 100%	Impresión de la

	material promocional	promocional	impresión del material para su aprobación	del material promocional	muestra.
	(una vez aprobado el proyecto) Impresión del material promocional	Obtener presencia y difusión del material promocional	Imprimir un primer rodaje de 10,000 unidades para distribuir las en el Estado	Lograr el 100% de las unidades distribuidas	Impresión del material
3.- Información en medios digitales	Análisis de la información	Verificar la veracidad de la información	Número de lugares entre el número de información verificada	Lograr el 100% de los lugares e información verificada	Listas de cotejo de control
	Diseño de las plantillas digitales	Lograr imagen y representación con el cliente potencial por medio del diseño interactivo de las plantillas digitales	Número de lugares entre el número de plantillas generadas	Lograr 100% de los lugares autorizados con su plantilla digital	Plantillas digitales
	Autorización para el enlaces con las páginas oficiales	Lograr la aprobación de las plantillas digitales	Número de plantillas generadas entre el número de plantillas autorizadas	Lograr al menos el 90% de aprobación	Plantillas autorizadas
	Carga y vinculación en los medios electrónicos	Presentar la información digital en los medios oficiales de la SEFOTUR	Número de plantillas entre el número de publicaciones oficiales	Lograr el 100% de promoción en las plataformas oficiales	Sitios WEB oficiales con la promoción
	Monitoreo y actualización de	Monitoreo para la actualización de la	Cada seis meses verificar	Lograr el 90% de verificación	Lista de cotejo de control

	los medios digitales.	información	información	actualización de la información	Evidencia fotográfica
--	-----------------------	-------------	-------------	---------------------------------	-----------------------

SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

De acuerdo con las actividades que se proponen a la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del estado de Yucatán, con la finalidad de tener una propuesta para poder generar información real y confiable se establecen los parámetros para realizar una serie de procedimientos con la finalidad de identificar cual es el desarrollo del turismo de salud en Mérida, Yucatán y así poder elaborar las propuestas como parte de una estrategia promocional del estado, para propiciar el incremento del nivel económico y por ende el crecimiento y desarrollo del estado y en particular de la ciudad de Mérida.

Descrito lo anterior se presentan el apartado de la sistematización del proyecto, en el cual de acuerdo con (Castañeda, P. 2014), La sistematización puede ser definida como un proceso de generación de conocimientos a partir del análisis y reflexión realizada desde la propia práctica. Rescatar los valiosos aportes que surgen de la práctica es su meta.

Presentado lo anterior se establecen los procedimientos por cada una de las actividades a realizar en la que se describen los tiempos y recursos necesarios para poderse llevar a cabo.

La primera de las actividades que se proponen es la creación de un equipo de trabajo que se pueda conformar al realizar convenios entre la SEFOTUR y las instituciones de educación pública superior; éstas últimas con sus programas de servicio puedan proporcionar a los encuestadores y los responsables de cada área dentro de las instituciones serían los enlaces para las entregas de resultados a la SEFOTUR y ésta será la encargada de la validación de la información para poder utilizarla como parte fundamental en el diseño de las estrategias promocionales del estado y la ciudad de Mérida, en materia de turismo de salud. Esta actividad dada su complejidad de en su logística, realización y presupuesto se recomienda que se realice de tres a cinco años, ya que las características del sector y su tendencia de crecimiento va de acuerdo con estos

tiempos, de acuerdo con lo que indico el (Bello, 2017), En entrevista, el titular del Poder Ejecutivo aseveró que la economía mexicana se ha fortalecido en los últimos meses, pues el crecimiento económico del país en 2014 -que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) estima sea del 2.7 por ciento- es superior al promedio de los últimos 14 años, el cual es del 2.3 por ciento. "Por ello, en Yucatán debemos continuar el trabajo para aportar y seguir con esta tendencia positiva de crecimiento, vamos por el camino correcto, así lo demuestran nuestros indicadores de crecimiento económico, que son sólidos respecto a los de años pasados", finalizó.

Con relación a la segunda actividad que es la creación de una base de datos para poder crear medios electrónicos de publicidad y promoción del Estado de Yucatán, con relación al turismo de salud, se estima que esta revisión de la información debe de realizarse constantemente, en otras palabras quizás sea necesario un monitoreo cada 15 días, en función de alguna actualización o comentario con relación a la información que presente el medio digital, y en cuanto a la situación de dudas y consulta de información directa por medio de los correos electrónicos o chats que pudieran adjuntarse a la página, este monitoreo deberá ser de todos los días por lo que se necesitara designar a una persona encargada de este proceso o aumentar las funciones de algún puesto que ya exista con tal de darle un seguimiento oportuno a las solicitudes de los usuarios.

Y por último la actividad en cuanto a creación de material promocional, en este caso una vez que las autoridades competentes autoricen la edición, se deberá de distribuir en puntos estratégicos para que se tenga el impacto esperado de poder llegar a los diferentes establecimientos que por las características de los mismos tenga afluencia de turistas que puedan informarse de los servicios de salud que ofrece el Estado. Esta actividad deberá ser monitoreada cada seis meses o un años ya que el costo de elaboración es considerable y la información no es de cambios rápidos e inesperados, sin embargo se considera que por medio de otras instituciones públicas se pudiera lograr un apoyo en la verificación de cumplimiento de lo que se está ofertando en realidad se cumpla, como podría ser el caso de la procuraduría federal del consumidor (PROFECO). Cabe aclarar que de desarrollarse el proyecto será la Secretaría de Turismo del Estado, quien en su momento decida que personal y cuanto personal se destinará a las actividades, así como el presupuesto asignado a las mismas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A manera de conclusión general se puede establecer que si se cumple el objetivo de la investigación y del proyecto de intervención ya que se hicieron tres propuestas a la Secretaría de Turismo y para la dirección de vinculación y fomento empresarial turístico del estado de Yucatán, para desarrollar el turismo de salud en el estado, como parte de sus estrategias promocionales, con la intención de generar economía en el estado, las cuales son viables y rentables, ya que se basaron en estrategias proactivas de ganar - ganar.

De igual forma se puede concluir después de la revisión bibliográfica y las aportaciones de los especialistas en la materia que el turismo siempre va a ser un catalizador de las economías emergentes, y no importando el nivel en el que se desarrolle, es decir que el turismo hace que fluya efectivo en muchas empresas directas y complementarias que contribuyen a logra mejor condiciones en los mercados económicos, al igual que esta actividad se puede desarrollar a nivel local, estatal, nacional o mundial.

Por último podemos concluir que el Estado de Yucatán está comprometido con el desarrollo y crecimiento, por lo que está en constante monitoreo de las oportunidades que puedan mejorar la calidad de vida de sus conciudadanos, y están considerando al turismo de salud como una herramienta para hacerlo, aprovechando las inmejorables condiciones que tiene el Estado por su estratégica ubicación geográfica que le proporciona un inmejorable clima, su alto nivel cultural, su gastronomía mundialmente reconocida, sus atractivos arqueológicos, la seguridad con la que todo turista y visitante puede estar sin sentirse amenazado. Así como su buena comunicación que mantiene con la iniciativa privada de todos los sectores, y en particular con los de servicios turísticos.

A manera de recomendación se le solicita a la secretaria de turismo del gobierno del estado, que debería continuar con sus intenciones de realizar las propuestas ya que se ha demostrado que son herramientas actuales e innovadoras de gran impacto que generan beneficios a todos los involucrados.

REFERENCIAS O FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, C. y. (2011). Conceptualización, Historia, Desarrollo y Estado Actual del Mercado Global. *El Turismo de Salud*, 6-9.
- Arenas Palencia, F. A. (17 de Diciembre de 2016). *Intervención Educativa*. Obtenido de <http://uvprintervencioneducativa.blogspot.mx/2011/09/que-es-un-proyecto-de-intervencion-por.html>
- Bello, L. R. (28 de Mayo de 2017). Colabora Yucatán con el Gobierno federal por el desarrollo económico de México. (G. d. Estado, Entrevistador)
- Bloom. (24 de Octubre de 2017). Obtenido de Taxonomía de Bloom: https://www.google.com.mx/search?q=taxonomia+de+bloom&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewiRxt6U28vXAhUE6GMKHVMMMDVYQ_AUICigB&biw=842&bih=696#imgrc=Nm7ajsDUBggrPM:
- de la Madrid, E. (20 de 05 de 2016). *El Universal*. Obtenido de Este material cuenta con derechos de propiedad intelectual. De no existir previa autorización por escrito de EL UNIVERSAL, Compañía Periodística Nacional S. A. de C. V., queda expresamente prohibida la publicación, retransmisión, distribución, venta, edic: verbos y tipos para formulacion de objetivos
- Bookman, M. (2010). Turismo Médico en Países en Desarrollo. *Notimex*, 12-14.
- Branco Bonfada, P. L., Henn Bonfada, M. R., Alén González, M. E., & Gongalves Gándara, J. M. (2011). Estudios y Perspectivas en Turismo. En *El Turismo de Salud y el uso terapéutico* (págs. 89-94). Buenos Aires, Argentina: Scielo.
- Calkins, I. (03 de Marzo de 2017). *CNN Money International*. Obtenido de CNN Money International nombra a Mérida como la ciudad número 1 en el mundo para el retiro en el 2017: <http://www.infoliteras.com/articulo.php?id=36083>
- Connell, J. (2006). Medical tourism: sea, sun, sand and...surgery. *Tourism Management*, 1093-1100.
- Cordero, E. d. (Número 8). El Turismo como Motor de Crecimiento Económico. *Comercio Exterior Bancomext*, 9-14.
- Cortés Cortés, D. E., & Iglesias León, D. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen Campeche, Campeche: Universidad Autonoma del Carmen.
- Económico, O. d. (2015). *Captación de Divisas*. México: OCDE.
- Entrevista Estructurada o Dirigida. (2008). En D. R. Soriano, *Guía para realizar investigaciones sociales* (págs. 20-25). Estado de México: Plaza y Valdes.
- Ferrer, J. (30 de 05 de 2010). *Metodología 02*. Obtenido de Conceptos básicos de Metodología de la Investigación: <http://metodologia02.blogspot.mx/p/tipos-de-muestreo.html>
- Fraga, R. M. (2014). *Derecho Económico*. México: Librería Porrúa S.A. de C.V.

- Hernández Melendez, E. (2006). *Metodología de la Investigación*. En E. Hernández Melendez, *Como escribir una tesis* (págs. 30-43). México: Mc Graw Hill.
- Hernández Melendez, E. (12 de Septiembre de 2011). Obtenido de *Intervención Educativa*: <http://uvprintervencioneducativa.blogspot.mx/2011/09/que-es-un-proyecto-de-intervencion-por.html>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (págs. 33-57). México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, J. (08 de 04 de 2016). *Tipos de Metodología de la Investigación*. Obtenido de *Cómo hacer una Metodología*: <http://aprenderlyx.com/tipos-de-metodologia-de-investigacion/>
- in *Annals of Tourism Research*. (2005). *The Development of Health Tourism Services*, 262-266.
- Instituto Nacional de Estadística, G. e. (2016). *Informe Trimestral de la Actividad Económica*. México: INEGI.
- Lavorato, M. F. (30 de 05 de 2017). *ehowenespanol*. Obtenido de *Metodos de Investigación*: http://www.ehowenespanol.com/metodos-investigacion-transversal-info_232819/
- Madrid, E. d. (2017). *Turismo, la opción más viable para crecer y generar desarrollo*. *Comercio Exterior Bancomext*, 1-2.
- Marquéz, O. A. (2010). *El proceso de la investigación científica*. México: Ediciones de la Universidad Ezequiel Zamora.
- Martinez, R. (2009). *La Publicidad Turística*. Obtenido de <http://rincondeluniversitario.blogspot.mx/2009/11/la-publicidad-turistica.html>
- Mera, D. R. (2011). *Tu espacio*. Obtenido de *Turismo de Salud*: <http://turespacio.com/turismo-de-salud/>
- Naciones Unidas. (2010). *Indicadores Económico del Turismo*. En C. E. Caribe, *Cuaderno Estadísticos* (págs. 5-8). Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- OMS. (2000). *Definición de Salud*. México: Organización Mundial de la Salud.
- OMT. (10 de 01 de 2010). *Turismo. Definición de Turismo*. México, México, México: OMT.
- Padilla, O. d. (1997). *El Turismo: Fenómeno Social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2014). Obtenido de <http://definicion.de/promocion-turistica/>
- Sabino, D. A. (1986). *El proceso de Investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo, p. 53.
- Sánchez, E. (03 de 06 de 2017). *Turismo en 2016 coloca a México entre los 10 países más visitados*. Obtenido de <http://www.excelsior.com.mx>
- Scherba de Valenzuela, P. (2017). *El Marco Teórico*. *Associate Professor, Special Education* , 23-27.
- SECTUR. (2014). *Actividad Turística en México*. México: Secretaría de Turismo.
- Shuttleworth, M. (30 de 05 de 2008-2017). *Explorable*. Obtenido de *Diseño de Investigación Descriptiva*: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Sonoro, A. (2012). *Turismo y Empresa*. Obtenido de <http://turismoyempresa.blogspot.mx/2010/08/los-elementos-turisticos.html>
- Tabares, F. C. (1990). *Comercialización del Turismo*. México: Trillas.
- Tamayo, M. T. (2010). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: LIMUSA, NORIEGA EDITORES.

Tipos de Investigación. (2016). En N. A. Hernández, *Como Hacer un Proyecto de Investigación* (págs. 34-36). Alicante: Universidad de Alicante.

Turicert. (01 de 05 de 2017). *Espacio turístico la guía turística de México*. Obtenido de Yucatán: <http://www.espacioturistico.com/destinos-turisticos/yucatan/>

Anexos

Anexo 1.- Entrevista

INSTRUMENTO: ENTREVISTA

Dirigida a: Ing. Irak Abraham Greene Marrufo

Director de la Dirección de Vinculación y Fomento Empresarial Turístico del Estado de Yucatán

Administrada por: Mario Alberto Peniche Cárdenas

Investigador

Estoy realizando una investigación sobre desarrollo del turismo de salud en Mérida, Yucatán como parte de una estrategia promocional del Estado, para propiciar el incremento del nivel económico de la ciudad, por lo cual le pido de la manera más atenta pueda ayudarme al responder estas preguntas, explicándonos las razones de las mismas.

1. ¿Considera al turismo de salud como una oportunidad o estrategia para atraer turismo al Estado?
2. ¿Considera que el Estado cuenta con la infraestructura necesaria para poder soportar una demanda sobre el turismo de salud?
3. ¿Cuáles son las actividades que el Estado podría o está realizando como parte de sus estrategias para promoverse como un destino turístico de salud, a nivel nacional y/o internacional?
4. ¿Podría comentarnos sobre las proyecciones y el impacto económico que este tipo de turismo (de salud) podría o tiene sobre el Estado?
5. ¿Cuál sería el papel que juega el Estado en el desarrollo del turismo de salud y si éste tiene alguna inversión económica en el desarrollo de esta actividad?
6. ¿Cuáles son los beneficios directos e indirectos que generaría o genera el desarrollo del Turismo de salud en el estado?
7. ¿Es la ciudad de Mérida como capital la más beneficiada en el desarrollo de este tipo de turismo o existen algunos otros lugares que puedan aportar y de qué manera sería?

8. ¿Podría comentarnos si la inversión que se realiza en el estado para el desarrollo de este tipo de turismo es por parte de la iniciativa privada nacional o extranjera?

POR SU COLABORACIÓN MUCHAS GRACIAS

Anexo 2.

Segundo Instrumento				
1 Turistas Según su Procedencia				
Nacionales	64			
Extranjeros	32			
Total	96			
2 Qué fue lo que Motivo su Visita a Yucatán				
Diversión	44			
Negocios	23			
Compras	4			
Salud	17			
Otro	8			
Total	96			
3 Que Servicios Espera Utilizar en su Estancia en Yucatán				
Transporte	87			
Alojamiento	76			
Alimentación	96			
Servicios Médicos	24			
Otros (complementarios)	20			
Total				
4 Tiempo aproximado de su visita				
1 a 5 días	41			
6 a 10 días	26			
11 a 15 días	18			
16 a 20 días	7			
más de 20 días	4			
Total	96			
5 Cuanto Presupuesto Gastar en su visita al Estado, aproximadamente				
de \$1 a \$2,000	1			
de \$2,001 a \$4,000	2			
de \$4,001 a \$6,000	10			
de \$6,001 a \$8,000	22			
Más de \$8,000	61			
Total	96			
6 De acuerdo con su Itinerario usted				
Solo Visitará Mérida	17			
Visitara Otras Poblaciones	43			
Solo Esta de Paso por la Ci	36			
Total	96			
7 Es la Primera vez que Visita Yucatán				
Si	32			
No	64			
Total	96			
8 Por que medio se informó usted para realizar su visita a Yucatán y/o su viaje				
Cuenta Propia	13			
Agencia de Viajes	23			
Familiares y/o Amigos	17			
Medios Electrónicos	43			
Total	96			

Desarrolla:					Fecha:					EVIDENCIA FOTOGRÁFICA				
										1				
Nombre de la Empresa:										2				
Ubicación de la Empresa:														
Tiempo de operación de la empresa:														
Referencia para la ubicación:														
										3				
Nombre del Dueño de la empresa										4				
Número de Contacto:					Correo Electronico:									
										5				
Servicios que ofrece la empresa														
1					6									
2					7									
3					8									
4					9									
5					10									
Distintivos y Certificaciones vigentes con las que cuenta la empresa										5				
1														
2														
3														
4														
5														