



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE CAMPUS COMITAN**

**Tema**

**La falta de promoción del cenote el Pozeron ubicado en la  
Ranchería el Rosario municipio de la Independencia Chiapas**

**Autor: Espinoza Santiago Cristian Emmanuel**

**Materia: Seminario de Tesis**

**Tutor: Lic. Cordero Gordillo María del Carmen**

**Semestre: Octavo**

**Carrera: Administración de empresas**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 18 de abril de 2020**



## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente agradezco a la Universidad del Sureste Campus Comitán, por haberme abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar mi carrera, así como también a los docentes que me brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradezco a mi familia por haber estado apoyándome incondicionalmente durante el lapso de mi carrera, tanto económicamente como moralmente.

Aprovecho esta oportunidad para agradecer a mi asesor de Tesis la Licenciada María del Carmen Cordero Gordillo por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como guiarme durante el desarrollo de la tesis.

## INDICE

Portada.....	I
Agradecimientos.....	III
Índice general.....	IV
Introducción.....	V
Capítulo I.....	VI
Planteamiento del problema.....	VI
Preguntas de investigación.....	VII
Objetivos.....	IX
Justificación.....	X
Hipótesis.....	XII
Diseño de investigación.....	XII
Cronograma de actividades.....	XV
Bibliografía.....	XVI
Capítulo II.....	XVII
El origen de los cenotes.....	XVII
Turismo como vía de conservación de los cenotes.....	XIX
Cenotes “Libros” de la historia Maya.....	XXI
El inframundo Maya y los sistemas kársticos.....	XXV
Ritos y leyendas del cenote sagrado.....	XXX
Cenotes y ríos subterráneos.....	XXXII

Cenotes de Chiapas.....	XXXV
Historia del cenote el Pozeron.....	XXXVII
Marketing Turístico.....	XXXIX
Promoción turística.....	XXXXI
Planeación de la promoción turística.....	XXXXII
Elementos fundamentales o primarios de la promoción turística.....	XXXXIII
Investigación de mercados.....	XXXXIV
Importancia de la investigación.....	XXXXV
Publicidad y publicidad turística.....	XXXXVI
Marketing de distintos lugares.....	XXXXIX
Relaciones publicas.....	XXXXX
Marketing de atractivos.....	XXXXXI
Tipos de turismo.....	XXXXXI
Atractivos naturales.....	XXXXXVII
Ley del turismo.....	XXXXXVIII
CAPITULO IV.....	XXXXXX
SUGERENCIAS Y PROPUESTAS.....	XXXXXXXIII
CONCLUSION.....	XXXXXXXV

## INTRUDUCCION

El estudio de la promoción dentro del ámbito administrativo es fundamental para así poder lograr que los consumidores reconozcan o se percaten de nuevos o existentes productos, servicios, empresas etc. Por lo tanto la promoción es muy importantes, es por eso que en esta tesis hablaremos de la promoción que tiene y que necesita el centro turístico aun no reconocido llamado el pozeron, se analizará cada detalle de promoción y como podrá ayudar esto económicamente a la comunidad y a la sociedad.

Dentro del ambiente social promoción es catalogado como el típico tres por dos, sin embargo va más allá de eso, es poder entrar a la mente del consumidor sin que este se dé cuenta, es una estrategia de alta efectividad y hace que las empresas, servicios o producto sea mejor reconocido y eso es lo que se analizará en esta tesis, como lograr que el cenote sea reconocido.

Se analizaran aspectos sociales, económicos históricos, que ayuden a comprender mejor la situación, se darán algunas propuestas para mejorar, lograr un cambio y se analizara a que instituciones se podría recurrir.

Palabras clave

Cenote

Promoción

Turismo

Economía

Resultados

Beneficios

# CAPITULO I PROTOCOLO DE INVESTIGACION

## 1.1 PROBLEMÁTICAS

El pozeron es un cenote ubicado a 200 metros del campo de futbol, no muy lejano del poblado la Ranchería el Rosario Municipio de la independencia Chiapas, un lugar frecuentado por los pobladores cercanos y visitado muy pocas veces por personas de fuera (turistas), este cenote no tiene ningún plan promocional, por lo tanto muy pocas personas saben de su existencia y no es aprovechado en su totalidad.

El cenote cuenta con un diámetro de al menos 300 o 400 metros, una vista impresionante y una biodiversidad espectacular, cuenta con una profundidad de al menos unos 200 metros para llegar a la parte arenosa y así poder observar el agua en el que las personas del poblado podían y tenían la costumbre de ir a bañarse, hasta que un día una persona se ahogó y la comunidad prohibió la entrada al lugar, hasta donde la persona que nos proporciona la información el sr. Rosemberg Espinosa Alfaro, personas capacitadas “buzos” llegaron para buscar el cuerpo sin vida, tres días estuvieron en busca pero fue hasta el cuarto día que encontraron el cadáver. Por propios comentarios de los buzos, no encontraron la profundidad del cenote, sin embargo hoy en día no se puede bajar al menos con lazos gruesos, equipo de protección y un permiso de la comunidad en la que se deslinda de cualquier accidente.

Han llegado empresarios a querer comprar el cenote, para que ahí puedan hacer un centro turístico, sin embargo los propietarios de dicho terreno no acceden a la venta de tal, porque piensan que una vez que el terreno pase a manos de empresarios este será privatizado y los pobladores no podrán acceder a él gratuitamente, así que se están en la postura de no vender el terreno en el que se encuentra el cenote. Con el tiempo el cenote es un poco más reconocido por turistas ya que un grupo de Bikers de Comitán llegaron a rodar con bicicletas en las montañas, pero para eso tuvieron que sacar un permiso con la comunidad para poder transitar sin ningún problema, y al estar dentro de los cerros y montañas de

tal lugar encontraron el cenote, ellos han tenido mucho que ver para que más personas de fuera puedan visitar el lugar, pero la población no saca ningún provecho para ellos.

Los mismos pobladores han querido realizar un lugar turístico, pero la falta de visión de la mayoría del poblado no permite que el lugar sea mejor reconocido y con más ventajas, la falta de comprensión y comunicación de los pobladores han hecho que se les valla grandes oportunidades o que ellos mismos puedan crearlas, ya que no ven ninguna ganancia invertir en un cenote, los pobladores se encargan únicamente de podar los árboles que se encuentra alrededor para que el lugar se mantenga limpio, han puesto algunos señalamientos de precaución, han promocionado el centro turístico de manera tradicional, de comentarios a comentarios pero sin obtener ninguna ganancia para la población, el centro turístico se puede visitar gratuitamente. Del cenote se pueden obtener muchas ventajas siempre y cuando los pobladores accedan a que una persona capacitada pueda llevar a cabo un plan promocional junto con alguna institución como lo es secretaria de turismo y así obtener ventajas para la comunidad como lo son una mejor economía, trabajo para las mismas personas del poblado, la venta de ciertos productos de la comunidad, ser una centro turístico que los identifique. Para poder promocionar el lugar se encuentra una problemática grande, ya que el lugar es ejidatario, y ninguna persona puede acceder al lugar sin el consentimiento de la comunidad.



## 1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el plan promocional a implementar en el cenote el pozeron ubicado en la Ranchería el Rosario Municipio de la Independencia Chiapas?

¿Por qué aún no existe un plan promocional del cenote el pozeron?

¿Qué beneficios se obtendrá a partir de la implementación de un plan promocional del cenote el pozeron?

¿Qué problemas se pueden presentar para la implementación del plan promocional del cenote el pozeron?

¿A qué instituciones se podría recurrir para la implementación de un plan promocional del cenote el pozeron?

## 1.3 OBJETIVOS

### Objetivo general

- Sugerir un plan promocional para implementar en el cenote el pozeron ubicado en la Ranchería el Rosario Municipio de la Independencia Chiapas.

### Objetivos específicos

- Analizar las causas del por qué aún no existe un plan promocional del cenote el pozeron.
- Analizar los beneficios que se puedan obtener a partir de la implementación del plan promocional al cenote el pozeron.
- Identificar los problemas que se puedan presentar para la implementación del plan promocional del cenote el pozeron.
- Identificar instituciones a las que se podría recurrir para la implementación de un plan promocional del cenote el pozeron.

## 1.4 JUSTIFICACION

Un lugar con una gran riqueza natural, necesita ser reconocido en su máximo esplendor, así sea una playa, un bosque con plantas exóticas, un río, un valle, una laguna, o como tal, un cenote, necesitan ser reconocidos por sus grandes atributos ambientales, y eso es lo que se pretende realizar con el cenote mejor conocido como “El Pozeron”, un lugar bonito pero con una promoción no adecuada, un lugar magnifico por su origen, por sus historias, sus mitos y leyendas, por su gente, por su alrededor o simplemente por su gran vista al peñasco, un lugar que ya debería ser un centro turístico y que sin embargo aún no lo es, aun no es reconocido a gran escala, aun no es tan visitado y muy pocas personas saben de sus existencia, un lugar impresionante pero con una inversión neta, un lugar que su propia gente no permite e impide que este se convierta en lo que debería de ser, un gran centro turístico.

Al implementar un plan promocional en dicho lugar se busca que pueda ser reconocido a nivel microregional, regional, etc. como un centro turístico, que sea visitado por grandes grupos de personas y que a partir de esto se puedan obtener algunos de muchos beneficios adicionales que a la larga tendría la comunidad y al promotor de dicho lugar, al ser un lugar exótico, llamara la atención de los turistas y por ende traerá consigo una mejor sustentabilidad económica a la Ranchería el Rosario Municipio de la Independencia Chiapas, se podría obtener apoyos de gobierno para mejorar las carreteras y tener una mejor accesibilidad el centro turístico, se podrían vender productos hechos o producidos por la misma Ranchería, se podrían incrementar trabajos a los pobladores, se podría innovar el lugar, incrementarían los negocios, o como tal se mejoraría el lugar en todos los aspectos, tendría un gran impacto social permitiendo colocarse como una Ranchería turística, seria comparado con centros turísticos ya establecidos, se podrían obtener muchos más beneficios y no solamente a la Ranchería, sino también a los lugares que se encuentren cerca de ella, así que el impactos social será grande dentro de lo que cabe.

Se busca hablar de promoción ya que es algo que durante mucho tiempo los pobladores han querido hacer o realizar, sin embargo no encuentran la manera correcta para que el lugar pueda ser promocionado de la manera más adecuada, no hay alguien joven que le interese promocionar el lugar y tal vez por el gran conflicto de los mismos pobladores, pero al igual que buscan promocionar el cenote, ellos mismos han cerrado oportunidades por sus creencias, o su forma de pensar distinta a los demás, es una población que no tiene la capacidad de ponerse en acuerdo para que el cenote sea un lugar reconocido más allá de los pobladores cercanos, al hablar de promoción en dicho lugar es una oportunidad para mejorar e implementar un mejor futuro.

## 1.5 HIPOTESIS

El plan promocional a implementar en el cenote el pozeron ubicado en la Ranchería el Rosario Municipio de la independencia Chiapas, establecerá metas específicas de lo que se quiere alcanzar definirá los mercados (posibles consumidores) a los que se quiere llegar, determinara cuáles serán los medios publicitarios que se utilizaran, se elaborara un presupuesto económico y se desarrollara el proceso para calcular los resultados.

### Variable independiente

- cenote pozeron
- promoción

### Variables independientes

- metas especificas
- mercados
- medios publicitarios
- presupuesto económico
- resultados

## 1.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

### Método científico:

La ciencia y la epistemología nos ponen de manifiesto el método científico, hasta no poder hablar de investigación sin tener que hablar de método científico. Podemos decir que entre la investigación científica y el conocimiento científico encontramos el método científico que es el que nos asegura el primero y el segundo.

El método científico es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan sucesos específicos, caracterizando generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica.

Pardinas nos dice que el método científico no es otra cosa que la aplicación de la lógica a las realidades o hechos observados.

Cohen y Nagel nos indican al respecto que el método científico es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo.

### Método Analítico:

Este método consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre estas, es decir, consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. La promoción del cenote implica muchos temas que se necesitan investigar parte por parte para poder llegar a una conclusión del tema y al unirlos tener una mejor versión de lo que queremos saber, como el posicionamiento del lugar, lanzamiento de la promoción, patrocinios, presentaciones, beneficios etc., es por eso que el método analítico es una buena herramienta para que podamos tener un mejor resultado.

### Método inductivo:

Es procedimiento que va de lo individual a lo general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, intenta encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten. De manera específica, es el razonamiento que partiendo de casos particulares se eleva a conocimientos generales. De igual manera es un método regresivo al analítico, que resulta muy efectivo para algunos, de lo individual a lo particular.

### Método Histórico:

Es un proceso de investigación empleado para reunir evidencia de hechos ocurridos en el pasado y su posterior formulación de ideas o teorías sobre la historia. Es un método que ayuda a saber de la historia, leyendas mitos del lugar del que queremos hacer la promoción, es algo que los turistas les llama la atención y ayuda a la mejor promoción turística.

En esta tesis se llevara a cabo el tipo de investigación mixta, ya que trabajaremos con la investigación documental la cual nos brindara información plasmados en documentos ya escritos, acerca de promoción y lo relacionado a él, como también nos apoyaremos de la investigación de campo, ya que se realizaran encuestas que ayuden a una mejor información acerca del cenote, por lo tanto haremos uso de dos tipos de investigación lo que conlleva a una investigación mixta.

## 1.7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

<b>Actividades</b>	Semana No. 1	Semana No. 2	Semana No. 3	Semana No. 4	Semana No. 5	Semana No.6	Semana No. 7	Semana No. 8	Semana No. 9	Semana No. 10
Planteamiento del problema										
Preguntas de investigación										
Objetivos de investigación										
Justificación										
Hipótesis										
Diseño de investigación										
Cronograma de actividades										
Bibliografía										



## 1.8 BIBLIOGRAFIA

Pardinas, citado por Tamayo y Tamayo, el proceso de la investigación científica, p, 26.

Cohen y Nagel, citados por Tamayo y Tamayo, el proceso de la investigación científica, p, 26.

## **Capitulo II**

### **Origen y evolución del cenote el pozeron ubicado en la Ranchería el Rosario municipio de la Independencia Chiapas**

#### **2.1 EL ORIGEN DE LOS CENOTES**

El impacto del meteorito que acabó con los dinosaurios es el origen de los cenotes del Yucatán

Hace 65 millones de años un meteorito de 10 km de diámetro cayó en el norte de la península del Yucatán, era casi tan grande como el monte Everest, provocando la extinción de los dinosaurios y el final de la era del Cretácico.

La primera referencia que hubo de este acontecimiento catastrófico se descubrió a mediados del siglo pasado, dentro de trabajos exploratorios de Petróleos Mexicanos. Se detectó que bajo del mar había una anomalía geofísica: una estructura semicircular de unos 200 kilómetros de diámetro.

La energía atesorada por la velocidad extrema con que aterrizó el asteroide, a 20 kilómetros por segundo, 20 veces más rápido que una bala, se liberó en forma de 100 teratones de TNT, mil millones de veces más que las bombas de Hiroshima y Nagasaki.

Aquel impacto acabó con la era de los dinosaurios y con la mayoría de los seres vivos del planeta. Su caída provoco olas de 150 metros de altura que arrasaron todas las costas. Pocos días después de su impacto un diluvio de lluvias ácidas convirtió la superficie de los océanos en lugares inhóspitos para muchos organismos provocando su extinción.

Pero los efectos no quedaron ahí, lo peor estaba por llegar. El impacto levantó tanto polvo que durante meses la tierra se mantuvo en oscuridad. Al tapar los rayos del sol, bajó la temperatura y obstruyó el proceso de fotosíntesis marchitando las plantas, provocando también que los animales murieran de hambre.

Ese “invierno nuclear” no debió durar mucho, si lo hubiera hecho, todos los seres vivos habrían desaparecido. Sin embargo, cuando bajó el polvo, comenzó un efecto invernadero subiendo dramáticamente que como bien sabemos de nuevo en el siglo XXI, no es un fenómeno que cause efectos especialmente beneficiosos sobre el planeta Tierra.

Hay estudios que avisan que hasta un 30% de las especies pueden estar extintas a mediados del siglo XXI. Las actividades humanas son actualmente la causa principal de esta extinción que aún continúa y es posible que el calentamiento global la acelere aún más en el futuro inmediato.

El cráter que se formó con el impacto es llamado Chicxulub, como la población yucateca donde está enclavado –del maya “Chac-xulub-chen”, algo así como “**el pozo del diablo**”.

Como resultado del impacto se formaron una red de sumideros llamados cenotes. Los cenotes son formaciones geológicas derivadas de la caída del meteorito, están casi en la superficie de la corteza terrestre y son estructuras más jóvenes que el cráter.

El suelo de la península del Yucatán son calizas. Cuando las cuevas que se formaron con el impacto quedaron secas en la última era de hielo, la lluvia se filtró y arrastró minerales, formando estalactitas, estalagmitas y columnas. El crecimiento de estas formaciones se detiene cuando la cueva se inunda por un incremento en el nivel del mar en un periodo interglaciar.

La palabra cenotes viene del maya dzonot que quiere decir caverna de agua o abismo. Para los mayas estos lugares eran sagrados ya que eran sus únicas fuentes de agua dulce en medio de la selva. En la península de Yucatán se presume que hay más de 15,000 cenotes abiertos y cerrados. Es uno de los atractivos ecoturísticos más importantes de México.

## **2.2 Turismo como vía de conservación de los cenotes**

Los cenotes no son sólo maravillas con que la naturaleza ha ornamentado los paisajes, sino que por su importancia vital enfatizada desde los tiempos prehispánicos de la civilización maya hasta la actualidad, los cenotes son la carta fuerte que el estado tiene para ofertar al turismo de naturaleza.

La palabra cenote denota “cualquier espacio subterráneo con agua, con la única condición de que este abierto al exterior en algún lado. Es decir, incluye toda manifestación kárstica que alcance el nivel freático”.

Los cenotes son sitios únicos en el mundo por demás interesantes que constituyen un atractivo particular para este segmento de turismo que se caracteriza porque “los viajes tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y practicar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Tristemente los cenotes son sitios hoy se encuentran gravemente amenazados, y es que el respeto a la naturaleza es una cuestión de sentido común que parece hemos olvidado. Es evidente que en muchos aspectos actuamos en contra del sostén de nuestras vidas: la naturaleza. Es por eso que se pone un énfasis en este punto y abordar la problemática que está presente y pone en riesgo el entorno natural de los cenotes: basura, abandono, desorden, desidia de autoridades y lugareños y en general la inconsciencia humana, son los principales factores que amenazan las bellezas naturales conocidas como cenotes.

Ante tal situación, el turismo se convierte en una vía de conservación al promover la importancia del cuidado del entorno a través de acciones sustentables que no ponen en riesgo los recursos presentes.

La Organización Mundial del Turismo ha señalado como “en los últimos años el turismo de naturaleza ha ido en aumento, miles de personas viajan cada año para disfrutar de los distintos entornos naturales; cada día son más numerosos los turistas con sensibilidad ambiental que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales.”

Es por ello que el tema del rescate y saneamiento de los cenotes es un trabajo arduo con tono de urgencia que debe resolverse no sólo con acciones asertivas del gobierno sino también con una educación ambiental que favorezca la sensibilidad ecológica que los pueblos prehispánicos practicaron: tomar de la naturaleza sólo lo se necesita y restituir lo utilizado. De no atenderse el problema de contaminación actual que presentan muchos cenotes en el estado, la situación “problema” no sólo se traduce en afectaciones a la salud, en materia turística se pierden por igual oportunidades de desarrollo para comunidades indígenas que por acción del turismo pueden recibir ingresos económicos y ser sus propios generadores de empleo.

## **2.3 CENOTES, “LIBROS” DE LA HISTORIA MAYA**

Las cuevas secas y los cenotes son como “libros” en los que se puede leer la historia de los mayas: en Yucatán aproximadamente 90 por ciento de este tipo de espacios contienen vestigios arqueológicos, en su mayoría objetos de ofrendas rituales y restos humanos y de animales cuya antigüedad se remonta hasta 14,000 años, ya que a lo largo del devenir del hombre se han considerado lugares sagrados.

Así lo explicó Eunice Uc González, arqueóloga del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH-Conaculta), quien el próximo jueves 14 de junio dictará la conferencia Cuevas y cenotes de Yucatán, en el Museo Regional de Antropología “Palacio Cantón”, en la ciudad de Mérida, en el marco de un ciclo de pláticas dirigidas al amplio público, a través de las cuales se dan a conocer las investigaciones arqueológicas que actualmente se desarrollan en ese estado, y los avances en el conocimiento de los primeros pobladores.

La arqueóloga Uc González consideró que los cenotes de Yucatán son invaluable porque la mayoría “no han sido violados por exploradores aficionados”, en tanto que están celosamente custodiados por las comunidades donde se encuentran; el maya yucateco actual mantiene viva la creencia de que dichos espacios son sagrados y lejos de profanarse, en ellos aún se realizan ceremonias y llevan ofrendas para sus verdaderos dueños: los señores del agua y los señores que cuidan el campo.

Para la arqueología, dijo, es muy importante que cuando se comienza el estudio en un cenote éste nunca se haya tocado por aficionados, porque al removerse el sedimento que hay en el fondo, se revuelven las etapas históricas y entonces “se confunde el libro” que habrán de leer los estudiosos.

En cada capa de sedimento, como si fueran las páginas del libro, quedaron 'escritos' fragmentos de una etapa cronológica en el devenir del hombre que ha habitado la península en los distintos periodos: Precerámico (hasta 14,000 años); mayas del Preclásico, Clásico y Posclásico (1200 a.C.-1521), de la Colonia (siglos XVI-XVIII) hasta los contemporáneos (siglos XX y XXI).

La especialista del Centro INAH-Yucatán informó que el Instituto en la entidad, en los últimos 12 años, ha efectuado de manera constante el registro de cuevas y cenotes, a través de imágenes satelitales y levantamiento topográfico.

Es una labor cotidiana, como lo es el salvamento arqueológico que se hace en lugares en riesgo por obra pública. Por ejemplo, se han explorado cenotes vírgenes antes de ser abiertos al público para registrar toda la información histórica sin haber sido removidos por los turistas.

Eunice Uc resaltó que de acuerdo con los estudios hechos hasta el momento, se considera que 90 por ciento de las cuevas y cenotes que hay en Yucatán tienen vestigios arqueológicos.

Lo anterior se debe a que los antiguos mayas asentaron sus ciudades en relación con las cuevas secas o los cenotes, porque los consideraban el lugar de origen, donde habitaban los dioses, además de que los gobernantes de los grandes asentamientos remontaban su pasado hasta las divinidades.

De acuerdo con el desciframiento de jeroglíficos y códices, dichos espacios remontaban a los ancestros de la elite hasta un origen divino. Fray Diego de Landa, en la Relación de las Cosas de Yucatán, menciona también que los dioses del Inframundo moran en las cuevas.

La arqueóloga del INAH detalló que el registro de los cenotes no sólo abarca etapas históricas pasadas, sino también el presente, en tanto que las comunidades mayas aún ofrendan a los “dueños de las cuevas y cenotes”. Incluso comentó que, como investigadores, para llegar a esos espacios han tenido que adaptarse a las tradiciones mayas y también hacer ceremonias de permiso para poder entrar a realizar los estudios.

Por ejemplo, trabajando en el registro subacuático de los cenotes que están en las periferias de Mayapán, las comunidades no permitían la entrada a los cuerpos de agua, porque —de acuerdo con sus creencias— tienen dueños, y al estar adentro uno se puede enfermar o sufrir un golpe, y si no se atiende con el tratamiento correcto hay peligro de muerte.

En las ceremonias para pedir permiso se lleva a un h́men, que es el sabio sacerdote encargado de encabezar el ritual, para que nos indique cómo podemos entrar; se pasa todo una noche rezando, haciendo conjuros, al día siguiente, temprano, sacrificamos un animal, que puede ser un pavo o una gallina. Esto ha pasado en Mayapán y en otras cuevas en la región de Chichén Itzá. Tenemos que respetar las tradiciones indígenas, los mayas nos lo piden”.

La arqueóloga Eunice Uc reiteró la necesidad de que los materiales que se conservan in situ en los cenotes abiertos al público, sean respetados, y que cuando alguien entre a bucear “lo único que se lleve consigo sean fotografías”, asimismo, que la divulgación de estos lugares se haga de manera responsable y sólo cuando esté garantizada la preservación de los objetos, a fin de evitar saqueos.

El ciclo de conferencias que se realiza todos los jueves de junio en Museo Regional de Antropología “Palacio Cantón”, comenzó el pasado día 7 con la conferencia *La escritura jeroglífica maya: fundamentos para su lectura*, del arqueólogo Guillermo Kantún Rivera.



Durante su ponencia el epigrafista abordó las etapas en las que se desarrolló la escritura maya, desde el periodo Preclásico Tardío (1200 a.C.) hasta la época colonial (s. XVI-XVIII), en tanto que a través de textos coloniales, los misioneros franciscanos relatan que aún seguían traduciendo códigos jeroglíficos de esta antigua civilización.

Explicó que durante la Colonia, aunque se abandonó el sistema de escritura jeroglífica, los mayas aprendieron el sistema de grafía latina y empezaron a producir sus propios textos, lo que dio origen a una tradición literaria de varios milenios hasta la actualidad.

## **2.4 EL INFRAMUNDO MAYA Y LOS SISTEMAS KASTICOS**

Cenotes, dicho nombre es una derivación de la palabra maya ts'onot o ts'ono'ot, que significa "cosa honda", "abismo" o "profundidad". Debido a las características químicas del agua, la falta de luz y los sedimentos finos y mineralizados, estos espacios han favorecido la preservación de vestigios arqueológicos así como paleontológicos.

La importancia de las cuevas y cenotes para los mayas fue documentada desde el siglo XVI por Fray Diego de Landa, pero el interés por su exploración comenzó a finales del siglo XIX y principios del XX, con viajeros como John L. Stephens y Frederick Catherwood e instituciones como la Carnegie Institution de Washington. Probablemente el antecedente más famoso de recuperación de materiales arqueológicos en este tipo de sitios es el caso del cenote Sagrado de Chichén Itzá, realizada por Edward H. Thompson entre 1904 y 1909, y posteriormente por el arqueólogo Román Piña Chán, de 1960 a 1961 y de 1967 a 1968.

En los últimos años, el Instituto Nacional de Antropología e Historia ha llevado a cabo el registro de cenotes en los estados de Yucatán y Quintana Roo, con una gran diversidad de evidencia arqueológica de la cual iremos hablando en esta serie de artículos.

Las cuevas y cenotes han sido escenarios de gran importancia para los mayas desde tiempos ancestrales, ya que se consideraban portales o ventanas al mundo de los muertos. Como es sabido, los mayas, al igual que muchos grupos mesoamericanos, creían que al morir las personas recorrían un largo camino hacia el mundo de los muertos, para ellos llamado Xibalba. Este mítico lugar, donde moraban los dioses, los antepasados y demás seres sobrenaturales, se ubicaba físicamente en el subsuelo terrestre y bajo el agua, por lo que también es conocido como inframundo.

Linda Schele y David Freidel afirman que los mayas del periodo Clásico (0-900 después de Cristo) creían que los habitantes del inframundo vivían de cabeza y que al ponerse el sol Xibalba rotaba sobre la tierra para formar el cielo nocturno. En una representación del cosmos, pintada en un plato trípode, el cual se cree fue destinado a contener la sangre que ayudaba a abrir el portal al otro mundo, se pinta el portal abierto como una gran serpiente barbada y de mandíbulas esqueléticas que representa las fauces del inframundo. Los mismos autores interpretan que “de las mandíbulas de la serpiente manan las aguas puras y vivificantes de la tierra y por debajo fluyen las oscuras y fecundas aguas del inframundo”.

Al inframundo maya se relacionaban diversos seres mitológicos y animales fantásticos, tales como el ave Moan, que es manifestación del dios de la muerte. Algunas representaciones del ave Moan muestran una combinación de ave y perro, ya que era el perro quien conducía las almas de los muertos al Xibalba. La relación del perro con el hombre incluso permitía que se sacrificase este animal en sustitución a los humanos.

La mitología fantástica del inframundo y su asociación a las cuevas como puertas de acceso al mundo de los muertos, quedó plasmada en esa gran obra universal que es el Popol Vuh. Al seguir la travesía de los héroes gemelos por el Xibalba nos ha sido permitido a los seres modernos conocer los reinos de la noche y la oscuridad, donde habitan los dioses que dan vida y muerte a todos los seres. Por todo ello, las cuevas y cenotes eran considerados por los mayas como lugares del nacimiento de la vida, contenedores de agua virgen o *suhuy ha'*, punto de origen de algunos grupos o linajes y espacios adecuados para llevar a cabo diversos ritos.

Uno de los rituales más conocido con relación a los cenotes era el denominado *Chen Ku*, que consistía en arrojar víctimas a sus aguas, como en el ya mencionado caso del Cenote Sagrado de Chichén Itzá. En términos arqueológicos esto ha sido nombrado genéricamente como inmersión ritual de los sacrificados en cenotes. Fray Diego de Landa relató que arrojaban personas vivas al cenote de Chichén Itzá, creyendo que salían al tercer día, aunque nunca más aparecían.

Este cronista también menciona que durante ciertas fiestas se elegían sirvientes y niños para el sacrificio. Aunque los cenotes eran sitios propicios para una gran variedad de ceremonias, no sólo para el sacrificio, los hallazgos del Cenote Sagrado han generado la idea de que los cenotes son poseedores de grandes riquezas. Sin embargo el cenote de Chichén Itzá es un caso atípico o extraordinario, ya que hasta la fecha no se conoce otro con tal variedad de ofrendas, como objetos de jade, cobre, oro e incluso textiles.

La evidencia arqueológica de los ritos que estuvieron asociados a los cenotes y cuevas con cuerpos de agua varía, desde decoraciones en las paredes de las cuevas, como las conocidas “*caritas*”, así como estructuras pequeñas formadas por rocas apiladas, probablemente adoratorios o templos en los accesos. Cercanas a los cenotes, los mayas construyeron diversos tipos de estructuras, tales como templos, plataformas, escaleras, etc.

Actualmente es posible encontrar pequeños adoratorios donde se colocan tres cruces, elaboradas en madera o roca, las cuales se “visten” con los característicos huipiles yucatecos (vestidos bordados de flores). En el interior de las cuevas los mayas solían depositar vasijas, usualmente en nichos escondidos o grietas ocultas. En las profundidades de los cenotes hemos registrado importantes conjuntos de vasijas, en un gran porcentaje de cerámica suntuaria.

Por sus características es posible que estas vasijas fuesen utilizadas para coleccionar el agua virgen o para ser ofrendadas por sí mismas, después de haber sido “matadas”, práctica que se realizaba en las vasijas ofrendadas a través de una perforación circular pequeña o bien con un corte en la boca, en forma de “V”.

Uno de los cenotes en los que se ofrendaron una gran cantidad de vasijas se localiza en la ciudad de Chichén Itzá. En él se localizaron un total de 21 piezas de cerámica local, correspondientes al Posclásico temprano (800-1200 después de Cristo), con algunos elementos foráneos. En las cercanías de la ciudad de Uxmal se localiza otro cenote con una gran variedad de vasijas ofrendadas.

La boca de este cenote está cubierta por una laja de roca y el agua se encuentra a 9 metros por debajo de la superficie, por lo que antes del buceo se debe hacer un descenso con cuerdas y poleas. En el fondo de este cenote se han registrado un total de 22 vasijas, de tipos y formas muy variados, entre ellas algunas vertederas o “chocolateras”, vasos decorados y un tejo. Los tejos son piezas circulares, que eran extraídos de las propias vasijas. Su función es aún desconocida pero se cree que podrían haber funcionado a manera de fichas para algún tipo de juego.

En el estado de Quintana Roo se localiza otro sitio más, también de interés para la arqueología, el cual es una cueva, por la que hay que descender con cuerdas, cuidándose de las avispas guardianas que formaron su panal en la entrada. Una vez abajo una extensa comunidad de murciélagos habita pendiendo de las raíces que semejan cables que van de una pared a otra.

Al caminar por la pendiente en descenso en la oscura cueva se perciben escalones elaborados con las rocas, habilitación realizada por los mayas; hay que tener cuidado porque en el piso se ubican gran cantidad de fragmentos de cerámica. En la parte más baja de la cueva se localizan dos pequeños cuerpos de agua; por uno de ellos se comienza el buceo.

La cueva continúa de esta manera pero inundada y en el fondo yacen más de 20 vasijas de cerámica. Algunas de ellas tienen formas de ollas, lo cual evidencia su uso como contenedores para la colecta de agua, pero muchas otras están decoradas con incisiones y presentan formas de mayor elaboración, lo cual nos hace pensar en su selección como ofrendas. Al interior de éstas vasijas más elaboradas se localizaron restos de carbón, es decir que fueron utilizadas para ritos especiales.

Las vasijas presentes en los cenotes aquí descritos son la evidencia material de diversos ritos llevados a cabo por los mayas de la época precolombina en estas fuentes de agua. Para los arqueólogos es la forma de saber en que época vivieron las personas que las depositaron; si procedían de otras regiones como el Petén en Guatemala o tenían mayor relación con la planicie noreste del estado de Yucatán, entre otras muchas cosas.

La presencia de los cenotes es algo característico de las planicies del norte de la Península de Yucatán y lo fue así también su culto. La ausencia de ríos y lagunas, a diferencia de otras regiones mayas, marco la forma de vida y la concepción que se tenía de la geografía. Para los mayas, la dualidad montaña y nacimiento del agua debía ser reproducida en sus asentamientos, por lo que en ellos abundan las pirámides, recreación de la montaña sagrada, y los templos asociados a los cenotes.

## 2.5 Ritos y leyendas del cenote sagrado

Uno de estos periplos lo llevó a la afamada ciudad capital de Chichén Itzá, de la que se conservaban impresionantes construcciones, mudos testigos de una grandeza pasada que según las historias de los ancianos había llegado a su fin después de las guerras entre los Itzáes y los Cocom. Al término del conflicto, Chichén Itzá fue abandonada y sus habitantes emigraron hacia las tierras selváticas del Petén.

En su estadía por las ruinas, los guías indígenas de fray Diego lo llevaron al famoso cenote, pozo natural formado por el derrumbe de la techumbre que cubría un río subterráneo, permitiendo a los hombres aprovechar el agua para su sustento.

Esta inmensa cavidad tenía para los antiguos mayas un carácter sagrado, pues era el medio de comunicación con Chaac, la deidad acuática por excelencia, patrono de la lluvia que regaba los campos y favorecía el crecimiento de la vegetación, particularmente del maíz y otras plantas que alimentaban a los hombres.

Diego de Landa, inquisitivo, a través de las versiones de los ancianos que habían sido educados en los tiempos anteriores a la conquista, se enteró de que el Cenote Sagrado era uno de los sitios más importantes en los rituales que se celebraban en la antigua capital. En efecto, a través de sus informantes conoció las leyendas que corrían de boca en boca y que describían los fabulosos tesoros, constituidos por joyería de oro y jade, así como las ofrendas de animales y de hombres, especialmente de jóvenes mujeres vírgenes.

Una de las leyendas contaba la historia de una pareja de adolescentes que cobijaban sus amores en la selva, en contra de la prohibición de los padres de la joven de conocer varón, porque desde pequeña su destino había sido marcado por los dioses: algún día, cuando fuera mayor, sería ofrendada a Chaac, lanzándola desde el altar sagrado que se hallaba al borde del cenote, dando su vida para que siempre hubiera abundantes lluvias sobre los campos de Chichén Itzá.

Así llegó el día de la fiesta principal y los jóvenes enamorados se despidieron con angustia, y fue en ese momento cuando el gallardo adolescente prometió a su amada que no moriría ahogada.

La procesión se dirigió al altar, y después de un interminable transcurrir de oraciones mágicas y alabanzas al dios de la lluvia, llegó el momento culminante en el que arrojaron la preciosa joyería y con ella a la joven, que dio un estremecedor grito mientras caía al vacío y su cuerpo se hundía en el agua.

El joven, mientras tanto, había bajado hasta un nivel cercano a la superficie acuática, oculto a los ojos de la muchedumbre, lanzándose presto a cumplir su promesa. No faltó quién advirtiera el sacrilegio y avisara a los demás; el enojo fue colectivo y en tanto se organizaban para detener a los fugitivos, éstos huyeron.

El dios de la lluvia castigó a toda la ciudad; fueron varios años de sequías que despoblaron a Chichén, uniéndose a la hambruna las más tremendas enfermedades que diezmaron a los atemorizados pobladores, que culpaban a los sacrílegos de todas sus desgracias.

Por siglos aquellas leyendas entretejieron un halo de misterio sobre la ciudad abandonada, que fue cubierta por la vegetación, y no sería sino hasta los inicios del siglo XX cuando Edward Thompson, valiéndose de su calidad diplomática, pues estaba acreditado como cónsul de los Estados Unidos, adquirió el predio que albergaba las ruinas de un hacendado yucateco que consideraba el lugar impropio para la siembra y por ello le adjudicaba escaso valor.

Thompson, conocedor de las leyendas que relataban los fabulosos tesoros que se arrojaban en las aguas del cenote, puso todos sus empeños en constatar la veracidad de las historias. Entre 1904 y 1907, primero con nadadores que buceaban entre las aguas lodosas y más tarde utilizando una draga muy sencilla, extrajo del fondo del pozo sagrado cientos de preciados objetos de los más diversos materiales, entre los que destacaban elegantes pectorales y cuentas esféricas tallados en jade, y discos, placas y cascabeles trabajados en oro, ya fuera mediante las técnicas del martillado o procesándolos en la fundición con el sistema de la cera perdida.

Desafortunadamente aquel tesoro fue extraído de nuestro país y, en su mayoría, hoy se conserva en las colecciones del Museo Peabody de los Estados Unidos. Ante la insistencia mexicana en su devolución hace más de cuatro décadas, dicha institución devolvió primero un lote de 92 piezas de oro y cobre, principalmente,

cuyo destino fue la Sala Maya del Museo Nacional de Antropología, y en 1976 se entregaron a México 246 objetos, en su mayoría ornamentos de jade, piezas de madera y otros que se exhiben, para orgullo de los yucatecos, en el Museo Regional de Mérida.

En la segunda mitad del siglo XX hubo nuevas expediciones de exploración al Cenote Sagrado, ahora comandadas por arqueólogos profesionales y buzos especializados, quienes utilizaron moderna maquinaria de dragado. Como resultado de sus trabajos salieron a la luz extraordinaria esculturas, destacándose la figura de un jaguar del más exquisito estilo del Posclásico temprano maya, la cual funcionaba como portaestandarte. Se rescataron también algunos objetos de cobre que en su tiempo lucían vistoso dorado, y sencillos ornamentos de jade, e incluso piezas trabajadas en hule, de una delicadeza extrema, que se habían conservado en aquel ambiente acuático.

Los antropólogos físicos esperaban ansiosos los huesos humanos que testimoniaran la veracidad de las piezas, pero sólo había segmentos de esqueletos de niños y huesos de animales, particularmente de felinos, descubrimiento que echa por tierra las románticas leyendas de las doncellas sacrificadas.

## **2.6 Cenotes y ríos subterráneos**

La historia de los cenotes de Yucatán nos transporta al corazón de la selva maya, a los altares de ceremonias y rituales religiosos, al umbral del inframundo, a las ofrendas de oro y jade depositadas en honor de los dioses. Si bien todos estos vestigios y las historias que nos cuentan son de gran importancia y valor arqueológico, la belleza y magnificencia de su interior, con sus aguas cristalinas y los paisajes que ofrecen las formaciones rocosas creadas a través de millones de años son, ciertamente, invaluable.

Sin entrar en detalles, los cenotes son depresiones de la tierra inundadas de agua. En su interior podrás apreciar procesiones de formas geológicas de imponente



belleza, lo mismo que raíces de árboles de gran tamaño que descienden desde tierra firme, hasta tocar el agua en lo profundo de la cueva en una admirable demostración de supervivencia. En estos pozos de agua se puede sentir el poder infinito de la calma, de la tranquilidad, del silencio. Desde abajo, se aprecian formas inusuales en lo alto de la bóveda. Si esnorqueleas, podrás sentir el vértigo de flotar sobre inmensos abismos que se interrumpen por torres de piedra emergiendo como atalayas y habitáculos donde, cuenta una leyenda del Mayab, viven aún los aluxes. Ahora bien, si buceas en sus profundidades, te transportarás a un mundo de misterio.

En algunos cenotes de la Península de Yucatán se encuentran también entradas a ríos subterráneos como los sistemas Sac Aktun y Ox Bel Ha clasificada hasta hoy como la cueva más larga (inundada o no) en México, y la novena del planeta, con más de 182,000 metros de longitud. El sistema continúa siendo explorado por el espeleólogo buzo Sam Meacham y su grupo de exploradores. Asimismo se han encontrado cenotes que, en su interior, guardan vestigios de restos humanos y fauna del Pleistoceno. Cuenta el Chilam Balam que las mujeres mayas realizaban el rito llamado Kay Nicté -canto a la flor de mayo- durante las noches de luna llena. En esta ceremonia la mujer que ansiaba tener un hombre o ver de vuelta al que la hubiere abandonado, se sumergía en un cenote, y el resto de ellas danzaba a su alrededor recitando fórmulas mágicas, ordenando al hombre venir, o regresar a ella como "manso animal doméstico".

En la Península de Yucatán existen más de 7,000 cenotes y cavernas, de los cuales, según los expertos, unos 142 son accesibles para visitas turísticas y práctica de actividades como nado, esnórquel y espeleo-buceo.

Ik Kil (Pisté, Tinum). Este hermoso lugar presenta cavernas conectadas por una red de ríos subterráneos. Se encuentra a 1.5 kilómetros aproximadamente de la ciudad maya de Chichén Itzá, y en su superficie encontramos el Ik kil Inn, que es un albergue equipado con todo tipo de servicios: restaurante con buffet, regaderas,

baños, tienda de recuerdos y alquiler de toallas y salvavidas. Ahora, si quieres quedarte a pasar la noche, también se puede, hay cabañas de renta dentro de este parque ecológico. Para acceder al cenote hay que bajar por unas largas escaleras a lo largo de las cuales hay un par de miradores desde los que se aprecia este lugar divino.

X-Canché (Hunukú, Temozón). Caminatas por la selva tropical, paseos en bicicleta, observación de flora y fauna, aventura en la tirolesa o rappel... tú decides qué actividad practicar al llegar a X-Canché y, claro, todo esto antes de bajar la rústica escalera que te llevará a un puente que cuelga sobre las aguas del cenote. Y, después de tanta emoción, un buen chapuzón en las cristalinas aguas de esta hermosa poza. Al salir podrás disfrutar de las delicias de la cocina del mayab para después descansar bajo una palapa arrullándote sobre una hamaca. El lugar cuenta con zona de campamento, área de descanso con baños y vestidores.

X-Batun (San Antonio Mulix, Uman). Se llega al agua a través de una pendiente natural de aproximadamente 20 metros. El agua es transparente, de un intenso color azul y la superficie está cubierta por un lirio acuático que se abre por las mañanas y se cierra cuando llega la tarde. En sus aguas habitan peces pequeños y organismos que se han adaptado a un mundo de noche perpetua. Es apto para nadar y practicar el buceo en cavernas, pero no el abierto, porque la bóveda está sumergida. La vegetación circundante ofrece albergue a varias especies de aves como el tho, yuya, xtacay y tórtolas. Las raíces de árboles que cuelgan sobre la entrada, le dan una apariencia exótica. La entrada a la caverna es reducida y tiene mucho sedimento. Una vez en la cueva, se pueden apreciar sus 2 entradas de luz. Es de los pocos cenotes que tienen vegetación acuática. La caverna cuenta con una amplia línea de vida. Es apropiado para esnorquelear, ya que tiene un área amplia con una profundidad de 1.5 metros. El acceso es muy sencillo por la escalera de concreto. Cuenta con dos palapas de descanso, estacionamiento, área para acampar, área para fogata y servicios de guías locales.

## 2.7 Cenotes de Chiapas

### La Sima de las Cotorras

La entrada de miles de cotorras que después de estar todo el día fuera del abismo alimentándose, regresan por la noche a su hogar. Eran tantas que no sabía a cuál parvada tomarle fotos, mientras volaban en espiral luciendo sus intensos colores verde y amarillo que contrastaban con los colores ocres de las paredes de la sima y el verde pardo de los árboles del fondo, igual de impresionante era el sonido de sus chillidos y graznidos.

Justo en la orilla se ubica un Centro Ecoturístico Sima de las Cotorras, el cual cuenta con servicio de hospedaje, área de campamento, restaurante y servicio de guías, quienes están capacitados para llevar a casi cualquier persona a descender por rappel hasta el fondo del abismo y explorar las grutas que se encuentran en el interior.

Un viaje al pasado prehistórico de Chiapas, ya que en los muros de esta sima se encuentran plasmadas alrededor de treinta pinturas rupestres, algunas de ellas localizadas en lugares increíblemente difíciles de llegar: el artista que las plasmó tuvo necesariamente que colgarse de los muros verticales.

Iniciamos con un rappel de 100 metros hasta alcanzar el fondo, cubierto por una impresionante selva subperennifolia con árboles que alcanzan los 30 m de altura. Posteriormente caminamos 40 metros más, internándonos en una gran caverna; las vistas desde el fondo son impresionantes.

Una vez que recorrimos todo el fondo, nos preparamos para la parte más dura del recorrido: el ascenso. Éste se realiza con dos elevadores llamados jumar y croll, equipo utilizado en espeleología. Ascendimos 80 metros hasta una terraza rocosa y de ahí salimos caminando por un sendero que lleva hasta la superficie bajo los muros de roca caliza, fácilmente identificables por estar plegados horizontalmente y encimados unos sobre otros en forma de capas.

Durante el ascenso fuimos observando algunas de las pinturas rupestres, casi todas son de color rojo y representan figuras antropomorfas, zoomorfas y geométricas; se pueden apreciar dibujos circulares, espiraliformes, siluetas humanas, figuras de guerreros y animales.

Se localiza en la zona circundante a la Reserva de la Biosfera del Ocoite. Saliendo de Tuxtla Gutiérrez, en dirección oeste hacia Ocozocoautla de Espinosa, y Ocuilapa está la localidad de Piedra Parada, en ese entronque toma el camino de terracería hasta Sima de las Cotorras, recorriendo un total de 18 km. Sobre el camino de terracería hay algunos señalamientos. El camino prácticamente finaliza en la entrada de la boca.

### El cenote de Chukumaltic

Chukumaltik, que en lengua tojolabal significa “La Bella Escondida”, es un cenote abierto de gran belleza, con una profundidad de aproximadamente 61 metros, donde se realizan buceos ilimitados en inigualables aguas cristalinas. A la orilla hay una pequeña palapa en donde nos equipamos y uno a uno nos zambullimos para iniciar nuestra inmersión. La claridad del agua era impactante.

Lo primero que observamos fue un altar a la virgen La Dolorosa. Continuamos descendiendo, disfrutando de este paisaje subacuático. Sobre nuestras cabezas se veía casi en su totalidad la gran boca del cenote, los árboles que lo rodean se reflejaban en la superficie del agua, que con su movimiento creaba un abstracto paisaje de siluetas caprichosas. En cambio, bajo nosotros se observaba la oscuridad del fondo.

Buceando junto a uno de los muros del cenote hasta descubrir un grupo de impresionantes árboles petrificados, a más de 60 metros de profundidad. Los muros rocosos se convirtieron en cavernas.

Ahí encontramos unos yacimientos de calcita (del grupo de los carbonatos), también pudimos observar “chimeneas” de azufre, las que crean un extraño hábitat formado por estalagmitas de algas de tonalidades naranjas, verdosas y amarillentas; esto aunado al juego de luces resultan ser un excelente sitio para tomar fotografías.

Después de pasar por los bosques de algas, nos internamos en una sección de túneles y cavernas en donde apenas podíamos pasar. Más adelante descubrimos otra sección de canales color azul turquesa que se van abriendo paso entre la vegetación de la superficie. Finalmente el oxígeno se estaba agotando.

## **2.8 Historia de cenote el pozeron**

El cenote el pozeron está ubicado en la Ranchería el Rosario Municipio de la independencia Chiapas, es un cenote formado hace miles de años, sin embargo los habitantes de la Ranchería cuentan que dicho cenote tiene un dueño que va más allá de una persona física, que se trata de un espíritu del más allá de la muerte y que se presenta ante ellos de diferentes maneras, son muy pocas las personas que la han visto, pero las que han tenido la oportunidad mencionan que se trata de una serpiente de cascabel de por lo menos unos 10 metros, con grandes ojos, y que al ver que alguien se acerca esta tiende a aventarse al cenote.

Hace por lo menos unos 20 años, los pobladores bajaban para divertirse, se bañaban y en la temporada de semana santa muchas personas llegaban, pero una ocasión un joven se ahogó, esto hizo que las personas dejaran de bajar, diciendo que el dueño del cenote ya no querían que bajaran, años después los mismos pobladores intentaron sacar el agua para hacerla potable, sin embargo no pudieron, haciendo mención de igual manera que el dueño del cenote no quería que se utilizara el agua para eso.

Después de un cierto tiempo se dieron cuenta de que en el fondo del pozeron se encuentra una cueva, y un anciano menciona o relato que en ella no se puede entrar que porque alguien de su época intento pero jamás salió, desde entonces el pozeron ha sido de forma literal, abandonado.

Hoy en día el lugar no es muy visitado, pero por que muchas personas no saben de él, solo llegan personas cercanas al lugar y solo para ver, no han bajado desde años.

Sin embargo es un lugar maravilloso, pero con muy poca promoción e inversión.

## **CAPITULO III**

### **3.1 Marketing Turístico**

Es la que permite conocer y alcanzar al mercado, para llegar a adquirir una oferta verdaderamente atractiva, competitiva, capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto o servicio y a dichos clientes. Involucra igualmente a estar al tanto de la competencia para conseguir mejor posicionamiento en el mercado, incrementar o mantener su cuota y aprender de los mejores servicios. (Coutin, 2010)

El marketing se utiliza por primera vez en los Estados Unidos de América, otra definición de marketing es: Mercadología o mercadotecnia (francés), mercantica o mercadeo (hispanos). Se entiende como comercialización, pero esta deducción no ha tenido gran éxito, en la mayor parte de los países se utiliza la palabra marketing. (Kotler, 2008)

Se trata de una disciplina con un desarrollo científico reciente y son muchos los intentos de los autores para dar una definición exacta a este vocablo. Algunas de las definiciones provienen del Departamento de Marketing de la Universidad de Ohio en 1965, ellos decían que el marketing es un proceso social.

Según Kotler, es una actividad humana especialmente para satisfacer las necesidades y los deseos, mediante los procesos de intercambio. (Kotler, 2008).

Según Moreno, indica que el intercambio es tratado en lo académico como también en el mundo profesional siendo la base y soporte de las actividades de investigaciones de Marketing. (Moreno, 2004).

Siguiendo con este autor, se detallan algunos puntos de Marketing:

- Es una actividad que las empresas tienen establecidas en su planificación estratégica.
- Tiene cuatro actividades importantes que complementan ítem (a), como los productos, precios, comunicación y distribución.
- El intercambio de bienes y servicios no es algo que se oculte, sino que se encierra cualquier clase de intercambio de valores, en la cual se amplía el objeto del marketing más allá de lo económico.
- Satisfacer deseos y necesidades de los consumidores.

Para lograr los objetivos de una organización consiste en identificar las necesidades y deseos del público seleccionado. Hay que nivelar tres consideraciones al momento de establecer las políticas del marketing como son: beneficiar a la empresa, saciar los deseos de los consumidores, e interés público. (Moreno, 2004).



### 3.2 PROMOCION TURISTICA

Miguel Ángel Acerenza indica: que es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones publicas cuando estas se encuentran integradas en el marketing. (Acerenza, 1996).

La promoción es una actividad formada por acciones e instrumentos que desempeñan la función de beneficiar los estímulos para el levantamiento y adelanto del turismo por todo el mundo, así mismo como el crecimiento y mejora de trabajo de la industria que se benefician con los fines de la explotación económica. (Acerenza, 1996).

Las actividades y trabajos de propagandas serán realizadas por medio de campañas publicitarias, para dar a conocer un producto o servicio turístico a su clientela y lograr las ventas proyectadas a un futuro no muy lejano.

Dentro de la promoción que se piensa hacer es para el adelanto y levantamiento del Pozeron se utilizara una serie de acciones e instrumentos que beneficiaran al pozeron en lo que respecta económicamente.

Se realizaran una serie de trabajos y propagandas para dar a conocer el producto que en este caso sería en Cenote el Pozeron por medio de campañas publicitarias para así que los clientes conozcan lo que posee dicho cenote e incrementar las ventas que se establezcan en su alrededor como las ventas de la misma Ranchería.

### **3.3 PLANEACION DE LA PROMOCION TURISTICA**

La promoción turística necesita de un proceso de planeación, con el cual se deberán seguir los siguientes puntos. (Coutin, 2010)

- Establecer metas específicas de lo que quiere alcanzar el programa de promoción.
- Definir los mercados (posibles consumidores) hacia los que se dirige dicho programa.
- Determinar cuáles serán los medios publicitarios que se utilizaran
- Elaborar el presupuesto económico de la actividad
- Desarrollar el proceso para calcular los resultados (Coutin, 2010)

### **3.4 ELEMENTOS FUNDAMENTALES O PRIMARIOS DE LA PROMOCION TURISTICA**

#### **PUBLICIDAD**

- Anuncios en periódicos y revistas.
- Artículos, reportajes pegados y noticias transmitidas a una determinada hora.
- Publicaciones en libros y guías turísticas.
- Radio, televisión, etc.

#### **MATERIALES DE APOYO DE VENTAS**

- Afiches
- Trípticos
- Imágenes
- Camisetas
- Gorras y bolígrafos

## RELACIONES PÚBLICAS

- Viajes familiares
- Ferias turísticas
- Agencias de turismo
- Sociedades corporativas
- Centros de reserva

### **3.5 INVESTIGACION DE MERCADOS**

La investigación de mercado es un enfoque ordenado y justo para el desarrollo y el abastecimiento de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia de marketing. (Taylor, 1998)

Para salir al mercado turístico, hay que elaborar un plan estratégico y para poder definir estrategias es importante hacer una investigación de productos, y conseguir informes del mismo. Es necesario salir con el menor riesgo posible.

### 3.6 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

La importancia de la investigación de mercado permanece especialmente en ser una excelente fuente de información acerca del mercado, lo que permite tomar decisiones y crear ideas sobre bases reales, vigilando dirigiendo y disciplinando acciones que tendrán que seguirse y evaluarse en un futuro.

Uno de los problemas que tienen las empresas turísticas es al momento de diseñar y desarrollar sus planes y programas para dar a conocer sus servicios y verificar si es aceptada, ordenable, competitiva en el turismo.

Sin embargo las organizaciones turísticas tendrán que recoger información y cumplir como máximo con cuatro funciones. (Javier, 2006).

- Realizar una base de información especializada en estudios periódicos y sólidos para dar información turística periódicamente, donde los turistas saquen conclusiones de la competencia y el entorno.
- Facilitarles la información necesaria en la que anuncien las necesidades turísticas para el marketing y desarrollo del turismo.
- Impulsar una capacidad de estudios para interpretar los resultados de las investigaciones.
- Ejecutar una capacidad investigadora para enfrentar problemas explícitos de carácter no periódico. (Javier, 2006).

### 3.7 PUBLICIDAD Y PUBLICIDAD TURISTICA

#### PUBLICIDAD

La publicidad se define como: un esfuerzo pagado, por medios comunicativos de información con objetivo de convencer. (O'Guinn, 2005).

La publicidad es considerada como una de las herramientas primordiales de la mercadotecnia, especialmente de las promociones, maniobradas por empresas no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, donde se dará a conocer su respectiva promoción establecida y relacionada con sus productos, servicios, con una perspectiva hacia sus objetivos.

Se puede realizar a través de diversos medios ya que hay publicidades en los periódicos, las revistas, la televisión, la radio e internet. Los medios de comunicación suelen financiarse a través de la venta de espacios para la publicidad (una estación de radio o un canal de televisión vende minutos al aire, un periódico o revista brinda espacio en sus páginas, etc.).

Se conoce como agencia de publicidad a la organización que se delega para crear los anuncios publicitarios y de posicionar en el medio exacto para obtener al público al que se direcciona el cliente. En genuinas obras de arte se han convertido varios anuncios publicitarios pues estas aparecen aproximadamente como pequeñas películas que captan la atención desde el primer momento. (O'Guinn, 2005).

## PUBLICIDAD TURISTICA

Según Alba, comprende todas las actividades de las cuales se dirigen al público, mensajes visuales u orales con la finalidad de informarles e intervenir sobre el para que adquieran mercancías o servicios, o se direccionen favorablemente hacia ciertas ideas, instituciones o personas. (Alba, 1975).

En la publicidad los esfuerzos colectivos de publicistas, comunicólogos, mercadologías, y otros, son ejemplos presentes de cómo inducir a un público fijo de que al seguir algunas conductas, como comer en algún restaurante, hospedarse en determinado hotel, comprar cierto paquete turístico, alquilar un automóvil de cualquier marca, o viajar por una línea aérea específica, va a contribuir todo tipo de beneficios.

Por tal, los mensajes han de ser verdaderamente definidos, tener contenido, esto significa que tienen propiedades capaces de cambiar al funcionamiento psicológico del sujeto, de tal modo que este declare de manera directa al objetivo de la persuasión con las formas de comportamiento requeridas o indicadas por el persuasor, es decir el vendedor de servicio o productos turísticos.

Entre las nociones psicológicas que utilizan la publicidad turística para lograr sus objetivos se lograría mencionar la acción de la vanidad, la ambición de mejorar la posición social, la búsqueda de aventuras y nuevas experiencias en un mundo más pequeño. (Alba, 1975).

La identidad con personas famosas, bellas y elegantes, sanas o poderosas, valiéndose de los anuncios llamados auténticos, y sobre todo el sexo, con asistencia de imágenes eróticas que dan a mostrar un irresistible y sensual atractivo que se le proyecta en quienes las observan.

Esto se puede ilustrar con mensajes relativos a playas, centros de deporte de invierno, o en publicidad que aparezcan mujeres hermosas o apuestos caballeros que incitan a aquellos que los ven a visitar un definitivo lugar, y tienen como fondo paisajes de ensueño. (Alba, 1975).

- La publicidad turística, como toda publicidad, esta direccionada a tener ganancias por medio de anuncios o campañas que atractivos los servicios, y tratan siempre de que el cliente potencial se convierta en real al instante de hacer uso de ellos.
- Una campaña publicitaria, es decir una continuación de llamamientos al público acoplados por un nexo común, idea esencial, promesa o presentación y en tiempo estipulado acostumbra a seguir una estrategia parecida a la que utiliza los militares cuando van a la guerra. (Phillips, 2002).



### **3.8 MARKETING DE DISTINTOS LUGARES**

Una de las estrategias para incrementar el marketing de destinos y lugares es construir centros de convenciones, salón de exposiciones donde se dará a conocer lo atractivo que poseen las ciudades para que así sede a conocer a nivel mundial y pueda darse lo que llamamos turismo.

### **3.9 RELACIONES PÚBLICAS**

Las relaciones públicas conforman una herramienta muy eficaz y efectiva para auxiliar al logro de sus más ambiciosas metas: desarrollar, progresar y permanecer en el tiempo. (Montero, 2003).

Comprende una extensa gama de actividades comunicativas que ayuda a crear actitudes y opiniones positivas en relación a una organización y sus productos. A diferencia de la publicidad y la venta personal, no contiene un mensaje delimitado de ventas. Los beneficiados de estas actividades consiguen ser de los clientes, los accionistas, establecimientos gubernamentales, o un grupo de interés especial.

#### Elementos de Relaciones Públicas

- Valorar la situación actual
- Formar objetivos
- Elegir audiencias objetivo
- Seleccionar métodos de ejecución
- Determinar costos
- Calcular resultados

#### Estrategias de Relaciones Públicas

- Fijar la responsabilidad de comunicación
- Especificar la política de comunicación organizacional
- Plantear los canales y soportes de comunicación
- Establecer una cultura expresiva
- Determinar objetivos periódicos en la organización

### **3.10 MARKETING DE ATRACTIVOS**

Aunque es notable el mejoramiento de imagen no es suficiente con aumentar los atractivos establecidos de un lugar ya que estos también requieren invertir en atractivos específicos, algunos lugares son dichosos de tener atractivos como es el caso del Chiflón, que es un lugar muy reconocido por esta región, ya que cuenta con cascadas enormes, mucha fauna y tirolesas.

Hay una gran diferencia en decir que nombrado lugar funciona y que es atractivo, donde usa el término “atractivo” para nombrar las características físicas y los eventos que llamen más la atención a los visitantes, nuevos residentes, empresarios e inversionistas. (Kotler Rein, 2007)

### **3.11 TIPOS DE TURISMO**

#### **TURISMO SOL Y PLAYA**

Es uno de los más importantes, especialmente, en las zonas del litoral que disfrutan de un clima favorable, este segmento del turismo se relaciona con el ocio, así como la terminología de: descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): “sand, sea, sun.”, este fragmento se ha diferenciado desde los inicios por ser el producto estrella dentro del destino turístico. (OMT, Turismo Sol y Playa, 2013)

Es un tipo de turismo, que se da en localidades costeras en las que tienen playas, con un clima soleado y temperaturas suaves, suele ser utilizado por personas que habitan en lugares, en donde el clima es lluvioso o nublado durante gran parte del año con temperaturas medias.

Se da en personas que no tienen las playas cerca de sus hogares, en estos sitios hay una cantidad increíble de hoteles, y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se tiene que acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche realizan diferentes actividades en los hoteles.

## TURISMO DE NATURALEZA

OMT afirma que el turismo de naturaleza es todo tipo de turismo fundamentado en la naturaleza, donde la más importante motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales. (OMT, Turismo de Naturaleza, 2002).

El paseante encontrara en este tipo de turismo una increíble biodiversidad, una gran cantidad de especies animales y vegetales y variedad geográfica, en diferentes recorridos el viajero conseguirá observar los sorprendentes cambios de paisaje y vegetación. Las actividades de la naturaleza que se brindan pueden ser tan sutiles o escritos, como usted lo prefiera.

## TURISMO COMUNITARIO

Le turismo comunitario, debe asumir una nueva idea de territorio en el que se practique una gestión socio-productiva a nivel de una o varias comunidades, en la que también el aspecto productivo, se refuerce las redes y las relaciones sociales de ese lugar. Es decir, no una visión solamente productiva y mercantil, sino también una visión que piense un manejo razonable en los recursos, que sea respetuosa del medio ambiente y responsable con el entorno social. (Kay, 2007).

Sin embargo, el turismo comunitario es extraño en otros países de América Latina como Chile y Argentina, en el cual se ha desarrollado el concepto de turismo rural y agroturismo, donde se cree que es como cualquier actividad turística desarrollada en el medio rural, independiente a quien la gestione, donde esta puede ser una empresa privada o alguna organización del campo sin fines de lucro.

El turismo comunitario es una modalidad que forma parte del turismo rural, el cual se desenvuelve en el medio rural a través de diferentes servicios turísticos, lo que significa que son las asambleas de las organizaciones campesinas quienes toman las decisiones entre ellas, de cómo compartir las utilidades de la actividad turística.

Y otra definición sobre el turismo comunitario según el Arq. Jorge Antonio Gutiérrez: en una actividad en la cual se realiza una planificación y gestión económica, social y física que es empleada en las comunidades que contribuye la conservación de los recursos naturales, incentivando entre los habitantes y turistas el respeto hacia el patrimonio cultural de la región. (Gutiérrez, 2008).

## TURISMO SOSTENIBLE

El turismo sostenible o turismo sustentable es una representación de turismo que persigue los principios de sostenibilidad, es una industria arriesgada a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura, a lo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local. Es una de las más fuertes de desarrollo económico y social más eficaces.

Si a eso se suma las actividades comunitarias apoyan los valores de solidaridad, responsabilidad e igualdad en el grupo humano que practican, se logra comprender el poder del turismo comunitario en la reproducción de los procesos de mejorar la forma de vida de las poblaciones rurales.

Sin embargo a pesar de tener algunos y singulares atractivos naturales y de poseer una gran riqueza biológica y llena de paisajes, el país cuenta con un sinnúmero de áreas de gran potencial turístico donde se permitan comunidades rurales administradamente deprimidas. Esto sucede por falta de capacitación y acceso a recursos financieros, no han atraído el número anual de turistas que les permita obtener ingresos capaces para mejorar su nivel de vida.

## TURISMO INTERNO

Se define como turismo interno a los viajes realizados, con fines turísticos, por los habitantes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional. En lo estadístico no se registra como turismo interno los viajes cuya duración no pase de un día, estos son generalmente viajes de negocios o de fines administrativos. (Venezuelatuya.com, 1997-2015)

El turismo interno debe promoverse mediante actividades publicitarias de importancia, programas educativos que motiven al espectador el interés por conocer el país, esta sería una de las formas de conocer otras regiones de interés propio.

Se debe recordar que el turismo siempre es un viaje “round-trip” es decir un viaje de ida y vuelta, y por ende los países necesitan de turismo receptivo es decir de visitantes de otras naciones. Donde dicho turismo ayuda en la parte económica al país en donde crea reciclaje financiero de productos, de actividades que a su vez hace producir empleos y rotar la producción regional.

## TURISMO RURAL

Según Capiville define, como la principal motivación de este tipo de turismo es la de conocer las costumbres y tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, por la cultura popular, la artesanía. (Capiville, 2010)

Es el conjunto de actividades que se desarrolla en contacto con la naturaleza y la vida en el campo en pequeñas poblaciones rurales, también es un turismo netamente familiar dirigido exclusivamente a la práctica de actividades en contacto con la naturaleza, estas se basan en excursiones, prácticas de deportes, incluso en el conocimiento de la oferta gastronómica.

El turismo rural también es conocido como agroturismo, el cual se da cuando los turistas participan en actividades agrarias propias de la zona donde intentan entender el medio rural, realizando las diferentes actividades y tradiciones. Hay ocasiones donde no se realizan tareas relacionadas con la ganadería y la agricultura, sin embargo se complementa con acciones del turismo activo tales como el senderismo, ciclo turismo, caza, pesca, rutas a caballo, etc.

Ya que estas clases de ocupaciones se notan a simple vista como sencillas y ellas convierten a los entornos rurales en auténticos complejos turísticos, el campesino de dicho lugar alquila su vivienda a los visitantes, con los respectivos conocimientos necesarios para dar a conocer las actividades que se realizan para que así se interesen las empresas en realizar el turismo rural y hospedarse en los complejos turísticos que ellos poseen.

## TURISMO URBANO

Se desarrolla en ciudades de interés, por ejemplo aquellas que ostentan ser patrimonio de la humanidad. El turista es de nivel cultural elevado y generalmente de poder adquisitivo alto. (Capovilla, 2010).

El turismo urbano es uno de los principales retos de los próximos años ya que presentan dificultades que enfrentan a la sociedad en conjunto, tales como dificultades de circulación, contaminación, inseguridad y desempleo. La ciudad no solo es un lugar primordial de riqueza y centro de desarrollo cultural y social, sino también es un lugar de vida, trabajo, consumo y tiempo libre.

Desde inicios de los años 80 del siglo pasado, se está viviendo un aumento de interés y crecimiento, ya que este tipo de turismo se beneficia de varios factores como son el movimiento de revalorización y rehabilitación de los centros históricos de las ciudades e incluso la ampliación de las prácticas culturales.

El turismo aparece como el eje estratégico de una política de ordenación urbana que propone a su vez una oferta competitiva destinada a satisfacer las expectativas de los visitantes y contribuir positivamente a la ciudad y al bienestar de sus ciudadanos.

## TURISMO DE DEPORTE

El turista se desplaza para practicar algún deporte, tanto de exterior como de interior, bien porque su entorno habitual no ofrece esa posibilidad o por que no dispone de tiempo para realizarla. (Capovilla, Manuel de administración Hotelera, 2010).

Este tipo de turismo es totalmente contrario al turismo de aventura, en el turismo de deporte no se maneja el riesgo, en el que es practicado por un porcentaje de la población con un poder adquisitivo medio-alto.

Posiblemente este turismo se puede definir como el turismo del entusiasmo ya que es el que moviliza a gente joven e inclusive es el turismo más sano, ya que tiene como norma el descanso y el fortalecimiento de la raza humana.

## ECOTURISMO

Se presenta como principal estímulo a realizar viajes hacia localidades naturales y libres de contaminación, con el objetivo de educarse, admirar y disfrutar de sus paisajes, flora y fauna silvestre, y así mismo algunas manifestaciones culturales, que predominan en estas áreas. Para 1993, Laswcurian amplio la definición e incluyó un nuevo componente del ecoturismo “que favorece un involucramiento activo y socio económico que beneficia a las poblaciones locales. (Laswcurian, 1993).



En cambio la World Wildlife Fundation (2001) define al ecoturismo como: un tipo de turismo en la que la comunidad tiene el control valioso sobre las actividades turísticas que se desarrolla y generan beneficios en la colectividad.

El ecoturismo es una parte pequeña del mercado, el cual a ido creciendo a gran escala por todo el mundo durante los dos últimos periodos del que se espera tener un crecimiento mayor a la que posee en la actualidad, es el que consiste en viajar o visitar áreas naturales, se realiza en pequeños grupos, cuya motivación es la observación y disfrutar lo que ofrece la naturaleza, incluyendo información educativa sobre las culturas y los ecosistemas locales.

Este turismo se practica cuando el turista elige como destino los entornos naturales donde se desenvuelven, es decir el ecoturismo es el acercamiento con la naturaleza, también es el que trata de minimizar las consecuencias negativas sobre la naturaleza y el entorno social cultural.

También en el ecoturismo se habla de dos objetivos importantes como son: Los objetivos regionales y específicos, que se tienen en cuenta en el proceso de esta actividad. (Garay, 2001).

### **3.12 ATRACTIVOS NATURALES**

Son lugares o elementos naturales sobre los cuales se lleva una revisión superficial para establecer el grado de interés turístico que estos pueden despertar (calidad del atractivo), tratando de crear las posibilidades de integrarlos en paquetes de modo que se perfeccionen y logren ser explotados en conjunto.

Otra definición acerca de los atractivos naturales es: que los atractivos naturales se clasifican en tres categorías focales, complementarias y apoyo según Ceballos. (Ceballos, 2008).

### **3.13 LEY DEL TURISMO**

**Art. 2:** (definición de turismo) turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

#### **ART 3: (Principios)**

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
  
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
  
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
  
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su entidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

#### **ART 4**

- a) Reconocer que las actividades turísticas corresponden a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

Fomentar e incentivar el turismo interno habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentación y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.

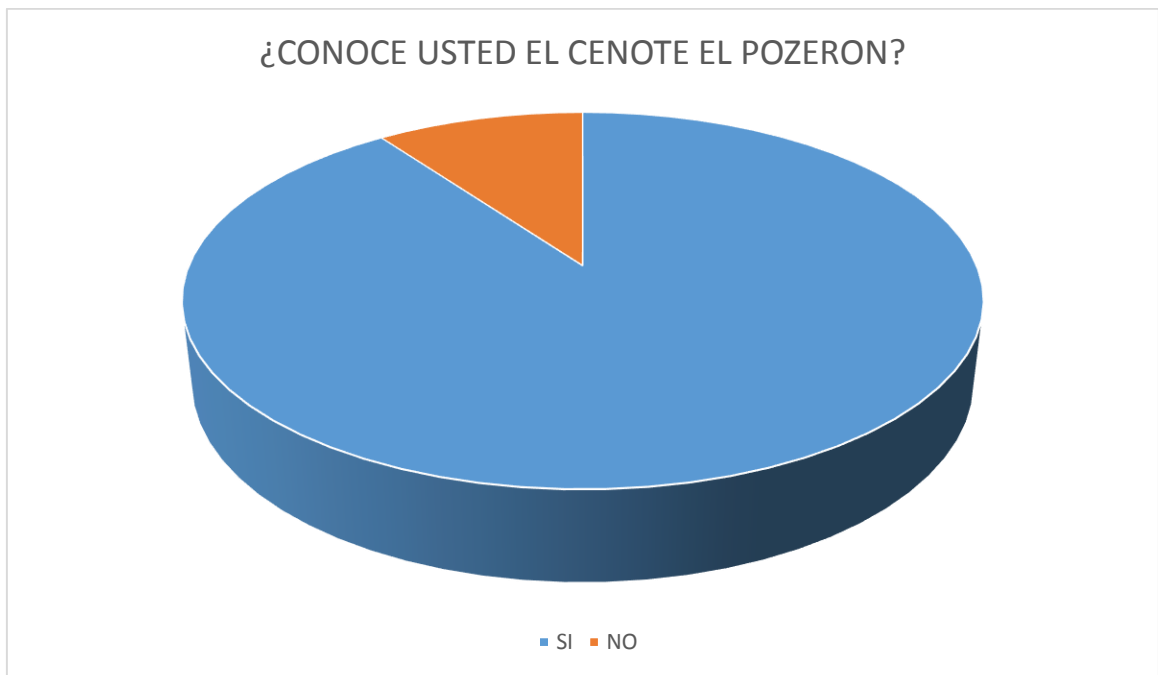
# CAPITULO IV

## 4. ANALISIS DE RESULTADOS

### 4.1 PRESENTACION DE RESULTADOS DE LA MUESTRA DE RESIDENTES Y VISITANTES DEL PARADERO TURISTICO “CENOTE EL POZERON”

1) ¿Conoce usted el Cenote el Pozeron?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	9	90%
2	NO	1	10%
			100%



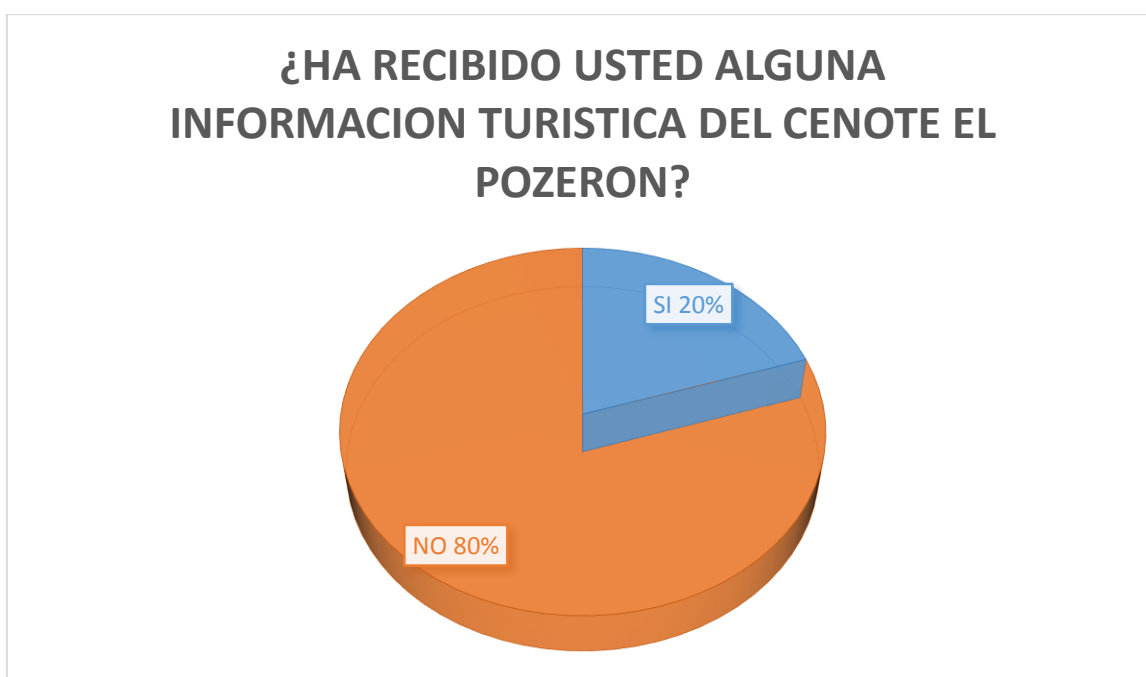
DESCRIPCION: De 10 personas encuestadas el noventa por ciento dijo que conoce el Cenote el Pozeron mientras que el diez por ciento dijo que no conoce el Pozeron.

ANALISIS: De acuerdo al diagrama estadístico un 90% dicen que si conocen el cenote el pozeron, este porcentaje se refiere a personas de todas las edades y de y el 10%

2) ¿HA RECIBIDO USTED ALGUNA INFORMACION TURISTICA DEL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	2	20%
2	NO	8	80%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turistico "cenote el pozeron"

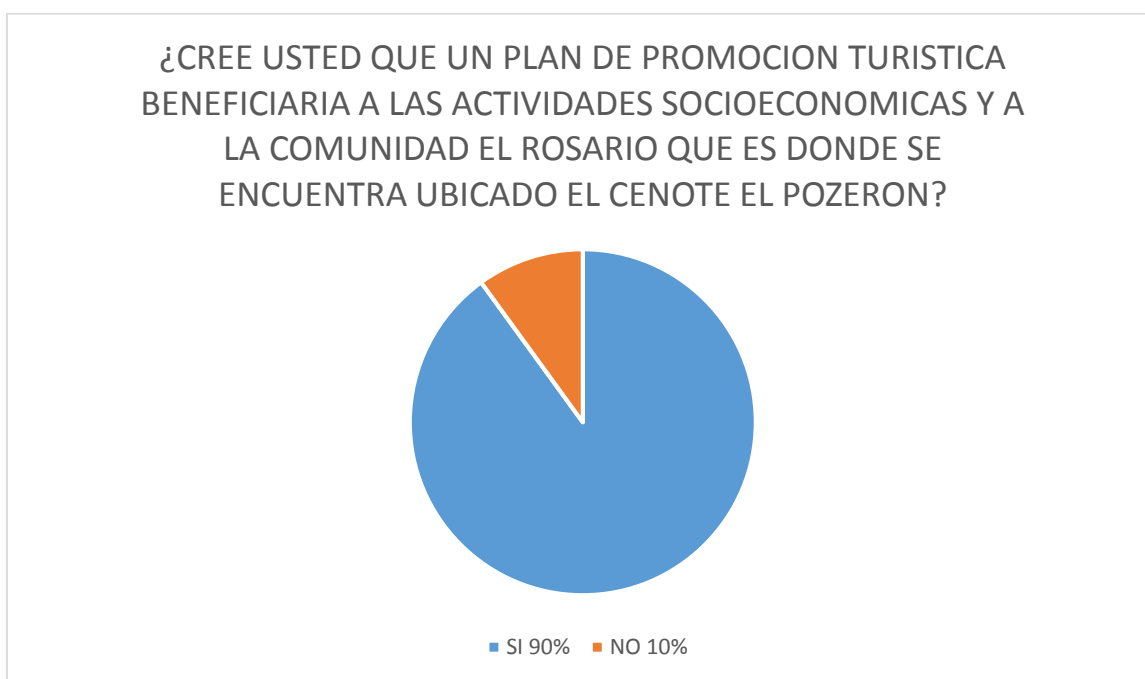


ANALISIS: Dentro de el proceso de investigacion se encontro que un 20% dicen haber recibido alguna informacion turistica, es importante mencionar que la mayoria de las personas que fueron encuestadas dijeron haberse enterado de la existencia de los atractivos a traves de otras personas, lo que deja en evidencia la falta de promocion y publicidad e informacion relativa al turismo del Cenote el Pozeron, un 20 % dijo no haber recibido ninguna informacion acerca del cenote.

3) ¿CREE USTED QUE UN PLAN DE PROMOCION TURISTICA BENEFICIARIA A LAS ACTIVIDADES SOCIOECONOMICAS Y A LA COMUNIDAD EL ROSARIO QUE ES DONDE SE ENCUENTRA HUBICADO EL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	9	90%
2	NO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turistico "cenote el pozeron"

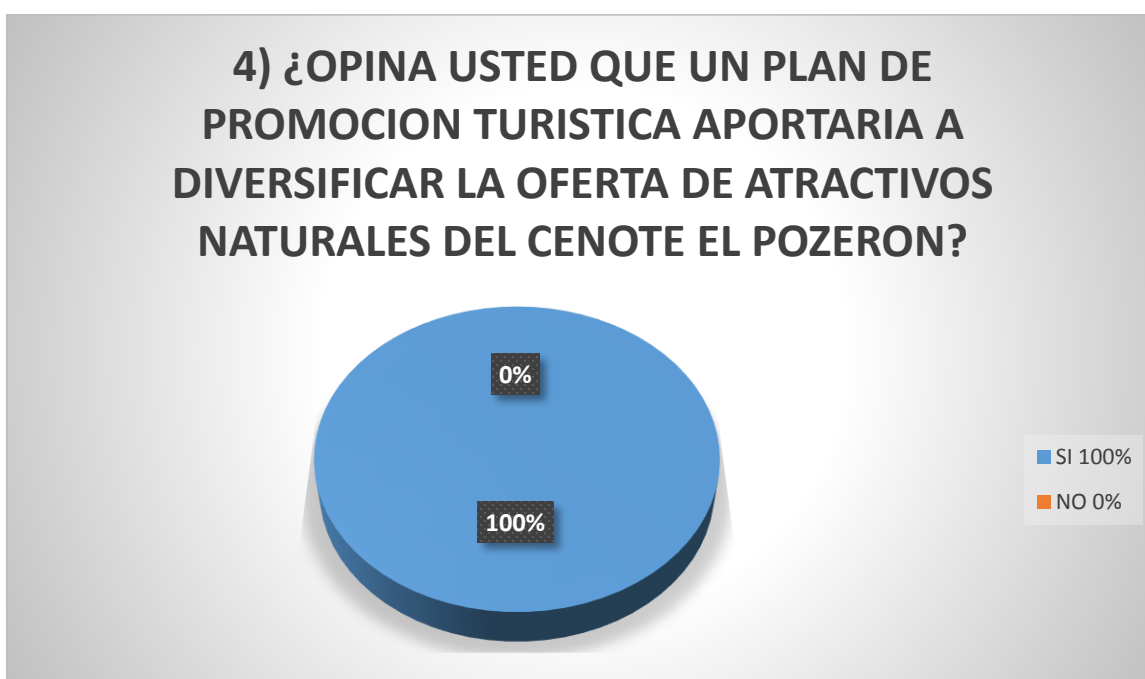


ANALISIS: Conforme lo demuestra el grafico estadistico el 90% dice que si por medio de un plan de promocion turistico beneficiaria a las actividades socioeconomicas lo que indica que la mayoría de los encuestados estan de acuerdo en un plan de promocion para mejorar el nivel de vida de los pobladores de la Rancheria el Rosario y el 10% dice que no esta de acuerdo.

4) ¿OPINA USTED QUE UN PLAN DE PROMOCION TURISTICA APORTARIA A DIVERSIFICAR LA OFERTA DE ATRACTIVOS NATURALES DEL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	10	100%
2	NO	0	0%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turistico "cenote el pozeron"

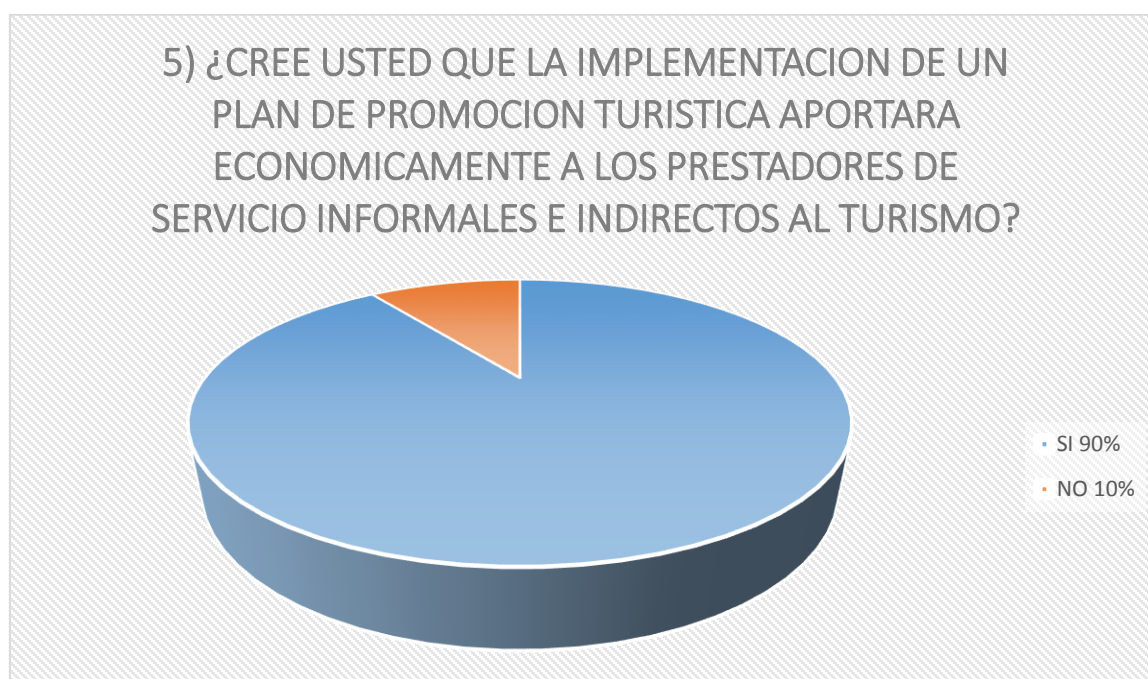


**ANALISIS:** Los resultados de las encuestas demuestran que el 100% piensa que mediante un plan de promoción turística aportaría a diversificar la oferta de los atractivos naturales y despertar el interés de los turistas además de vivir una experiencia de turismo vivencial con las actividades socioeconómicas, su historia y su cultura.

5) ¿CREE USTED QUE LA IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE PROMOCION TURISTICA APORTARA ECONOMICAMENTE A LOS PRESTADORES DE SERVICIO INFORMALES E INDIRECTOS AL TURISMO?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	9	90%
2	NO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico “cenote el pozeron”



ANALISIS: Conforme lo establecido en el siguiente diagrama estadístico el 90% que si cree en la implementación de un plan de promoción turística aportara económicamente a los prestadores de servicio informales e indirectos al turismo, esto afirma que están de acuerdo que cambiaría su nivel de vida por cuanto tendrían oportunidades de negocio para ofrecer nuevos servicios y mejorar los productos que actualmente se presentan y el 10% no cree en la implementación de un plan de promoción.



6) ¿A TRAVEZ DE QUE MEDIO LE GUSTARIA INFORMARSE SOBRE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	PERIODICO		
2	TV	2	20%
3	INTERNET	6	60%
4	RADIO	1	10%
5	TRIPTICO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico “cenote el pozeron”

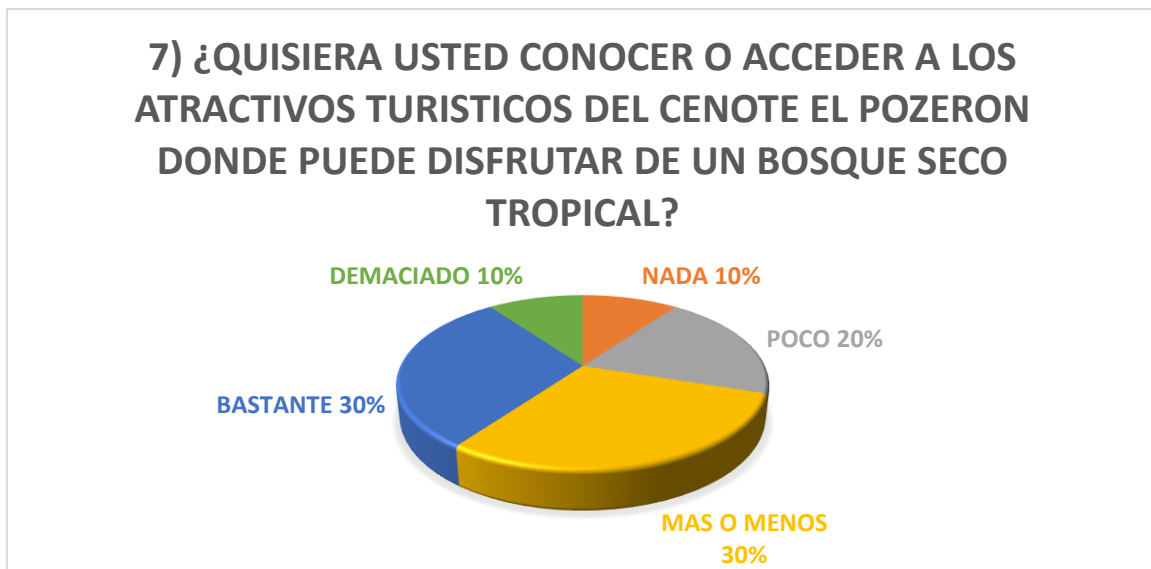


**ANALISIS:** Los resultados de las encuestas demuestran que les gustaría recibir información por medio de periódico un 0%, por tv un 20%, por internet un 60%, por radio un 10% y por tríptico un 10 % sobre los atractivos del Cenote el Pozeron. A través de estos medios de comunicación se dará a conocer el público los atractivos turísticos que posee el Cenote.

7) ¿QUISIERA USTED CONOCER O ACCEDER A LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CENOTE EL POZERON DONDE PUEDE DISFRUTAR DE UN BOSQUE SECO TROPICAL?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	NADA	1	10%
2	POCO	2	20%
3	MAS O MENOS	3	30%
4	BASTANTE	3	30%
5	DEMACIADO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turistico "cenote el pozeron"

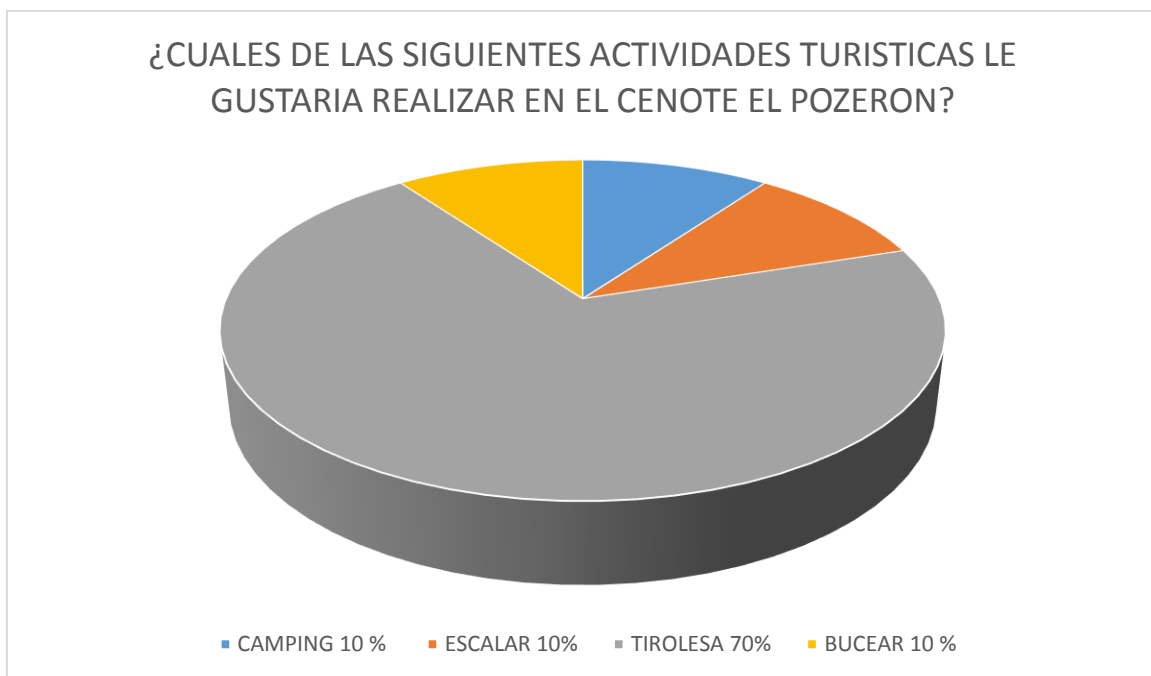


ANALISIS: De acuerdo con el diagrama estadístico un 10 % dice que nada, en cambio un 20 % poco, un 30% mas o menos, un 30% dice que bastante y el 10 % están muy interesados en conocer el cenote y sus alrededores. Esto indica que las personas encuestadas tienen el interés de conocer los diferentes atractivos y actividades que se desarrollan en el cenote el pozeron.

8) ¿CUALES DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES TURISTICAS LE GUSTARIA REALIZAR EN EL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	CAMPING	1	10%
2	ESCALAR	1	10%
3	TIROLEZA	7	70%
4	BUSEAR	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico “cenote el pozeron”

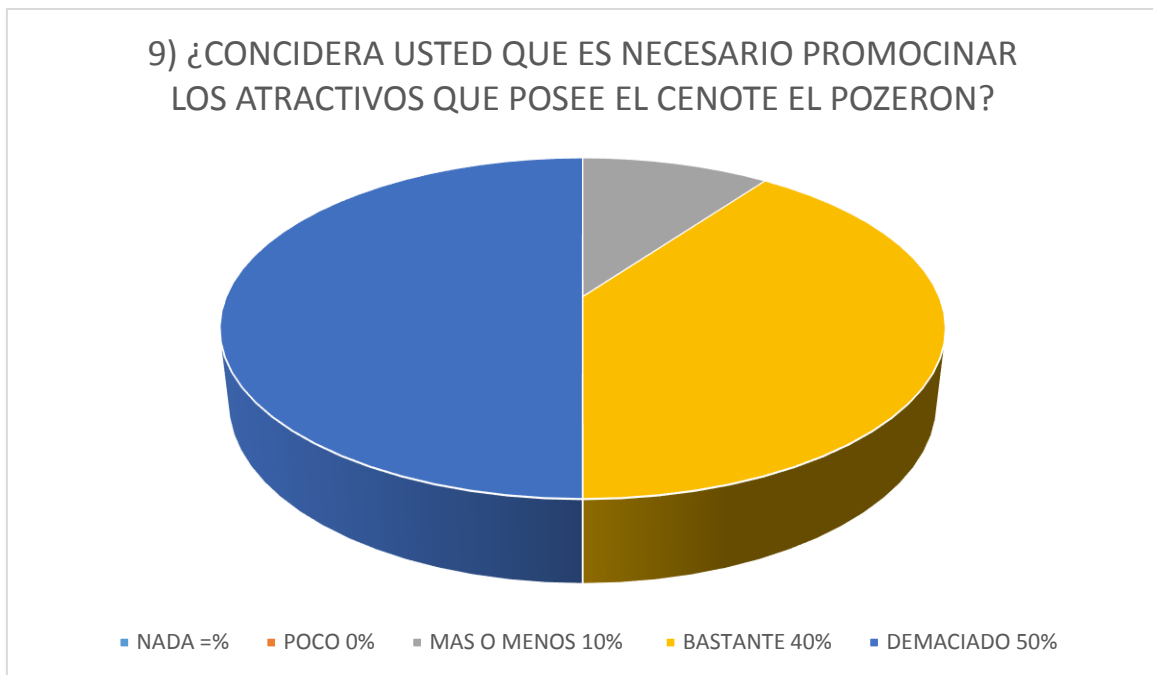


ANALISIS: Dentro del proceso de investigación se encontró que un 10% le gustaría realizar la actividad de camping, mientras que escalar obtiene un porcentaje igual con un 10 %, un 70% le gustaría una tirolesa, y un 10 % bucear. La mayoría le gustaría que haya una tirolesa en el cenote el pozeron.

9) ¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO PROMOCINAR LOS ATRACTIVOS QUE POSEE EL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	NADA	0	0%
2	POCO	0	0%
3	MAS O MENOS	1	10%
4	BASTANTE	4	40%
5	DEMACIADO	5	50%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico “cenote el pozeron”



ANALISIS: Los análisis de las encuestas en un 0% dice que nada, otro 0% dice que poco, mientras que un 10 % dice que más o menos, un 40% dice que bastante y un 50% menciona que demasiado. La mayoría de las personas encuestadas dicen que necesita demasiada promoción en el centro turístico el Pozeron.

10) CON CUAL DE LAS REDES SOCIALES USTED ESTA MAS IDENTIFICADO?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	FACEBOOK	8	80%
2	INSTAGRAM	0	0%
3	TWITTER	0	0%
4	WHATSAPP	2	20%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico "cenote el pozeron"

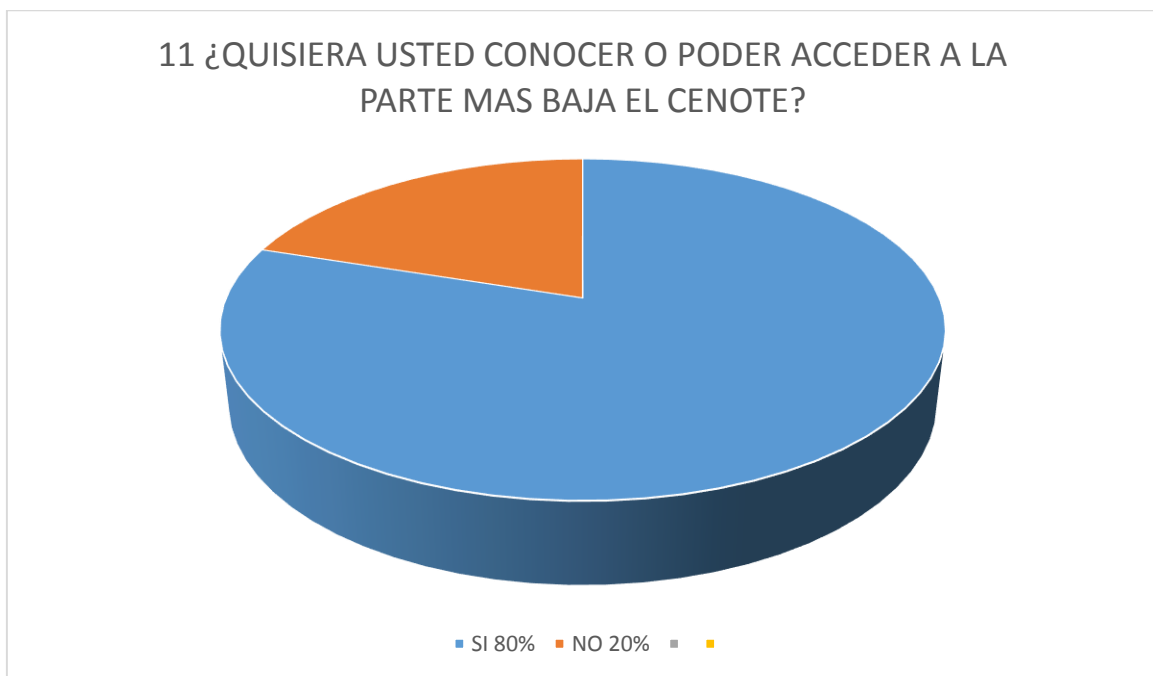


ANALISIS. Como lo demuestra el grafico el 80% están identificados con el Facebook, el instagram como el twiter tienen un porcentaje del 0%, mientras que el whatsapp tiene un 20%. Esto nos indica que la mayoría se relaciona más con el facebook y el whatsapp.

11) ¿QUISIERA USTED CONOCER O PODER ACCEDER A LA PARTE MAS BAJA EL CENOTE?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	8	80%
2	NO	2	20%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico "cenote el pozeron"

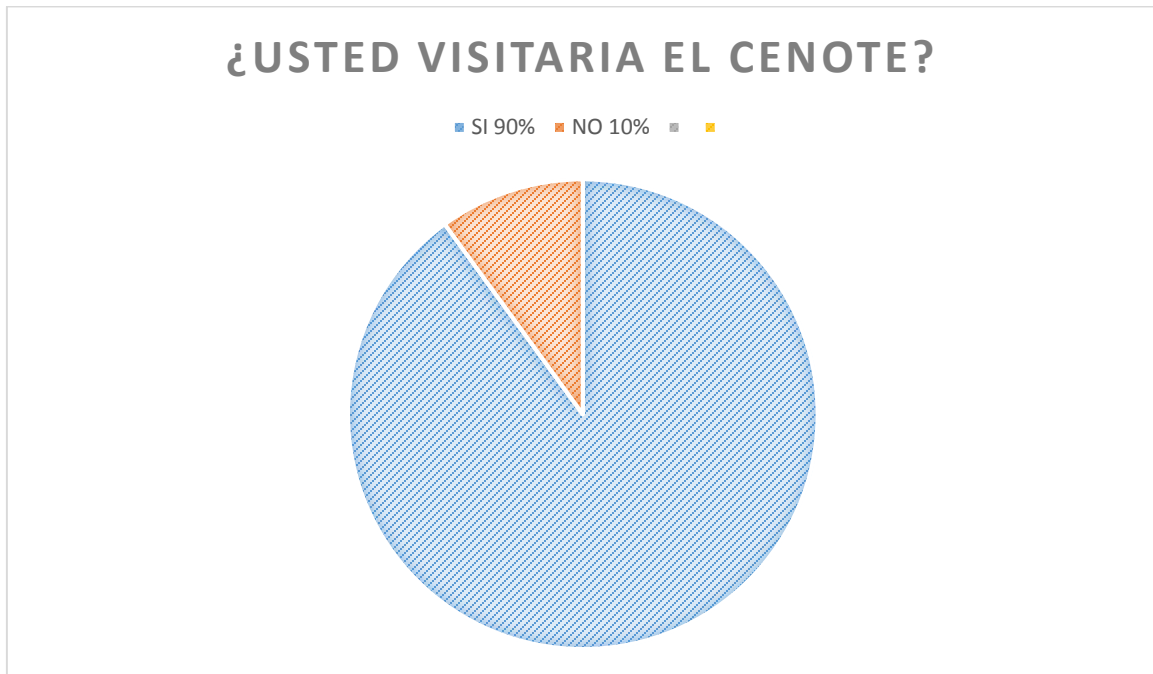


ANALISIS: Según la estadística dice que el 80% de las personas encuestadas si les gustaría poder acceder a la parte más baja del cenote mientras que el 20% dice que no. Esto demuestra que a la mayoría le gusta lo extremo y es por eso que visitan lugares como estos.

12) ¿USTED VISITARIA EL CENOTE?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	SI	9	90%
2	NO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico "cenote el pozeron"

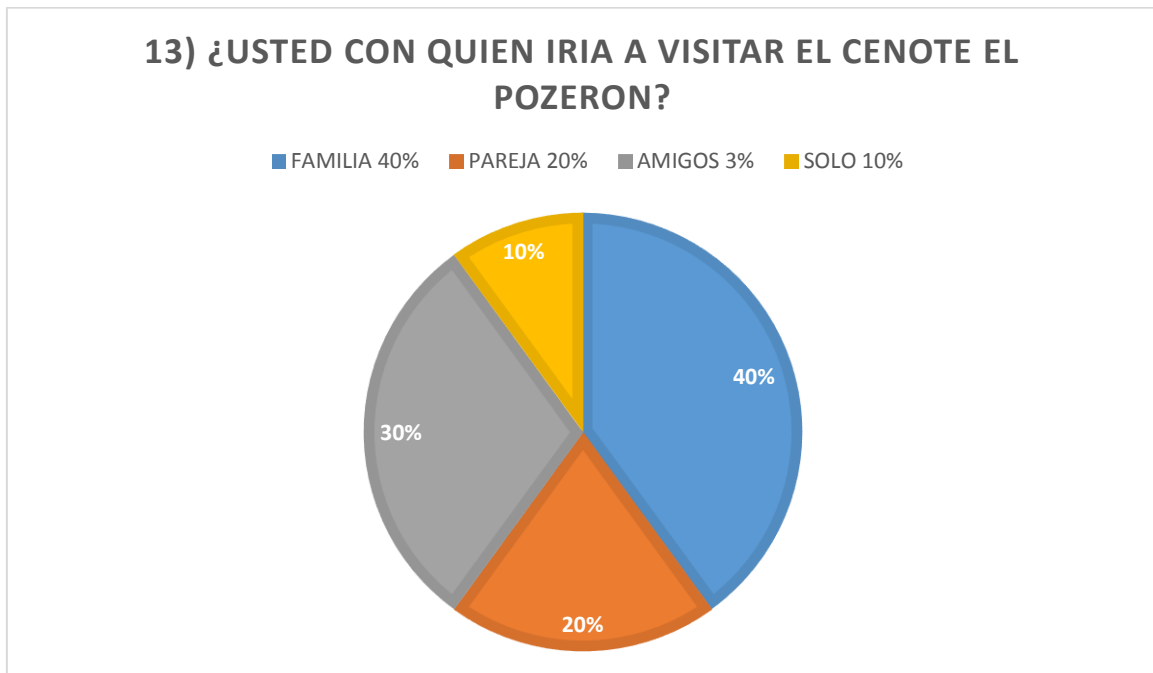


ANALISIS: La grafica nos arroja que el 90% si le gustaría visitar el cenote, mientras que un 10% dice que no. Esto comprueba que a la mayoría le gusta ir o conocer este cenote.

13) ¿USTED CON QUIEN IRIA A VISITAR EL CENOTE EL POZERON?

N°	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	FAMILIA	4	40%
2	PAREJA	2	20%
3	AMIGOS	3	30%
4	SOLO	1	10%
			100%

Fuente: Residentes y visitantes del paradero turístico "cenote el pozeron"



ANALISIS: En el estudio practico el 40% nos hace referencia que les gustaría conocer el lugar junto a su familia, en 20% con con su pareja, el 30% con amigos y el 10% solos. Nos damos cuenta que la gran mayoría no visitaría el cenote solo, sino con más personas, esto hará que las ventas sean mayores y la economía crezca.



## SUGERENCIAS Y PROPUESTAS

Este plan se crea por lo importante que es el turismo para el desarrollo económico del país y de la Ranchería el Rosario, y por una diversidad de atractivos turísticos que poseen dichos lugares. Aunque ya muchas personas saben de su existencia aun sin que esta genere ingreso y la economía actual de la Ranchería siga siendo la misma, este cenote le hace falta promocionarse para que genere el interés hacia turistas, y de esta manera hacer que no solo sea conocido por las personas aledañas a la Ranchería, sino por viajeros de otros países y lugares.

Esta propuesta promueve la promoción de dicho lugar antes mencionado para el respectivo mejoramiento económico.

El cenote el pozeron es un atractivo turístico de acceso libre, lo cual es una gran ventaja en el ámbito turístico, ya que el visitante puede hacer uso de él las veces que quiera, permitiendo que los negocios sean los que crezcan para tener una mejor economía en la Ranchería.

Podrían poner negocios de comida, de transporte, administrar una tirolesa y cobrar por su uso, y así poder mejorar.

Pero también se tiene que mejorar el espacio, que este limpio lleno de monte para que no haya riesgos de encontrarse serpientes o algunos animales peligrosos.

Tienen que ponerse de acuerdo dentro de la comunidad para que el proyecto se lleve a cabo.

La comunidad debe contar con alguien capacitado para guiar el proyecto.

La comunidad debe ser consiente y capaz de entender las ventajas y desventajas que se vendrá después de promocionar el lugar.

La comunidad también puede gestionar algunos proyectos de mejora para las calles que se encuentran para llegar al pozeron.

Se podría poner rentas de caballos.

Se podría no cobrar el acceso al pozeron pero si para bajar.

Contratar a técnicos especialistas para las estructuras que se deberán poner alrededor para ser más seguro.

## **CONCLUSION**

Este sitio por contar con muchas áreas verdes, por un cenote hermoso, por sus diferentes especies, su bosque y una gran variedad de flora y fauna, es lo que lo hace un atractivo turístico idóneo para las familias Rosareñas y para aquellos visitantes que gusten de las áreas naturales, el senderismo y la admiración de aves y animales.

Para realizar la promoción turística de un área rural es fundamental establecer propuestas, pues estas permitirán describir los pasos que se deben ejecutar, la creación de la marca turística dará una identificación propia al sector y sus atractivos naturales.

La promoción en las redes sociales de los atractivos naturales llegara al público objetivo de manera directa, también será promocionado a través de impresos publicitarios a nivel local y estatal para que los turistas vean y escuchen acerca del cenote en promoción y de sus atractivos turísticos y actividades que puedan realizar.

Promoviendo el turismo en el Cenote el Pozeron, aumentara no solo el nivel de vida de los pobladores con las nuevas plazas de trabajo que se generaran, sino que además permitirá que haya una visión más amplia por parte de la población en cuanto a la conservación de los recursos naturales. Este plan es susceptible a ser mejorado, es decir no absoluto.

