

**El Periplo Sustentable**

Universidad Autónoma del Estado  
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 33

Julio / Diciembre 2017

---

**Artículo****Autores / Authors:**

Horacio Espinosa Coria\* y Mtra.  
Mariana Figueroa de la Fuente\*\*.

*Doctor en Política. Profesor Investigador de Carrera en el Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Quintana Roo.*

*Maestra en Tecnología Educativa. Profesora Investigadora de carrera en el Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Quintana Roo.*

**Correspondencia:**

[hеспinosa@uqroo.edu.mx](mailto:hеспinosa@uqroo.edu.mx)

**Recibido / Receipt:**

16/03/2016

**Reenvió / Forward:**

11/07/2016

**Aceptado / Acceptance.**

09/01/2017

**Páginas:**

486 - 527

## El aprovechamiento de la miel melipona como un atractivo turístico sustentable de Quintana Roo

### *Melipona honey production as a sustainable tourist attraction in Quintana Roo*

Horacio Espinosa Coria  
Mariana Figueroa de la Fuente  
*Universidad de Quintana Roo, México.*

**Resumen:** El presente artículo tiene como objetivo ofrecer una propuesta para la diversificación de la oferta turística quintanarroense, a través del aprovechamiento de bienes culturales que coadyuven al rescate y salvaguarda del patrimonio material e intangible de las comunidades rurales de la denominada zona maya. Se revisa la literatura para esclarecer conceptos como el turismo cultural, describir las rutas gastronómicas e identificar la viabilidad de crear una de éstas alrededor del cultivo de la miel de la abeja melipona en poblados para los que este producto tiene especial relevancia. Dicho trabajo puede clasificarse como una investigación de tipo documental, con elementos de una investigación acción dado su carácter prescriptivo. Entre los hallazgos destacan, en primer lugar, las distintas experiencias internacionales, nacionales y locales de proyectos de turismo cultural, gastronómico y ecológico, como opciones distintas de desarrollo al tradicional producto de sol, mar y playa. En segundo término, se hace evidente que los saberes legendarios sobre la producción y uso de la miel melipona son un patrimonio en donde el valor radica en permitir al turista reconocer e interpretar a la miel como un elemento de la cultura local, cuyo principal atractivo turístico fuera precisamente la nominación maya.

**Palabras claves:** turismo, turismo cultural, rutas gastronómicas.

**Abstract:** This paper proposes a path to tourism diversification in Quintana Roo by making use of cultural objects which reanimate and protect the physical and immaterial heritage of the rural maya communities. Literature review clarifies concepts such as culture tourism, characterizes gastronomy routes and realizes the feasibility of *melipona* honey production by local producers. This research is both descriptive and action oriented. One of its findings depicts some international, national and local cases of culture, culinary and eco tourism, as opposite models to the traditional sun, sea and sand tourism product. Additionally, it is shown that traditional forms of *melipona* honey production and consumption, constitute a valuable asset which enables tourists to conceive it as part of the maya local culture and as tourist attraction.

**Keywords:** tourism, culture tourism, gastronomy routes.



---

## Introducción

El presente trabajo argumenta a favor de la creación de una ruta cultural alimentaria en Quintana Roo, como un medio para rescatar costumbres y tradiciones de comunidades rurales mayas que aún conservan formas artesanales para producir la miel melipona. El propósito de diseñar una ruta de este tipo es el de contribuir a la diversificación del producto turístico de la entidad, el cual gravita sobremanera en el segmento de sol, mar y playa, así como generar opciones de desarrollo para estas comunidades, las cuales se han beneficiado poco del dinamismo mostrado por la industria de la hospitalidad en el estado. Propuestas de este tipo se inscriben en una lógica que busca hacer más armónico en lo económico y sociodemográfico, la actual pauta de crecimiento que ha seguido el turismo en Quintana Roo y que se manifiesta en la aglomeración de unidades productivas y población en su zona norte.

El artículo se divide en cuatro secciones con sus respectivos apartados, que ayudan al lector a comprender mejor la propuesta de crear una ruta cultural gastronómica de la miel en el estado de Quintana Roo. La primera sección describe a grandes rasgos el perfil de la industria turística en México y la entidad, la cual se distingue por el dominio del segmento tradicional de sol, mar y playa, y los efectos que ello tiene en la distribución de las actividades productivas del estado, tanto como en la ocupación del territorio y los rasgos sociodemográficos del mismo. Dicha especialización se traduce en un agotamiento de la oferta de recreo para viajeros nacionales y extranjeros que visitan el país y Quintana Roo, y la consecuente falta de competitividad en el mercado internacional. En la segunda sección se aboga por fomentar el turismo cultural y las rutas gastronómicas como una forma de diversificación y de salvaguarda del patrimonio material e intangible de las comunidades rurales de la zona maya. Aquí se establecen los referentes conceptuales básicos que ayudan a comprender estas dos formas de ocio y esparcimiento, destacando en especial su capacidad para transformar condiciones de atraso material.

---



En la tercera sección se describen algunas experiencias internacionales de turismo cultural, principalmente el caso europeo de regeneración de ciudades, así como de distintas rutas gastronómicas en países del viejo continente, los Estados Unidos, Latinoamérica y México. En dichos casos sobresale el aprovechamiento de bienes culturales como productos turísticos a partir de su rescate, promoción y aprovechamiento comercial. En la cuarta sección se exponen las razones por las que es pertinente crear una ruta cultural gastronómica de la miel en el estado de Quintana Roo, en particular en la llamada zona maya. Para tal fin se destacan la importancia que este producto alimenticio tiene en el sector primario de la economía del estado, así como la trascendencia que el mismo guarda para aquellas comunidades que aún dan un significado especial a la miel melipona y sus derivados. La última sección corresponde a las conclusiones.

#### **Antecedentes: el perfil del turismo en México y Quintana Roo**

A México se le considera una nación con un fuerte potencial turístico, pero que ha ido perdiendo terreno en el mercado internacional frente al dinamismo mostrado por otras naciones. Entre 2000 y 2012 el país registró una tasa de crecimiento media anual (TCMA) de llegada de turistas de tan solo 1.1%, a diferencia de Turquía (11.6%), Hong Kong (8.6%), Malasia (7.8%), Japón (4.8%) y Rusia (2.5%). Además, mientras que en el 2000 México era la séptima nación más visitada en el mundo, en el 2009 había caído al décimo lugar y para 2013 ya estaba fuera de la lista de los diez principales destinos (Programa Sectorial de Turismo, 2013: 3-4). En el 2014, sin embargo, se vuelve a ubicar en el lugar número diez de entre los países más visitados por extranjeros al haber recibido 29.1 millones de turistas (Alcántara, 2015).



Este comportamiento errático que ha mostrado el país en el ranking mundial tiene diferentes causas, entre ellas la inseguridad,<sup>1</sup> otras tienen que ver con la falta de diversificación de la industria turística mexicana. En efecto, pues como se señala en el mismo Plan Sectorial de Turismo 2013-2018, “México es reconocido por el turismo de sol y playa, pero existen señales de su agotamiento” (Programa Sectorial de Turismo, 2013: 5). Dicho perfil de la industria turística del país ha dado como resultado que la infraestructura se concentre marcadamente en un segmento y en espacios del territorio muy específicos, particularmente en las costas. Por ejemplo, para 2007 las entidades con destinos de playa consolidados fueron las que recibieron la más alta proporción de la inversión privada. En Guerrero el 89% de dicha inversión se concentró en Acapulco, mientras en Quintana Roo el 82% la acaparó Cancún y la Riviera Maya, y en Nayarit el 60% fue para Nuevo Vallarta (Meixueiro, 2008: 112-113). Según datos de la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, del 65% de los turistas extranjeros que se alojaron en destinos de sol y playa, el 77% prefirieron a tres de ellos: Riviera Maya (38%), Cancún (29%) y Los Cabos (10%) (Programa Sectorial de Turismo, 2013: 6). Estos datos dan cuenta de que las políticas seguidas por el gobierno, en particular a través del impulso a los Centros Integralmente Planeados (Cancún, los Cabos, Loreto, Huatulco e Ixtapa, todos en el litoral) “han generado una gran concentración de la oferta y la demanda en unos cuantos destinos”, sin conseguirse un desarrollo armónico (Altés, 2008: 7). Ello ha supuesto para México dejar sin explotar una amplia gama de “productos atractivos y sustentables en el campo del turismo cultural, de negocios, ecoturismo y aventura, turismo de salud, deportivo y de lujo”, desaprovechando así su patrimonio natural, histórico y cultural (Programa Sectorial de Turismo, 2013: 6).

---

<sup>1</sup>El presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Juan Pablo Castañón, lamentó que el mercado natural de visitantes, los Estados Unidos, continúe disminuyendo por la percepción de la inseguridad. Para la organización patronal este fenómeno ha provocado que el sector turismo pierda competitividad respecto a otras naciones, pues aunque la derrama económica aumentó en el último año (2013), el gasto de los visitantes extranjeros ha mostrado una disminución desde hace 6 años comparado con otros destinos turísticos (González, 2014).



Al tomar en cuenta los principales rasgos de la industria de la hospitalidad en México es más que pertinente plantear propuestas de proyectos de turismo cultural gastronómico, especialmente en entidades en las que esta rama del sector servicios de la economía es dominante y que además presentan una marcada especialización en el segmento tradicional de sol, playa y mar. Este es el caso de Quintana Roo, conocido mundialmente por destinos como Cancún y la Riviera Maya<sup>2</sup>, cuyo sector servicios (del que destacan las actividades de alojamiento temporal y preparación de alimentos; comercio, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles; transportes, correos y almacenamiento), se estimó que representó entre 2012 y 2014 alrededor del 89.2% del total del Producto Interno Bruto (PIB) del estado (Aregional, 2012: 240). La alternativa de una ruta cultural gastronómica en Quintana Roo puede contribuir a diversificar la oferta de recreo y esparcimiento con que cuenta el país y la entidad en particular, además de impulsar el desarrollo socioeconómico a nivel local. Si bien las opciones de emprendimiento de tipo cultural son amplias dada la riqueza que el país y sus regiones atesoran, se ha escogido una parte del legado y tradición rural gastronómico de Quintana Roo, bajo el estímulo que significa que en 2010 la UNESCO haya declarado a la Gastronomía Mexicana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, con la propuesta titulada “La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán” (UNESCO, 2010).

---

<sup>2</sup> “La Riviera Maya se extiende a lo largo de la costa noreste de la Península de Yucatán en el estado de Quintana Roo, con una superficie de 181 831 ha, desde Playa Secreto, al sur de Puerto Morelos, norte de Playa del Carmen, hasta Punta Allen en la zona norte de la Reserva de la Biósfera de Sian Ka’an. Comprende más de 22 microdestinos turísticos y alberga las zonas arqueológicas de Tulum y Cobá, parques temáticos como Xcaret y Xel-Ha, parte de la segunda barrera arrecifal más grande del mundo (la Mesoamericana), una fracción de la Biósfera de Sian Ka’an, el Santuario de la Tortuga Marina Xcacel-Xcacelito, sistemas de aguas subterráneas con cuevas, cavernas y cenotes, y numerosos destinos de playa, como la Ciudad de Playa del Carmem” (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2008: 32).



El turismo en el estado de Quintana Roo presenta rasgos similares en cuanto a especialización a los que se tienen a nivel nacional, aunque el grado de concentración por segmentos o productos y por área geográfica es aún mayor. Debe resaltarse el hecho de que la economía del estado depende sobremanera del turismo, pero principalmente del producto de sol, mar y playa, dando ello lugar a desequilibrios territoriales importantes en términos de vocaciones productivas, ocupación del espacio y crecimiento poblacional. Por ejemplo, si se considera la composición del PIB de la entidad, el desbalance entre sectores económicos es muy significativo. En el 2010 la participación del sector primario fue de apenas 1.1%, la del secundario 11%, mientras que la del terciario fue de 87.9%. Y de este último, las ramas “transporte, correos y almacenamiento”, “servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles”, y “servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas”, representaron el 37.2% del PIB estatal (INEGI, 2011: 42). Sin embargo, y como ya se mencionó, para el bienio 2012-2014 se calculó que la proporción del sector servicios en el PIB estatal aumentó 1.3% para ubicarse en 89.2%, en tanto el sector primario bajaría aún más para ubicarse en apenas 0.7% y el sector secundario disminuiría un 1% para situarse en 10% (Aregional, 2012: 240). Pero a este desequilibrio en la composición del PIB estatal se corresponde igualmente una acusada aglomeración de actividades en el territorio. Por ejemplo, de los 9 millones 411 mil 263 turistas que recibió Quintana Roo en 2013, Benito Juárez (Cancún) y la Riviera Maya alojaron a 8 millones, 255 mil 77, lo que representó el 87.6% del total. De igual modo una gran parte de la infraestructura turística se localiza en la zona norte del estado, en donde se encuentran los principales destinos de sol y playa. Tan sólo los municipios de Benito Juárez, Solidaridad y Tulum tienen 75 mil 927 cuartos de hotel de un total de 85 mil 669 con que cuenta todo el estado, esto es, concentran el 88.6% de las habitaciones. Se tiene así que la derrama económica de Cancún y la Riviera Maya suma 6 mil 967 millones de dólares de 7 mil 577 millones de dólares que genera la industria turística en la entidad, es decir, que estos dos destinos representan el 91.9% del total (Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo, s/f).



El dinamismo del sector turismo en la zona norte ha propiciado un elevado crecimiento poblacional, principalmente por el movimiento de personas. De hecho, los municipios de Benito Juárez (Cancún), Solidaridad (Playa del Carmen) y Tulum son los de mayor atracción de población inmigrante de 5 años o más proveniente de otra entidad, con un 28.0, 14.3 y 13.6% respectivamente (Gobierno del Estado de Quintana Roo, s/f: 13). Según el Consejo Estatal de Población del Estado de Quintana Roo (COESPO), en el 2011 el estado de Quintana Roo tenía 1 millón 396 mil 747 habitantes, de los cuales 851 mil 702 correspondían a los municipios de Benito Juárez (680 841) y Solidaridad (170 861), o sea, el 60.9% del total. En cambio, el número de habitantes que sumaron los tres municipios que conforman la llamada Zona Maya fue de 149 mil 885 personas, es decir, el 10.7% de toda la población de la entidad, distribuyéndose de la siguiente manera: José María Morelos (43 344), Lázaro Cárdenas (25 983) y Felipe Carrillo Puerto (80 558) (Consejo Estatal de Población del Estado de Quintana Roo, s/f). Estas demarcaciones además se caracterizan por tener un alto porcentaje de población rural, la que presenta rezagos y niveles de marginación importantes, cuyo peso en la vida económica del estado es mínimo. Por ejemplo, con base en cálculos del censo económico 2009 del INEGI, estos tres municipios contaban con apenas el 6.5% de las unidades económicas del estado, el 2.9% del personal ocupado y el 3% del total de las remuneraciones (Espinosa, 2013: 160). Además, si bien es cierto que en 2010 Quintana Roo no tuvo ningún municipio con un grado de rezago social “alto” o “muy alto”, resalta que Benito Juárez, Solidaridad, Cozumel, Othón P. Blanco e Isla Mujeres registraron un nivel de rezago social “muy bajo”, en tanto Lázaro Cárdenas, José María Morelos y Felipe Carrillo Puerto fueron los únicos con un grado de rezago social “bajo” (Consejo Estatal de Población del Estado de Quintana Roo, s/f).



Al considerar el perfil y el peso que la industria turística tiene en la vida económica y social, y en la configuración del territorio quintanarroense, es más que oportuno examinar nuevas alternativas para que a partir de una oferta distinta y nuevos productos, se aproveche el dinamismo de esta actividad y participen de sus beneficios las comunidades rurales. De lo que se trata es de proponer acciones, por pequeñas que parezcan, eventualmente sirvan para junto a esfuerzos de mayor calado (política pública), se revierta la actual tendencia de desgaste del tradicional producto ofrecido en los destinos turísticos de Quintana Roo, y se vaya alcanzando un desarrollo más equitativo socialmente, y equilibrado geográfica y económicamente. Para tal efecto, es preciso idear una propuesta de negocio que recoja la originalidad y el valor de las tradiciones y costumbres de las comunidades rurales quintanarroenses, a la vez que se aprovechan los preciados recursos naturales con que cuentan, a fin de brindar a viajeros nacionales y extranjeros una experiencia singular. Lo que se espera con ello es contar con un medio para revalorizar el patrimonio cultural de dichos pueblos, mejorar las condiciones de sus habitantes y salvaguardar el medio ambiente. Actualmente no existe una ruta cultural gastronómica o alimentaria en el estado de Quintana Roo, de ahí que se proponga su creación, algo que ya han impulsado gobiernos, empresarios, comunidades y organizaciones de otras naciones y entidades del país para fomentar el desarrollo local a través de esta particular forma de turismo.

### Metodología

El presente trabajo puede clasificarse como una investigación de tipo documental, pues descansa fundamentalmente en el uso de fuentes de información primaria como documentos públicos y censos, libros, artículos de revistas especializadas y notas de periódicos, entre otros, accesibles todos ellos en formato impreso, digital o en línea.





Podría además señalarse que considerando el propósito de este artículo, es decir, su propuesta de cambio de un fragmento de la realidad a partir de confrontar la teoría con la práctica, tiene entonces rasgos de una investigación acción (Garza, 2007: 21). Otro aspecto que ha de resaltarse es el empleo de la comparación no tanto para encontrar correspondencias entre variables y confirmar así patrones o regularidades propias de una generalización o teoría, sino más bien para darle sentido al caso que se estudia. Si se recurre aquí al examen de distintas experiencias de turismo cultural en ciudades europeas, y de rutas gastronómicas en diferentes naciones y entidades del país, es porque “el conocimiento de los casos se considera un fin importante de la investigación comparativa con independencia de cualquier otro fin que pueda perseguirse” (Ragin, 2007: 177). Una vez hechas estas precisiones metodológicas, lo que sigue es el establecimiento de aquellos conceptos clave que ayuden a comprender mejor el objeto de la realidad sobre la cual se trabaja en esta propuesta de transformación del turismo en Quintana Roo.

Al hablar de turismo cultural como el eje central en torno al cual se plantea un proyecto de ruta cultural gastronómica de la miel en el estado, conviene conocer algunas experiencias similares en los contextos internacional y nacional, de las cuales aprender y obtener conclusiones útiles. Habría que partir, en consecuencia, por definir al turismo cultural y su relación con un segmento o producto específico, como un circuito o ruta, cuyo atractivo para los turistas sea principalmente las expresiones culinarias, gastronómicas o alimentarias, a la par que otras manifestaciones de la identidad e idiosincrasia de una comunidad, como la música, los bailes, las artesanías, las festividades religiosas, la arquitectura, entre otras. Ahora bien, hecho esto y después de dejar en claro cuál es el significado de esta especial forma de hacer turismo, es necesario descubrir las relaciones existentes con los temas propios del desarrollo, esto es, el bienestar medido en términos de mejor calidad de vida, dadas las condiciones de rezago de varias de las localidades del estado de Quintana Roo.



Todo ello dará mayor sentido al análisis sobre las experiencias o mejores prácticas de turismo cultural gastronómico, en tanto componente clave de cualquier política, estrategia o programa público para la diversificación del producto turístico en Quintana Roo que coadyuve a alcanzar una sociedad más incluyente, competitiva y sustentable.

Sirva por el momento señalar que un estudio de esta naturaleza resulta fundamental para conocer, en primer lugar, el rico legado cultural gastronómico de Quintana Roo, es decir, lo que conocemos como cocina Peninsular. Y en segundo lugar, su utilidad para trazar una ruta gastronómica<sup>3</sup> que apoye el desarrollo de las comunidades de las zonas rurales de la región, a partir de la recuperación de su patrimonio cultural y agrícola, buscando el beneficio de los habitantes de dichas localidades y no sólo el de entes privados, como tour operadores y guías de turistas. Un proyecto y eventualmente un programa público que respalde la creación de una ruta gastronómica o alimentaria podría contribuir a dar solución a otros problemas del entorno, como el declive de la economía rural y el éxodo de sus habitantes a las ciudades turísticas en busca de nuevas oportunidades de trabajo, con la consecuente pérdida de valores y costumbres de quienes se ven forzados a dejar su lugar de origen.

---

<sup>3</sup> Entiéndase por ruta gastronómica un producto turístico que comprende recorridos especialmente diseñados para ofrecer a los visitantes los platillos y las bebidas tradicionales. Las actividades generalmente abarcan aspectos como la visita a mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, casas de los lugareños, así como la participación en fiestas, entre otras. Uno de los objetivos de este tipo de turismo es el de ser sorprendido con nuevos sabores y preparaciones culinarias (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2002).



---

## Turismo cultural

El turismo cultural se define como aquel viaje cuyo propósito es “conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Secretaría de Turismo, s/f). Para el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, por sus siglas en inglés), el turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene entre otros objetivos, el descubrimiento de monumentos y sitios de un destino específico (ICOMOS, 1976). El turismo cultural también se define como aquella actividad recreativa o de ocio que supone conocer, apreciar o comprender los objetos u obras de una cultura, así como entrar en contacto con la población local a través de las múltiples expresiones que ésta despliega para definirse a sí misma y dar significado a su diario acontecer. Para esta forma de turismo cobran sentido y tienen atractivo como productos, todas aquellas expresiones culturales, como la religión, la literatura en la lengua nativa, la música, la danza, las fiestas tradicionales, las artesanías y la gastronomía (Bonfil, 1991: 47). En consecuencia, el turismo cultural no puede entenderse sin el vínculo que guarda con la herencia material e inmaterial de un pueblo, es decir, con el patrimonio cultural de este último y que engloba la memoria, el legado y la identidad colectiva que sirven de base para la creatividad, la innovación y para reforzar el sentido de pertenencia (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, s/f). Por otro lado, debe considerarse que este tipo de turismo presenta bondades que no deben pasarse por alto, en particular cuando se le compara con el tradicional segmento de sol, mar y playa. En efecto, pues desde un punto de vista económico y comercial, el turismo cultural, al descansar en el consumo de productos con significado meramente cultural, no está supeditado a la estacionalidad impuestas por las condiciones de clima, ayudando así a romper con la dependencia hacia las estaciones o temporadas “alta” y “baja”, a la vez que atrae visitantes a zonas menos frecuentadas (Ávila, 2007: 12-13).



## Turismo cultural gastronómico

Las tendencias actuales del mercado turístico muestran la influencia creciente de la gastronomía como motivo primordial para elegir un destino para vacacionar. Aunado a ello, con la globalización y los avances tecnológicos ha aparecido la figura del “Nuevo turista”, el que se caracteriza por estar mejor informado y, por lo mismo, demanda mayor autenticidad y experiencias reales. Este tipo de turista, además, demuestra más interés por interactuar con la cultura de la localidad que visita (Westering, 2007). Estos dos hechos indican cómo con el paso del tiempo la industria turística y el viajero han ido dibujado nuevos perfiles en los productos, experiencias y sujetos que participan en el turismo. De entre estos cambios destaca la creciente importancia y revalorización que se ha dado a la cultura, entendida ésta como “patrimonio intelectual y material, casi siempre heterogéneo... en general durable, pero sujeto a continuas transformaciones de ritmo... de acuerdo con la naturaleza de sus elementos y de las épocas...” (Gallino, 2008: 243). La gastronomía y los productos alimenticios asociados a ella, en tanto elementos de la cultura, ofrecen la oportunidad de vivir una experiencia de forma activa, pues permite al sujeto, en este caso el viajero, entrar en contacto con personas locales y su modo de vida. Dicha experiencia gastronómica adquiere hoy en día una mayor relevancia al coincidir con una tendencia dominante en el turismo, que induce al viajero a que corrobore y experimente todo aquello que se divulga de la cultura de un destino en libros, revistas, televisión e internet, a oler los productos y especies, y “probar” y “digerir” las prácticas culinarias del lugar que se visita, que muchas veces se adoptan al regresar a casa (Westering, 2007). En síntesis, en la actualidad se asume que el término “turismo culinario” expresa la idea de conocer y experimentar otras culturas por medio de la comida (Kivela, *et al.*, 2006).



Es evidente que los cambios sufridos por la industria turística y el nuevo tipo de visitante que ha surgido de estas modificaciones, han revalorado a la cultura como producto y experiencia de viaje.<sup>4</sup> En este sentido, organismos internacionales como la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) señalan que los proyectos de rutas turísticas nacen como una vertiente del turismo cultural, con el fin de contribuir al desarrollo económico, a la vez que permite conocer el patrimonio de los sitios visitados y abrir canales de comunicación entre viajeros y anfitriones. Dicho de otro modo, la creación de las rutas comprende un claro componente de desarrollo local, que favorece la interacción en sociedades multiétnicas al hacer patente el intercambio intercultural a través de los siglos, y reflexionar en torno al diálogo entre los pueblos de la sociedad moderna (UNESCO, s/f).

### Experiencias internacionales de turismo cultural

Algunas de las experiencias de turismo cultural que han destacado a nivel internacional son las iniciativas “Capital Europea de la Cultura”, antes “Ciudad Europea de la Cultura”, y “Mes Cultural Europeo”, ambas promovidas por la Unión Europea. La primera de ellas surgió a propuesta de la entonces Ministra de Cultura de Grecia, Melina Mercouri (1920-1994), y que fue aprobada el 13 de junio de 1985 por el Consejo de Ministros de la Unión Europea (Correa, 2010: 52). Al reconocerse que dicha iniciativa “se había convertido en un factor de desarrollo local y regional, la Comisión Europea impulsó en 1999 su transformación en una acción de la Unión Europea”, cuyas “normas fueron renovadas en 2006” (Gobierno de España, s/f). El principal propósito de esa acción es la de “resaltar la riqueza, la diversidad y los rasgos comunes de las culturas europeas, así como a promover una mayor comprensión mutua entre los ciudadanos europeos” (Gobierno de España, s/f).

---

<sup>4</sup> En 2005 se estimó que más del 50% de la actividad turística en Europa estaba impulsada por el legado cultural y se esperaba que el turismo cultural fuera lo que más creciera en el sector turístico (Europa Nostra citado en Organisation for Economic Cooperation and Development, 2009).



Si bien se han mantenido los objetivos originales de la iniciativa de la entonces ministra Mercuri, poner la cultura de las ciudades a disposición de los pueblos de Europa y crear una imagen de una cultura europea en su conjunto, la tendencia se ha ido orientando hacia “motivos económicos cada vez más explícitos...” al ser utilizada por ciudades en decadencia “como fuente de desarrollo económico” (Richards, 2001: 8).

La ciudad escocesa de Glasgow fue designada Ciudad Europea de la Cultura en 1990, lo que las autoridades supieron aprovechar para transformarla a partir de un ambicioso proyecto de regeneración urbana iniciado con antelación. En efecto, esta ciudad, que estaba en franca decadencia como resultado de la crisis económica y la desindustrialización, revitalizó una imagen histórica única y atrajo inversiones y visitantes, “al añadir atractivo al centro urbano a través del arte y la cultura”, lo que incluyó tiendas, restaurantes y entretenimientos (Correa, 2010: 96). Otro caso de renovación urbana y de promoción turística, a partir del aprovechamiento de un rico legado histórico arquitectónico y de la celebración de eventos internacionales de gran escala, fue el de la Ciudad de Barcelona. Esta última, con motivo de la celebración de las olimpiadas de 1992, construyó infraestructura y reconvirtió zonas decadentes, que después utilizó para recibir corrientes de turistas atraídos por una urbe con un fuerte perfil cultural. Este cambio descansó, entre otros, en museos, productos como tarjetas de descuento para el transporte y asistencia a eventos culturales, así como en una planificación cuatrienal (Correa, 2010). El programa “Barcelona es Cultura 2000-2004”, tematizó cada uno de los años del periodo: “2000, Año de la Música; 2001, Año del Arte Contemporáneo; 2002, Año de Gaudí; 2003, Año del Diseño; y 2004, Año Dalí y del Fórum Universal de las Culturas”. De acuerdo con Correa, dados los buenos resultados que se obtuvieron, se mantuvo la misma estrategia los siguientes años y el año 2005 “fue designado Año del Libro y la Gastronomía” (Correa, 2010: 117).



## Turismo cultural, rutas gastronómicas y alimentarias: casos internacionales

En los últimos años diferentes naciones han venido promoviendo las rutas gastronómicas o alimentarias como una forma de turismo para rescatar, reforzar y dar a conocer la identidad cultural, así como lograr mayores niveles de desarrollo local. De acuerdo con Blanco y Riveros, estas rutas que se inscriben dentro del agroturismo, “se organizan en torno a un producto clave que las caracteriza y les otorga su nombre y se complementan con actividades relacionadas con los recursos específicos del territorio: comida, producción agroindustrial, entretenimientos en la naturaleza y otras manifestaciones de la cultura regional” (2004: 5). De acuerdo con Barrera y Bringas, “Francia ha liderado el desarrollo del turismo rural en el mundo y también el de las rutas gastronómicas (Barrera, *et al.*, 2008: 5) en tanto España cuenta ya con 13 rutas del vino (Barrera *et al.*, 2009). En 2005 las rutas del vino en los Estados Unidos captaron a alrededor de 27 millones de turistas, de los cuales 19.7 millones correspondieron al estado de California; es en este último donde se localiza el Valle de Napa, el que tiene “la más exitosa ruta del vino en el mundo” (Barrera *et al.*, 2009). En Latinoamérica, por ejemplo en Costa Rica, instituciones, productores de leche y ONG’s han elaborado propuestas como La Ruta del Queso Turrialba, “en la cual el turista pueda disfrutar de las visitas a las fincas lecheras y plantas quesera y de los atractivos naturales (ríos, cataratas, lagunas, paisaje, aves, plantas, el Volcán Turrialba y el Parque Arqueológico Guayabo), culturales e históricos, así como el disfrute de platos típicos de la zona...” (Blanco, *et al.*, 2004: 6). Colombia cuenta con la ruta del café, un caso que merece ser analizado con más detenimiento, pues de haber iniciado en 1995 con cuatro haciendas cafeteras, casi 13 años después se habían incorporado ya un total de 600. Otra experiencia que bien vale la pena conocerse con más detalle, es la de Los Caminos del Vino de Mendoza, en Argentina; una iniciativa surgida de una organización gremial de bodegueros (Barrera, *et al.*, 2008: 8).



## Turismo cultural y rutas gastronómicas en México

Se puede argumentar que México ha desaprovechado las opciones de desarrollo y de diversificación turística que representan las rutas gastronómicas y alimentarias, así como otros segmentos de tipo cultural. De hecho, la UNESCO ha presentado a la cocina tradicional mexicana como un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales. Por tanto, los esfuerzos para preservar este patrimonio intangible hacen visible la importancia que ésta posee como medio de desarrollo sostenible (UNESCO, 2010).

A partir de 2002, el gobierno mexicano, a través de la Secretaría de Turismo, en plena concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo 2000-2006 y como parte del Programa de Desarrollo del Turismo Cultural, implementó una serie de acciones con la finalidad de lograr el correcto aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, sin perder de vista la rentabilidad económica y social de los proyectos. De entre las medidas puestas en marcha se crearon rutas, circuitos y recorridos culturales, de los que destacan: “Los Misioneros de las Californias” (Sonora, Baja California y Baja California Sur); “La Ruta del Vino” en Baja California; “La Ruta del Agave” en Jalisco; “Los Ex Conventos Agustinos” (Morelos, Puebla, y Estado de México); “El Camino Real de Tierra Adentro” (Querétaro, Guanajuato, Aguascalientes, Zacatecas, Durango y Chihuahua); y la ya conocida “Ruta Maya” (Chiapas, Yucatán, Quintana Roo y Campeche) (Lara, 2005).





En el caso del turismo cultural gastronómico o alimentario, se conocen algunas experiencias en México que es conveniente tomar en cuenta como referentes a considerar para plantear una ruta de este tipo en el estado de Quintana Roo. Por ejemplo, la Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora y la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, “han reconocido el creciente interés de los visitantes por la cocina de la región del río Sonora... por ello la han promovido como una ruta turística gastronómica” (Sosa *et al.*, 2013: 170). En el caso de la Ruta del Tequila, ésta nació con el propósito de mejorar la competitividad turística del estado de Jalisco. Se estima que 53 empresas participan en la ruta aunque sólo se han incorporado una escasa cantidad de productores de agave. En Zapotitlán Salinas, Puebla, está en curso el proyecto de la Ruta de la Sal, un producto identitario de una comunidad que presenta altos niveles de marginación y de la que una gran parte de su población ha emigrado (Barrera *et al.*, 2009). En distintas entidades del país se empieza a manifestar el interés por desarrollar rutas rurales gastronómicas o alimentarias, como es el caso de Zacatecas. En este estado en particular, González Ávila desarrolló un Índice de Evaluación de Rutas Agro-Culturales para valorar cinco posibles opciones: la Ruta del Chile; del maíz; ganadera; láctea; y de la fruta (González-Ávila, 2011).

Hay quienes proponen crear en México rutas temáticas, cuyo eje y atractivo es el patrimonio histórico y la arquitectura. Este es el caso de edificaciones o templos religiosos neogóticos ubicados en los estados de Jalisco, Michoacán y Guanajuato. Estas construcciones, algunas de ellas sobresalen por ser monumentales o de grandes magnitudes, no sólo captan la atención por sus formas y detalles, sino que tienen un significado y “son el receptáculo de actividades vinculadas a la creencia y a la fe...”, representan “el cuerpo de Cristo...” y a “una comunidad protegida por una determinada advocación” (Checa A., 2015: 139, 147). Según Checa, “una propuesta de ruta temática con estos templos... permitiría... potenciar su uso desde un punto de vista turístico que retoma una serie de edificios receptores de identidad espiritual y memoria ciudadana” (Checa A., 2015: 150).



## Ruta turística cultural en Quintana Roo: gastronomía, recursos naturales y arquitectura

Una vez presentado el perfil económico y social de Quintana Roo, que se han definido conceptos clave que precisan el significado, así como la trascendencia del turismo cultural y las rutas gastronómicas, además de haber descrito distintos casos en los ámbitos internacional y nacional, se pueden identificar los elementos clave para una propuesta de ruta turístico cultural que tenga a la miel como el producto alimenticio del que se desprendan diferentes actividades recreativas y de revalorización de diversas manifestaciones de la identidad de una comunidad maya. Habría que partir por reconocer que el principal reto hoy en día para Quintana Roo es crecer de manera sustentable garantizando el desarrollo desde lo local, con la integración de las nuevas generaciones a dinámicas de aprovechamiento de los recursos naturales, materiales y simbólicos propios de su entorno para beneficio de la comunidad. En este sentido, la Secretaría de Turismo del Estado ha señalado que es necesario realizar una serie de acciones para integrar al recurso humano a los beneficios del desarrollo mediante la promoción del consumo de productos y servicios locales; propiciar el crecimiento sustentable para que más grupos de la población local participen de la derrama económica generada por el sector turístico, a partir de nuevos segmentos o productos, como el turismo ecológico y cultural.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Conferencia "Retos y oportunidades del sector hotelero", ofrecida por el Ing. Raúl Andrade Angulo en la Unidad Académica Playa del Carmen de la Universidad de Quintana Roo, el 21 de febrero de 2013.



Si bien es cierto que se hace evidente el interés estatal por diversificar el producto turístico e incluir a las comunidades en la dinámica propia de dicha actividad económica, ello ocurre al mismo tiempo que el tradicional producto de arena, sol y mar, continúa dominando en términos de política pública, inversión y discurso e imaginario colectivos. Por ejemplo, el Programa Sectorial de Diversificación y Desarrollo Integral del Turismo, del Gobierno del Estado de Quintana Roo, establece entre los objetivos y metas de la estrategia cuatro, el de “impulsar los nuevos destinos turísticos Grand Costa Maya, Playa Mujeres y Pueblo Mágico de Bacalar”. Sin embargo, también se pretende “desarrollar por lo menos 6 nuevos productos turísticos aprovechando el potencial cultural, histórico y natural de las comunidades rurales del estado”. Se señala que Quintana Roo “es el destino de sol y playa número uno de América Latina y el Caribe”, mismo que en el periodo 2005-2011 incrementó su oferta hotelera con 22 mil cuartos, cantidad similar que se estima añadir en el lapso 2001-2016 (Gobierno del Estado de Quintana Roo, s/f). Es evidente que la dinámica propia de una bien establecida industria turística en la entidad en el segmento tradicional se va a mantener y que la política pública le seguirá apoyando.<sup>6</sup> No obstante ello, la actual situación por la que pasa el sector turismo en México y que se expresa en general en una menor competitividad, resultado entre otros de una escasa diversificación de su oferta, obligan a las autoridades, a los empresarios, academia y la sociedad civil, a explorar y plantear nuevas opciones.

---

<sup>6</sup> Durante su tercer día de actividades en la 35ª edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2015 celebrada a fines de enero en Madrid, España, el gobernador de Quintana Roo, Roberto Borge Angulo, participó en el lanzamiento de la campaña “Cancún y los tesoros del Caribe”. En esta última se promovieron paquetes en destinos de playa, como Holbox, Isla Mujeres, Cozumel, Puerto Morelos e Isla Contoy (CancúnMio.com noticias, 2015).



La propuesta que se plantea de una ruta gastronómica alimentaria en Quintana Roo, constituye una alternativa de turismo cultural incluyente y responsable que tiene cabida en lo establecido en las políticas y estrategias gubernamentales. Ello vendría a fortalecer la identidad local, recuperando el sentido de las expresiones culinarias, tradiciones, productos y procedimientos que comienzan a diluirse por la oferta gastronómica ofrecida en los polos turísticos y la influencia del gran número de inmigrantes que llegan a trabajar a los mismos.

Por ejemplo, la frontera México-Belice aledaña a Chetumal la ciudad capital del estado, tiene de acuerdo con Güemes y Ramírez, una gastronomía con cierta diversidad de mezclas y sabores producto de las influencias indígena maya, la inglesa y la (*kreyol*) creol-africana (2012: 107), aunque carece de “platillos propios que le den una marcada identidad gastronómica (2012: 110).

En efecto, sin ir en contra de las preferencias del turista y la lógica del mercado, se observa que en destinos del estado de Quintana Roo predomina una oferta gastronómica mal interpretada y sin identidad, la que se presenta y comercializa como “cocina mexicana”, en burritos, fajitas, chimichangas de tortilla de harina, nachos, chili con carne, crispy tacos, entre otros. En contraste a esta oferta, se encuentra lo que se ha desarrollado como parte del turismo cultural en los vecinos estados de Yucatán y Campeche; ahí, se han diseñado rutas de visitas, sacando provecho de su gran patrimonio arquitectónico en combinación con la oferta gastronómica regional y manifestaciones de arte popular (Molina, 2010).

El primer paso para entender la gastronomía y productos alimenticios de un pueblo es revisar su historia y así poder comprender el uso de estos últimos, como de los utensilios y rituales que la componen.



En el caso del territorio que actualmente se conoce como el estado de Quintana Roo, cabe destacar que en la época prehispánica estuvo densamente poblado y poseía ciudades claves del mundo maya, considerados puntos estratégicos de intercambio y navegación, lo que les confirió una marcada importancia comercial en el periodo clásico y posclásico.<sup>7</sup> Desde la llegada de los españoles, éstos enfrentaron por muchos años la resistencia de los mayas, por lo que “la región ahora conocida como el Caribe mexicano no se repobló durante toda la conquista y la colonia” (Dachary & Arnaiz, 2014: 62). De hecho, en 1643 el obispo de Yucatán... “comunicó que en toda la provincia había alrededor de 68 142 indios, de los cuales, en el sureste sólo se habían podido congregarse a 130 familias en seis pueblos” (Vázquez B., 2014: 334). Durante el virreinato, Bacalar tuvo cierta importancia económica, siendo el fuerte la única defensa con la que contaron los españoles en el oriente de Yucatán para contener el expansionismo inglés (Vázquez, 2014: 340-341). En esta misma época el territorio se destacó por ser blanco de la piratería y por el saqueamiento del palo de tinte que más tarde daría lugar al establecimiento de los ingleses en Belice (Careaga, 1990). De acuerdo con Checa, un lucrativo negocio, el palo de tinte, sería parte central de la rivalidad entre España e Inglaterra por el dominio del Caribe (2009: 20). Ya en la Colonia y en buena parte del México independiente hasta entrado el siglo XX, los pobladores mayas fueron víctimas del despojo y la explotación, lo que les llevó a levantarse en armas en 1847, hecho conocido como la guerra de castas. Fue así como se fundó Chan Santa Cruz (hoy Carrillo Puerto) y culturalmente surge una nueva tradición con rasgos prehispánicos, cristianos y militares meramente quintanarroenses. Entre las tradiciones culturales que la caracterizan se encuentra una cocina propia con ciertas diferencias con respecto a la de los mayas del estado de Yucatán. Los pobladores “preparan atoles con camote y con pepita, frijol blanco o ciruelas en pipián y semillas de parota fritas, amén de numerosos animales silvestres, entre otras cosas” (Sistema de información cultural, s.f.).

---

<sup>7</sup> El periodo clásico de la cultura maya prehispánica abarcó del año 100 al 900/1000 d. C., y el posclásico del año 900/1000 hasta el momento de la conquista española del último reducto maya, Tayasal Itzá (Sharer en Balam, 2010: 22).



Algunos autores coinciden que no obstante la riqueza del Estado en cuanto a recursos naturales, no se les ha explotado oportunamente, desaprovechando algunas especies que pudieran ser explotables desde la perspectiva gastronómica, cinegético, peletero y turístico. Tal es el caso del Venado cola blanca, temazante, puerco de monte, tepescuintle, armadillo, perdiz, patos, hocofaisán, chachalaca, pavo de monte, palomas, flamenco, aves costeras y marinas, jaguar, ocelote, tigrillo, mono, cocodrilo y víbora de cascabel (Chávez, 2012). En el mismo sentido, Anda (2004) señala que debido a la forma en que se ha dado históricamente la explotación de las maderas tropicales en la entidad, no se ha arraigado una cultura silvícola. A manera de ejemplo pone el caso del ejido Tres Garantías, en donde a pesar de la gran cantidad de árboles de caoba, la población local no fabrica muebles con esta madera e incluso es difícil encontrar carpinteros. Otro caso es el de la arquitectura histórica en madera de Chetumal, considerada patrimonio de gran valor para la identidad de la ciudad capital y que, según Checa, está en vías de extinción producto de una “política errática por parte de quienes deberían procurar la protección de ese patrimonio”; los escasos reclamos ciudadanos por su falta de conservación; por el abandono y destrucción de las edificaciones; la indefinición del proyecto de creación de un centro histórico para la ciudad y el poco atractivo que representa para el turismo masivo (2012: 60-62). Este autor plantea una propuesta de puesta en valor de este patrimonio, el que suma 140 estructuras habitacionales, mediante posibles rutas e itinerarios que pudieran ser útiles para crear un producto turístico (2012: 64). Como él señala, “el itinerario posible... refrenda la posibilidad no sólo de visualizar *in situ* las distintas casas desde el exterior, sino que podría combinar el acceso al interior de alguna de ellas” (2012: 65).



Resulta pertinente estudiar además de la cultura gastronómica autóctona de Quintana Roo, los productos animales y vegetales que podrían ser utilizados como atractivos turísticos y a partir de ellos trazar una ruta agroturística en el estado. En este sentido, Barrera y Bringas (2009) recomiendan para la evaluación de los alimentos deseables a integrar en rutas alimentarias, los siguientes criterios: representatividad, sustentabilidad de la oferta, relación con el medio ambiente, generación de empleo, ventajas comparativas, imagen frente al mercado, antecedentes históricos, prioridades de desarrollo, interés de los productores, oferta y demanda gastronómica.

A partir de este criterio algunos de los productos naturales de la entidad que podrían cubrir con los requerimientos anteriormente descritos son la miel y el chicle. Se propone involucrar en una ruta gastronómico alimentaria a poblaciones de la Zona Maya aprovechando el patrimonio material e inmaterial que poseen, además de ser productoras de estos dos artículos. Específicamente se pueden retomar y enriquecer las propuestas existentes de la Ruta de la Guerra de Castas (Ayuntamiento de Valladolid, 2014) y la Ruta de las iglesias en los municipios de Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos, respectivamente.

### **La Ruta de la Miel**

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (Censo Agropecuario, 2007), México se ubica entre los principales países productores y exportadores de miel en el mundo, ocupando el 12° lugar en número de colmenas, con un total de 1 800 000 unidades las que representan el 2.8% del total. Además ocupa el 8° lugar en producción de miel de abeja, con una aportación del 3.6% a nivel mundial y el 3° lugar en exportación de miel orgánica.



Esta actividad productiva que beneficia al sector rural y tradicionalmente se practica por campesinos como una labor complementaria, se ubica entre los primeros lugares del sector pecuario como generadora de divisas por concepto de exportación de miel, fortaleciendo la industria familiar, promoviendo el arraigo de sus miembros en sus lugares de origen y frenando la migración (Censo Agropecuario, 2007).

Las regiones apícolas en México se dividen en cinco y gracias a las diferencias de flora y fauna en el territorio nacional se cuenta con variedad de tipos de miel que difieren en color, sabor, aroma y textura. Dichas regiones son: Norte, Costa Pacífico, Golfo, Altiplano y Sureste o Península de Yucatán. Esta última concentra a la mayor parte de los apicultores del país, destacando por un importante volumen de producción de miel que representa el 72% a nivel nacional con 82 116.93 toneladas. Gracias a su origen en floraciones regionales como la Tzidzilche y Tajonal, goza de excelente calidad que le ha dado prestigio nacional y sobre todo internacional. En cuanto a subproductos de la apicultura, sobresale la venta de cera peninsular con 706.41 toneladas que equivalen al 67.41% nacional. Luego se encuentra el propóleo y el polen con 0.05 y 0.21 toneladas que representan el 0.1 y 0.7% de la producción nacional (Censo Agropecuario, 2007).

En este sentido, de acuerdo con Magaña, Moguel y Leyva (2012), actualmente el comportamiento de la economía nacional y familiar influyen decisivamente en la producción y el mercadeo apícola, lo que ha provocado que la mitad de la producción se comercialice en el mercado interno, a diferencia de un par de décadas atrás cuando el grueso de la comercialización se hacía a nivel internacional. No obstante ello, en México el valor agregado en la cadena productiva y comercial de la miel tiene muy poca relevancia en el sector primario debido a marcadas carencias en infraestructura, conocimientos, capital y liquidez de los apicultores; por tanto se ha limitado básicamente a procesos de acopio, envasado, almacenamiento y distribución.





Dicha situación va en detrimento del desarrollo y fortalecimiento de la cadena productiva conformada por el apicultor, los acopiadores rurales, la empresa comercializadora mayorista y el agente comercial internacional, ya que el ingreso se incrementa conforme se le agrega valor al proceso y éste debería ser equitativo para todos los participantes o eslabones, lo cual no sucede actualmente debido principalmente a las desigualdades en la capacidad de poder de mercado de los integrantes de la cadena. Este fenómeno, aunado a problemáticas como la corta estacionalidad de la cosecha y oferta de miel en el mercado y la necesidad de liquidez de los productores, ha favorecido principalmente a los mayoristas, quienes incluso son los que determinan el precio de la miel y limita los beneficios al apicultor. Por tanto, la importancia socioeconómica de la apicultura se reduce a la generación divisas y de empleos en el medio rural (Magaña *et al.*, 2012).

En Quintana Roo hubo un aumento considerable en el número de colmenas en los últimos años gracias a un mejor control de la abeja africana y el ácaro varroa, así como a apoyos gubernamentales a la apicultura, al incremento en la demanda de miel mexicana en el exterior y el consumo interno. En el 2007 ocupó el 3° lugar nacional con 3 117 unidades (9.2%) y el 8° en existencias de colmenas con 54 174 (4.0%). De sus municipios, Felipe Carrillo Puerto tiene 1 115 unidades de producción y José María Morelos 925, lo que equivale al 5.8 y 3.6% del total peninsular (Censo Agropecuario, 2007). No obstante, las alentadoras cifras, el beneficio económico no se ve reflejado en el bienestar de las comunidades indígenas, ya que “las principales empresas acopiadoras y exportadoras de miel en esta región operan con capital alemán, es el caso de Rucker de México, Alfred L. Wolf, Maya Honey y Apícola del Mayab, aunque también existen establecimientos de productores como los de las Sociedades y Cooperativas de Miel de Yucatán, Campeche y Quintana Roo” (Censo Agropecuario, 2007: 42). No es de extrañar, por tanto, que si bien la demanda aproximada de miel orgánica a nivel mundial es de 6 500 toneladas al año, sólo el mercado alemán consume 2 500 toneladas. El resto de la miel se exporta a Suiza, Bélgica, Italia, Alemania, Japón, Austria, Francia, Estados Unidos e Inglaterra.



Derivado de lo anterior se propone utilizar el atractivo histórico de la miel como uno de los productos distintivos de la ruta, en el que los turistas puedan visitar distintas comunidades de apicultores, quienes muestren el proceso de cuidado de la abeja melipona, la extracción y envasado artesanal de la miel, pero no como puntos productivos comerciales, sino como centros de información e interpretación de la misma, que permitan al visitante reconocer a la miel como un elemento de la cultura maya. Esto permitiría mostrar a la miel como un producto con denominación de origen, cuyo principal atractivo turístico fuera precisamente la nominación maya, ya que uno de los objetivos es el de promover el arraigo del consumo de la miel en la región y retomar el valor cultural que tiene para el pueblo maya desde la época prehispánica, pues es conocido que la actividad apícola se encontraba bien desarrollada y más extendida que en Europa en tiempos de la Colonia. Por ejemplo, este ingrediente, junto con la corteza del Balché, era utilizado para preparar la bebida del mismo nombre con fines religiosos, e incluso había fiestas tradicionales celebradas en torno al dios *Ah-Muzencab* para asegurar el néctar que proveería la miel (Enciclopedia Yucatanense, 1973, en Censo Agropecuario, 2007).

La propuesta de turismo cultural gastronómico que se desprende del presente trabajo se centra en la producción de miel de la abeja *Meliponabeecheii* en las comunidades mayas del estado de Quintana Roo. Una actividad de este tipo contribuye a rescatar una tradición del mundo rural que supone saberes que se han transmitido de generación en generación, que puede favorecer el arraigo en la comunidad de origen de los jóvenes de los pueblos mayas, así como mejorar la condición social y económica de dichas colectividades mediante la comercialización del producto<sup>8</sup> a los visitantes, así como la venta de *tours* a éstos o compañías del ramo para que conozcan y aprecien formas de organización y trabajo propias de un legado o patrimonio cultural ancestral.

---

<sup>8</sup> "...actualmente en la zona maya varias personas están dedicadas a trabajar la meliponicultura, porque se dieron cuenta que la miel que producen esas abejas no es mucha, pero es de alta calidad... un litro de miel... de las abejas nativas cuesta mil pesos; en cambio, la de las abejas europeas, el kilo cuesta de 70 a 80 pesos en el mercado..." (Kauil, 2015: 25).



Este tipo de iniciativas, como señalan algunos, hace conscientes a los meliponicultores sobre la importancia de conservar la selva para poder proveer a las abejas meliponas de un hábitat adecuado, a la vez que promueve una práctica aún valorada entre las familias mayas quienes le atribuyen a su miel una serie de propiedades medicinales (Villanueva *et al.*, 2013: 6).

Quintana Roo es uno de los destinos turísticos más importantes del país, su desarrollo controlado y planificado por el gobierno federal se ha centrado en el turismo masivo de sol y playa. Ello ha causado un cambio socioeconómico y demográfico radical en sólo unas décadas e hizo que el sector terciario de la economía se convirtiera en el principal motor de crecimiento, pero cuyos beneficios económicos se han concentrado en los polos turísticos del norte del estado. Así, hace falta reflexionar sobre los efectos ecológicos y sociales de esta industria, estudiar el tipo de desarrollo regional propicio y plantear la integración de los pobladores a dicha dinámica de crecimiento para mejorar, por un lado, su calidad de vida y, por el otro, proteger el medio ambiente y los recursos naturales. De ahí la importancia de mirar hacia el sur. De hecho, se considera que distintas vertientes del turismo sustentable, como el ecoturismo comunitario, el turismo rural y el turismo arqueológico, constituyen una opción de desarrollo para las regiones sur y centro del estado de Quintana Roo (Carballo S., 2005: 38). Estas zonas continúan estando algo aisladas y han quedado poco pobladas por las migraciones a los polos turísticos, pero poseen áreas naturales y culturales protegidas que gracias a su gran riqueza biológica y patrimonial, pudieran ser de gran interés para segmentos del mercado turístico poco convencional. Estos exigen que los proyectos turísticos que se planeen en esas zonas sean forzosamente sustentables desde el punto de vista ambiental y social.



Se trata de viajeros que valoran y aprecian los numerosos vestigios mayas que ahí se localizan, que disfrutan y conservan los recursos naturales del entorno, y encuentran de gran interés las tradiciones culturales de las comunidades locales. Así, para estos turistas pueden resultar atractivos los proyectos “Costa Maya” y el “Corredor Ecoarqueológico Río Bec”, impulsados por el gobierno del estado con el apoyo de organismos internacionales (Godás, Reyes y Valdivieso, 2007) o bien la ruta de la miel que se plantea en el presente trabajo.

Existen comunidades en el municipio de Felipe Carrillo Puerto que hacen de la producción de miel una actividad complementaria a los ingresos que obtienen de la agricultura y la ganadería. Sin embargo, no existe algún producto turístico que explote el significado material y simbólico que tienen la producción de la miel, en especial la de la abeja melipona. Se observa que ya existen algunos poblados mayas que han entrado en una relación comercial con entes privados del sector turismo, lo que supone el consumo de su forma de vida y tradiciones culturales por una variedad de visitantes nacionales y del extranjero, cuyas motivaciones de ocio no son las mismas. En efecto, al establecerse un vínculo de tipo mercantil entre compañías de venta de tours y las comunidades mayas, se está ante la presencia de turistas cuyo interés por disfrutar de una experiencia de viaje poco tradicional, va desde aquel que desea adquirir conocimientos sobre la historia natural y cultural de los sitios que visita, o quien cuyo propósito principal es realizar un viaje exótico (Carballo, 2005: 44). No obstante ello, e independientemente del tipo de viajero del que se trate, para la mayoría de los miembros de las comunidades de Xcalak, Mahahual y Tres Garantías en el sur de Quintana Roo, el turismo es visto como una posible actividad generadora de ingresos y de arraigo para los jóvenes, evitando así que migren a la zona norte del estado. Estas comunidades participan, en distinto grado y forma, en formas más tradicionales o sustentables de turismo (Daltabuit, 2009: 120).



Es importante resaltar que el contacto comercial entre entes privados y las comunidades mayas involucran a actores con muy distinto poder económico y diferencias culturales que le dan a esa interacción un carácter desigual. Desde una perspectiva que descansa no en el turista, sino en el anfitrión que en este caso se trata de un pueblo maya, cabría preguntarse hasta donde iniciativas de turismo cultural con tan dispares protagonistas cumplen el cometido de rescatar, preservar y valorar tradiciones, costumbres y formas de vida propias de esta comunidad, a la vez que se mejoran las condiciones de vida de sus miembros. Es decir, de lo que se trata es de idear y poner en práctica una operación de negocio de turismo cultural, como una ruta alimentaria o centro de interpretación de la miel, en la que participen la comunidad y agentes privados, entre otros, “sin verlo como mero folclore o como un espectáculo... para los turistas” (Morales, 2008: 133). Por el contrario, el desafío es que una iniciativa de este tipo sea efectiva para resaltar la grandeza de los orígenes culturales, y que también sirva para reapropiarse de las tradiciones, los recursos naturales y el territorio, en tanto medios para lograr la cohesión comunitaria. Visto así, un proyecto empresarial como una ruta gastronómica o alimentaria de la miel, se ubica igualmente dentro del llamado turismo indígena. En efecto, éste se define como “la actividad donde las comunidades y pueblos indígenas ofrecen al visitante la oportunidad de compartir sus tradiciones, usos y costumbres, lo que permite revalorar y preservar sus elementos culturales además del reconocimiento de su identidad, en interacción cotidiana con su medio ambiente de manera sustentable” (Morales, 2008: 133). El acento está en el carácter endógeno de tal esfuerzo, aunque como ya se anotó con anterioridad al rescatar estrategias replicables del ecoturismo, ello no ha de excluir la asociación con agentes privados.

Actualmente empresas que operan en Quintana Roo, como “*allTOURnative*”, ofrece paquetes que se distinguen del tradicional producto turístico que domina la oferta en la zona norte de la entidad, y que incluye variantes de actividades acuáticas y recreativas como paseos en catamarán, visitas a parques como *Xcaret* y espectáculos nocturnos.



De hecho, esta compañía oferta algunos tours que son dignos de considerar para efectos de este trabajo y su propuesta de una ruta alimentaria de la miel. Por ejemplo, los paquetes *Cultural Mayavillage* y *The Original Coba Maya Encounter*, consisten en una visita a la zona arqueológica de Cobá y posteriormente a una comunidad maya. En ésta, por ejemplo, se puede tomar parte en una ceremonia maya: “*Be part of an authentic blessing Maya ceremony that a shaman will perform for you*”. Igualmente se tiene la oportunidad de degustar los platillos de la cocina tradicional: “*Enjoy an authentic Maya menú including soup, chicken, vegetables, rice, beans and hand made tortillas*” (allTOURnative, s/f). Estos productos permiten aventurar la posibilidad para que ejidatarios, comuneros e iniciativa privada, puedan asociarse bajo esquemas que hagan factible repartirse las rentas generadas por la explotación de una ruta cultural gastronómica de la miel. El reto sin duda es que dicho aprovechamiento de un recurso alimenticio como la miel, sea lo más equitativo y no se ponga en riesgo el patrimonio y cultura de los núcleos rurales, ni se atente contra el medio ambiente que rodea a dichos poblados.

Este tipo de experiencias de recreo y ocio, más cercanas al ecoturismo y hasta cierto punto pero con reservas, al turismo indígena, dependen en gran medida de la infraestructura del turismo masivo: grandes hoteles, aeropuertos y agencias de viaje (Carballo, 2005: 37). Ello indica no sólo la dificultad para que iniciativas y proyectos de turismo ecológico, rural y cultural puedan tomar forma y madurar, sino el concurso de agentes comerciales tradicionales y de gran peso, sino hacen evidente la necesidad de involucrarlos desde un inicio. De hecho, hay quienes plantean como una estrategia necesaria para la implementación de diseños de turismo ecológico, la participación conjunta y armónica de “empresas locales y foráneas, líderes y autoridades comunitarias, autoridades de gobierno municipal y estatal, operadores de viaje y comunidad en general” (Carballo, 2005: 41).



La coparticipación de los sectores social y privado en el fomento del turismo cultural y gastronómico debe aprovechar los instrumentos de política de los que dispone la autoridad federal. La Secretaría de Turismo cuenta con la estructura y los programas para apoyar iniciativas de este segmento. Por ejemplo, los programas regionales de esta dependencia promueven la conformación de circuitos y corredores diferenciados que generan valor agregado y sinergias en temas específicos, fortaleciendo y diversificando, así los destinos, estados y regiones turísticas del país. Ello supone el trabajo conjunto entre los gobiernos federal, estatal y municipal; la iniciativa privada; el sector social (comunidades, ejidos y cooperativas); y la academia (universidades, institutos y centros de investigación). Existe el Programa de Desarrollo de Turismo Cultural de la SECTUR, a través del cual la dependencia puede cubrir necesidades de infraestructura y equipamiento para este segmento no tradicional (turismo cultural y gastronómico). Hay pues opciones institucionales que deben explotarse para impulsar una ruta cultural gastronómica de la miel en Quintana Roo. Recientemente la propia titular de la SECTUR, la licenciada Claudia Ruíz Massieu, al reconocer a tres restaurantes mexicanos por ubicarse entre los 50 mejores del mundo, se mostró segura de que México se posicione como la potencia gastronómica de la década. Además informó que tenía "...un par de reuniones con ONU Mujeres y el PNUD, parte de esto tiene que ver en cómo incorporar a las cadenas de valor de turismo, a través mucho de la gastronomía, a las mujeres que viven en regiones pobres" (Excelsior, 2015). Así, lo que sigue es identificar aquellas comunidades rurales en Quintana Roo que empiecen a hacer del turismo cultural gastronómico una opción de desarrollo, a fin de apoyarles en el diseño de un proyecto de negocio y orientarles al momento de acercarse a los entes gubernamentales y privados que habrán de colaborar, uno como facilitador y el otro como socio comercial estratégico.



Existen algunos casos en Quintana Roo que indican las dificultades que han encontrado diversos proyectos ecoturísticos en su propósito de diversificar la oferta de ocio y recreo, en asegurar el mantenimiento y cuidado del medio ambiente y los recursos naturales, y en mejorar las condiciones de vida de las comunidades que se han involucrado en ellos, ya sea por iniciativa propia o por la acción de otros actores, como el gobierno. Por ejemplo, en el caso de Costa Maya, éste nació como una iniciativa gubernamental que en principio se pensó sustentable en lo ambiental y social, pero que terminó convirtiéndose en un modelo convencional en lo turístico, altamente dependiente del mercado internacional de los cruceros. En contraste, el Corredor Ecoarqueológico que incorpora a la comunidad de Tres Garantías y su proyecto ecoturístico, dan cuenta de cómo sus habitantes se integran a él como resultado de la organización interna y de su experiencia en la silvicultura (Daltabuit, 2009:120). El principal atractivo que ofrece son la flora y la fauna de la selva, aunque se incluyen la convivencia con los habitantes y la visita a la localidad. Se comenta que en comparación con los proyectos Costa Maya y Xcalak, en el caso del Corredor Ecoarqueológico “la vinculación de las comunidades con la industria global del turismo se ha dado de una manera muy distinta que en la costa...” (Daltabuit, 2009: 120-121).

Ejemplos como el proyecto ecoturístico de la comunidad de Tres Garantías en el sur del estado de Quintana Roo indican, al igual que en el caso del turismo indígena, que la participación de estos actores en una empresa comercial de este tipo no necesariamente debe ser subordinada, lo que desde luego no supone dejar de reconocer las diferencias de peso económico, político y cultural de quienes se incorporan en ella. Así, frente a la globalización, estas comunidades movilizan a sus miembros para proyectar sus intereses frente a esa dinámica de cambio. Y al tomar dicha postura no actúan como simples receptáculos de las fuerzas globales, sino por el contrario, buscan insertarse en ese proceso para transformar su situación hacia una posición más favorable.





Es bajo esta óptica que la propuesta del presente trabajo para establecer una ruta agroalimentaria a partir del cultivo, extracción y consumo de la miel melipona, cobra sentido y se perciben sus posibilidades de éxito tanto como los obstáculos para llevarse a cabo.

### Conclusiones

El turismo en México se ha orientado sobremano hacia el tradicional producto de mar, sol y playa, lo que se ha traducido en una concentración de la oferta, la demanda y la infraestructura en dicho segmento. Ello ha ido de la mano en casos como el del estado de Quintana Roo, de una dependencia absoluta hacia la actividad turística, expresada en un desequilibrio en la composición del PIB con un abrumador dominio del sector servicios por sobre los sectores secundario y primario de la economía, así como una aglomeración de unidades económicas y de población, en la zona norte de su territorio. Esta singular estructura del turismo del país y en especial de Quintana Roo, han llevado a una escasa diversificación de las opciones de esparcimiento y recreo que se ofrece a viajeros nacionales y del extranjero, lo que significa un agotamiento de la industria de la hospitalidad mexicana y quintanarroense.

La preeminencia del tradicional producto turístico de sol, mar y playa en la oferta e infraestructura de ocio con que cuentan México y particularmente Quintana Roo, suponen el desaprovechamiento de bienes naturales y culturales (materiales o simbólicos), cuya explotación racional y/o sustentable puede traducirse en una mayor diversificación del sector turismo, ampliando la gama de alternativas de descanso y experiencias para visitantes del país y de otras naciones, a la vez que se mejoran las condiciones de vida de comunidades y pueblos con un valioso legado de tradiciones, costumbres, saberes y un rico entorno medio ambiental.



La propuesta de crear una ruta cultural gastronómica en el estado de Quintana Roo, a partir del rescate del cultivo de la miel melipona que aún practican miembros de poblados de la llamada zona maya, representa una oportunidad para revalorar la identidad y formas de vida de estos grupos al convertir dicho patrimonio en un bien cultural para consumo turístico.

Existen experiencias internacionales y nacionales que indican cómo el turismo cultural y las rutas gastronómicas están sirviendo para regenerar ciudades e impulsar el desarrollo a nivel local, principalmente en áreas rurales, a través de la explotación de expresiones culturales, como las festividades religiosas, bailables y danzas, las lenguas nativas, la producción artesanal, y los usos y costumbres alrededor de actividades cotidianas que incluyen la producción de bienes de consumo y de alimentos, entre otros. Las comunidades rurales de la zona maya de Quintana Roo poseen saberes legendarios sobre el cultivo de la miel melipona, que de rescatarse y comercializarse como un atractivo turístico, pueden coadyuvar a la conservación de los recursos de la selva, a reforzar la identidad y sentido de pertenencia de los miembros de dichos grupos, y a alcanzar mayores niveles de desarrollo.

Hay instrumentos de política pública a nivel federal, en particular programas de la Secretaría de Turismo, que deben de aprovecharse para que Quintana Roo explote un segmento del mercado turístico, que hasta la fecha no ha sido atendido. El gobierno del estado mantiene su visión de apuntalar la oferta de destinos de sol, mar y playa, aunque también se ha propuesto impulsar el turismo cultural. De lograrse esto último se estaría aprovechando, por ejemplo, la ruta gastronómica de la miel que aquí se propone, una vocación productiva del sector primario de la economía y todo aquel bagaje cultural de las comunidades mayas, cuya explotación racional en el mercado turístico habría de traducirse en beneficios tangibles y mayor prosperidad.



El estado de Quintana Roo es mundialmente conocido por destinos como Cancún y la Riviera Maya, sin embargo, hace falta plantear alternativas que revitalicen la industria turística de la entidad. Esto supone reconocer en la cultura un bien con un valor turístico comercial que vendría a enriquecer la gama de productos con los que se cuenta en la actualidad para disfrute de los visitantes nacionales y extranjeros. Las comunidades rurales mayas cuentan con recursos naturales económicamente aprovechables y un legado cultural de gran valía que merece ser explotado para salvaguardar saberes legendarios. La producción artesanal y el consumo de la miel, han sido prácticas ancestrales que de ofrecerse al visitante en conjunto con información histórica y cultural sobre la misma, permitiría reconocer a la miel como un producto con denominación de origen, además de un elemento de la cultura local, cuyo principal atractivo fuera precisamente la nominación maya, que se convertiría en la razón principal de los turistas para recorrer una ruta cultural gastronómica, que de materializarse podría ayudar a alcanzar propósitos de orden económico y social más vastos.

### Referencias

- Alcántara, C. (2015, abril 16). Oficializan regreso de México al Top Ten de turismo mundial. En *El Financiero*. [En línea]. Disponible en <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/oficializan-regreso-de-mexico-al-top-ten-de-turismo-mundial.html>, [4 de marzo de 2016].
- allTOURnative (s/f). <https://www.alltournative.com/tours-expeditions/coba-maya-encounter/>
- Altés, C. (2008). *Turismo y desarrollo en México. Nota sectorial*. Banco Interamericano de Desarrollo: Documento de Trabajo CSI-117 ME-P 1020. [En línea] Disponible en [http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/publicacionesexternas/2006\\_BID\\_TurismoyDesarrolloenMexico.pdf](http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/publicacionesexternas/2006_BID_TurismoyDesarrolloenMexico.pdf), [5 de diciembre de 2015].



- Anda G. C. (2004). *Quintana Roo: Coloso Mexicano del Caribe*. México: Grupo Noriega.
- Aregional (2012). *Evolución y prospectiva del PIB regional y estatal de México, 2005-2014*, Año 12 (99). [En línea] Disponible en <http://www.aregional.com/docs/publicaciones/PIB.pdf>, [28 de noviembre de 2015].
- Ávila, R. M. (2007). *Turismo Cultural en México. Alcances y perspectivas*, México: Trillas.
- Ayuntamiento de Valladolid (2014). *Turismo*. México. [En línea] Disponible en <http://www.valladolid.gob.mx/turismo/index.html> [16 de enero de 2016].
- Balam, Y. (2010). *Tulum: mayas y turismo*. México: Universidad de Quintana Roo.
- Barrera, E. y Bringas, O. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic Sciencies: Food for Thought*, 3, 2-11. [En línea] Disponible en <http://por.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/RUTAS%20ALIMENTARIAS.%200ARQUITECTURA%20TURISTICA.pdf>, [21 de noviembre de 2015].
- Barrera, E. y Bringas Alvarado, O. (2009). Rutas Alimentarias: una estrategia de negocios inclusivos que vincula las políticas agrarias y turísticas. *Études caribéennes* (13-14). [En línea] Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/3828> [21 de octubre de 2015].
- Blanco, M. y Riveros, H. (2004, diciembre). Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica). *Toluca: Congreso Agroindustria Rural y Territorio-ARTE*. [En línea] Disponible en [http://www.pymesonline.com/uploads/tx\\_icticontent/R01874\\_rutasalimentarias.pdf](http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01874_rutasalimentarias.pdf), [15 de agosto de 2015].
- Bonfil, G. (1991). *Pensar nuestra cultura*. México: Alianza Editorial.



- CancúnMio.com noticias (2015, enero 31). *Roberto Borge asiste al lanzamiento de la campaña Cancún y los tesoros del Caribe*. [En línea] Disponible en [cancunmio.com/0041090-roberto-borge-asiste-al-lanzamiento-de-la-campana-cancun-y-los-tesoros-del-caribe-en-la-fitur/](http://cancunmio.com/0041090-roberto-borge-asiste-al-lanzamiento-de-la-campana-cancun-y-los-tesoros-del-caribe-en-la-fitur/), [28 de noviembre de 2015].
- Carballo-Sandoval, A. C. (2005). Análisis de un modelo de desarrollo ecoturístico en Quintana Roo, México. *Teoría y Praxis*, (1), 31-47. [En línea] Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145114003.pdf>, [22 de agosto de 2015].
- Careaga Villesid, L. (1990). *Quintana Roo. Una historia compartida*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Chávez, G. (2012). La fauna silvestre de Quintana Roo, una riqueza mal aprovechada. *Revista Mexicana de Ciencias Forestales*, 5(27). [En línea]. Disponible en <http://cienciasforestales.inifap.gob.mx/editorial/index.php/Forestales/article/view/982/980>, [26 de septiembre de 2015].
- Checa A., M. (2015). Elementos para el diseño de una ruta temática sobre el neogótico mexicano. En Niglio, Olimpia (Ed.). *Restauración y Protección del Patrimonio Cultural. Vol. 1*. (131-152). España: Aracne Editrice. [En línea]. Disponible en [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33899805/7075\\_interno\\_MARTIN\\_CHECAred.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1470531997&Signature=6kSoXQ5ZXSuNCzQxF8EHxILLJWk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DElementos\\_para\\_el\\_diseno\\_de\\_una\\_ruta\\_tem.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33899805/7075_interno_MARTIN_CHECAred.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1470531997&Signature=6kSoXQ5ZXSuNCzQxF8EHxILLJWk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DElementos_para_el_diseno_de_una_ruta_tem.pdf), [14 de mayo de 2016].
- Checa A., M. (2012). Aproximación turístico cultural para un patrimonio en vías de extinción: la arquitectura histórica en madera de Chetumal, Quintana Roo, *El Periplo Sustentable*, (23), 43-78. [En línea]. Disponible en <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/774> [22 de agosto de 2015].
- Checa A., M. (2009). Apuntes sobre San Felipe de Bacalar: un fuerte militar español en el sur de Yucatán (1727-2009), *Revista de Historia Militar*, 105, 11-42.



- Consejo Estatal de Población del Estado de Quintana Roo (s/f). *Anuario Estadístico de Población*. [En línea]. Disponible en <http://coespo.qroo.gob.mx/portall/>, [22 de julio de 2015].
- Consejo Estatal de Población del Estado de Quintana Roo (s/f). *Estructura y comportamiento. Índices de marginación y rezago social. Estado de Quintana Roo*. [En línea]. Disponible en [http://coespo.qroo.gob.mx/portall/datos\\_estadisticos\\_cartograficos/EstrucComposicionIndicesMarginacionRezagoSocialQRoo.pdf](http://coespo.qroo.gob.mx/portall/datos_estadisticos_cartograficos/EstrucComposicionIndicesMarginacionRezagoSocialQRoo.pdf), [22 de julio de 2015].
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2002). *Patrimonio cultural y turismo. Memorias del Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe 2002*. [En línea]. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [En línea]. Disponible en <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno4.pdf>, [24 de julio de 2015].
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (s/f). *El ABC del patrimonio cultural y turismo*. [En línea]. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Disponible en [http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/publi/ABC\\_patrimonio/ABC\\_Patrimonio%20Cultural\\_2013.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/publi/ABC_patrimonio/ABC_Patrimonio%20Cultural_2013.pdf), [4 de agosto de 2015].
- Correa, A. (2010). *Ciudades, turismo y cultura. Nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades*. Buenos Aires: La Crujía.
- Dachary, A. C. & Arnaiz B., S. (2014). El Caribe mexicano: la construcción de una frontera, *Boletín Geográfico*, (26), 61-74.
- Daltabuit Godás, M., Cisneros Reyes, H. y Valenzuela Valdivieso, E. (2006). Globalización y turismo en el sur de Quintana Roo. *Estudios de cultura maya*, 27, 99-124. [En línea]. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/ecm/v27/v27a5.pdf>, [28 de julio de 2015].



- Espinosa, H. (2013). El origen del proyecto turístico Cancún, México. Una valoración de sus objetivos iniciales a 42 años de su nacimiento, *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, XI (1), 154-167.
- Excelsior (2015, junio 3). Se busca posicionar a México como potencia gastronómica. [En línea]. Disponible en <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/06/03/1027458>
- Gallino, Luciano (2008) (5ta Ed.). *Diccionario de Sociología*, México: Siglo XXI Editores.
- Garza M, A. (2007) (7ª Ed.). *Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias Sociales y Humanidades*. México: El Colegio de México.
- Gobierno de España (s/f). *Capital Europea de la Cultura*. [En línea]. España: Gobierno de España. Disponible en <http://www.mcu.es/cooperacion/CE/Internacional/UnionEuropea/CapitalEuropea.html>.
- Gobierno del Estado de Quintana Roo (s/f). *Plan Quintana Roo 2011-2016. Programa sectorial de diversificación y desarrollo integral del turismo*. [En línea] Disponible en <http://sedetur.qroo.gob.mx/descargas/planturismo2013.pdf>, [30 de enero de 2016].
- Godás, M., Reyes, H. y Valdivieso, E. (2007). *Globalización y sustentabilidad: el turismo en el sur de Quintana Roo*. UNAM.
- González-Ávila, M. E. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 9(1), 129-145. [En línea]. Disponible en <https://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=+Una+propuesta+para+desarrollar+turismo+rural+en+los+municipios+de+Zacatecas&btnG=&lr=>, [20 de abril de 2015].
- González, L. (2014, abril 15). *Inseguridad afecta a sector turístico*, en *El Economista*, México. [En línea]. Disponible en <http://www.eleconomista.com.mx/industrias/2014/04/15/inseguridad-afecta-sector-turismo>, [21 de noviembre de 2015].



- Güemes, F. y Ramírez, B. (2012). Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico?, *El Periplo Sustentable* (22), 103-144. [En línea]. Disponible en <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/893>, [28 de abril de 2016].
- ICOMOS (s/f). *Cultural Tourism*. [En línea]. México: International Committee on Cultural Tourism. Disponible en <http://www.icomos.org/tourism/>.
- INEGI (2007). *Censos agropecuarios*. México. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/agro/default.aspx>, [30 de enero de 2016].
- INEGI (2011). *Perspectiva estadística, Quintana Roo. Diciembre 2011*. México: INEGI.
- Kauil, L. (2015, mayo 24). Abejas amenazan con desaparecer. *Por Esto*, 25.
- Kivela, J. y Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377. Disponible en <http://jht.sagepub.com/content/30/3/354.short>, [28 de abril de 2016].
- Lara, C. (2005). *El patrimonio cultural en México. Un recurso estratégico para el desarrollo*. México: Editorial FundaAp.
- Magaña Magaña, M., Moguel Ordóñez, Y., Sanginés García, J., y Leyva Morales, C. (2012). Estructura e importancia de la cadena productiva y comercial de la miel en México. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 3(1), 49-64. [En línea]. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-11242012000100004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-11242012000100004), [27 de febrero de 2016].
- Meixueiro, G. (2008). El impacto del turismo en el desarrollo local: una evaluación de resultados. En Meixueiro, G. (coord.), *Documentos selectos de desarrollo regional y políticas públicas* (81-118). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Cámara de Diputados.





- Molina, M. (2010). Turismo y Cultura. *Río hondo, cultura, política y sociedad*, (90), 7-9.
- Morales M., J. (2008). Ideas para la formación esencial en interpretación. III Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. CENEAM 5-7 de junio. [En línea]. Disponible en [http://www.mapama.gob.es/ca/ceneam/articulos-de-opinion/2008\\_12morales\\_tcm8-141803.pdf](http://www.mapama.gob.es/ca/ceneam/articulos-de-opinion/2008_12morales_tcm8-141803.pdf), [4 de junio de 2016].
- Organisation for Economic Cooperation and Development (2009). *The impact of culture on tourism* (3-75), OECD, Paris, Spanish translation by the Tourism Ministry of Mexico. [En línea]. Disponible en <https://search.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>, [24 de octubre de 2015].
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2008). *Perspectivas del medio ambiente: GEO Playa del Carmen*. México: PNUMA y Ayuntamiento de Solidaridad.
- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (2013, 13 de diciembre). *Diario Oficial de la Federación* (1-37). [En línea], Disponible en [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013), [30 de julio de 2015].
- Ragin, C. (2007). *La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Richards, G. (2001). El Desarrollo del turismo cultural en Europa. *Estudios Turísticos*, (150), 3-13.
- Secretaría de Turismo (s/f). *Turismo cultural*. [En línea]. México: Secretaría de Turismo. Disponible en <http://www.sectur.gob.mx/2015/05/14/turismo-cultural/>, [2 de junio de 2015].
- Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (s/f). *Indicadores Turísticos Quintana Roo 2013*. [En línea]. México: Secretaría de Turismo. Disponible en <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos%202013.pdf>, [13 de febrero de 2016].



- Sistema de Información Cultural (s/f). *Gastronomía*, Gobierno de México. [En línea]. Disponible en [http://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table\\_id=214](http://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table_id=214), [28 de enero de 2016].
- Sosa, M. y Salido, A. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el Municipio de Ures, Sonora, México. *Estudios Sociales*, XXI (42), 151-174. [En línea]. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572013000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572013000200007&script=sci_arttext), [31 de octubre de 2015].
- UNESCO (2010). *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán*. [En línea]. México: Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en <http://www.unesco.org/culture/ich/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>, [31 de octubre de 2015].
- UNESCO (s/f). *Rutas temáticas y turismo cultural*. Disponible en [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=36756&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=36756&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html), [27 de noviembre de 2015].
- Vázquez B., G. (2014). El Bacalar colonial. Una villa española en los confines de Yucatán, *Revista Brasileira do Caribe* XIV, (28), 325-348.
- Villanueva Gutiérrez, R., Colli Ucán, W., Tuz Novelo, M., y Gracia, M. A. (2013). Recuperación de saberes y formación para el manejo y conservación de la abeja *Meliponabeecheii* en la Zona Maya de Quintana Roo, México. *Stingless bees process honey and pollen in cerumen pots*, 1-8. [En línea]. Disponible en <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/35293>, [27 de febrero de 2016].
- Westering, J.V. (2007). Heritage and Gastronomy: the Pursuits of the new tourist, *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.